

**MEDIA DAN KONSTRUKSI REALITAS (ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN  
KEDATANGAN ISHOWSPEED KE INDONESIA PADA PORTAL BERITA OKEZONE  
DAN MEDCOM)**

Virgitta Septyana

Universitas Bunda Mulia

Email : [vseptyana@bundamulia.ac.id](mailto:vseptyana@bundamulia.ac.id)

**ABSTRAK**

Sektor pariwisata Indonesia mengalami tekanan besar akibat pandemi COVID-19, sehingga diperlukan strategi pemulihan yang efektif, termasuk memanfaatkan pengaruh media sosial di kalangan generasi muda. Kehadiran influencer populer seperti IShowSpeed menjadi peluang dalam mempromosikan destinasi wisata, namun juga memunculkan kontroversi yang disorot oleh media online seperti Okezone dan Medcom, terutama terkait respons pemerintah. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann serta model framing Pan dan Kosicki untuk menganalisis bagaimana media membentuk realitas sosial dan persepsi publik melalui pemberitaan terkait kunjungan IShowSpeed. Dengan pendekatan kualitatif dan teknik triangulasi data, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pola framing media dan dampaknya terhadap citra pariwisata Indonesia, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman hubungan antara media, opini publik, dan strategi promosi pariwisata.

**Kata Kunci : *Framing; Konstruksi Realitas; Media; Pariwisata***

**ABSTRACT**

Indonesia's tourism sector has faced significant pressure due to the COVID-19 pandemic, highlighting the need for effective recovery strategies, including leveraging social media influence among younger generations. The presence of a popular influencer like IShowSpeed presents an opportunity to promote lesser-known destinations, yet it also sparked controversy, particularly in media coverage by Okezone and Medcom, following public criticism such as Reza Arab's remarks on the government's lack of involvement. This study applies Berger and Luckmann's social

construction theory and Pan and Kosicki's framing model to analyze how media constructs social reality and shapes public perception through news framing. Using a qualitative approach and data triangulation techniques, the research aims to identify media framing patterns and their impact on Indonesia's tourism image, while providing strategic recommendations for stakeholders. The findings are expected to contribute to a deeper understanding of the relationship between media, public opinion, and tourism promotion strategies.

**Keywords:** *Framing; Social Construction of Reality; Media; Tourism*

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menghadapi berbagai tantangan, terutama akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan drastis dalam jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun situasi mulai menunjukkan pemulihan, masih terdapat kebutuhan mendesak untuk meningkatkan arus kunjungan wisatawan serta memperkenalkan keberagaman destinasi yang dimiliki Indonesia secara lebih luas (Sugjaya dan Iskandar, 2024).

Salah satu permasalahan utama dalam industri pariwisata Indonesia adalah kurangnya daya tarik yang kuat bagi wisatawan, khususnya generasi muda yang cenderung lebih bergantung pada media sosial dalam mencari informasi dan rekomendasi destinasi. Di era digital saat ini, media sosial menjadi sumber utama dalam membentuk persepsi tentang suatu tempat; dengan demikian, peran influencer menjadi sangat penting. Influencer memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik dan dapat menjadi penghubung antara destinasi wisata dan calon pengunjung melalui konten yang mereka bagikan (Dewi, dkk, 2022).

Dalam konteks ini, sosok seperti IShowSpeed muncul sebagai figur strategis yang mampu menarik perhatian publik secara masif. Kunjungan IShowSpeed ke Indonesia berpotensi tidak hanya untuk

memperkenalkan destinasi wisata yang kurang dikenal, tetapi juga untuk membentuk ulang persepsi publik dan meningkatkan minat wisatawan terhadap pariwisata Indonesia. Dengan basis pengikut yang besar, konten yang dibagikan oleh IShowSpeed memiliki potensi untuk menjangkau audiens global dan menciptakan efek viral yang signifikan terhadap peningkatan daya tarik wisata Indonesia.

Namun demikian, kehadiran IShowSpeed di Indonesia tidak lepas dari kontroversi. Hal ini dipicu oleh cuitan publik figur Reza Arab yang mengkritik Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atas ketidakhadiran serta minimnya keterlibatan pemerintah dalam menyambut kedatangan influencer mancanegara tersebut. Padahal, kehadiran influencer seperti IShowSpeed seharusnya dapat dimanfaatkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai momentum promosi yang strategis bagi pariwisata Indonesia di mata dunia.

Kedatangan IShowSpeed tidak hanya menjadi perhatian para penggemar, tetapi juga menarik sorotan media online. Pemberitaan terkait kunjungannya berpotensi memengaruhi citra pariwisata Indonesia dan membentuk opini publik tentang negara ini. Namun, cara media mengemas informasi tersebut dapat berbeda-beda tergantung pada sudut pandang redaksional serta agenda yang diusung; hal ini menciptakan fenomena **framing** dalam pemberitaan. Framing merujuk pada cara penyusunan dan

penonjolan informasi yang bertujuan membentuk pemahaman tertentu di benak audiens (Ritonga, 2020).

Dalam konteks pemberitaan mengenai IShowSpeed, penting untuk mengkaji bagaimana media online menginterpretasikan dan membingkai peristiwa tersebut. Pemilihan kata, penggunaan gambar, serta struktur narasi dalam berita memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman publik terhadap peristiwa yang diberitakan (Fensi, 2021).

Dua media yang menyoroti kunjungan IShowSpeed secara konsisten adalah **Okezone** dan **Medcom**. Okezone berada di bawah naungan grup MNC, di mana salah satu anggota keluarga pemilik grup tersebut menjabat sebagai Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; sementara itu, Medcom dimiliki oleh tokoh politik nasional, Surya Paloh. Kepemilikan media ini dapat memengaruhi cara masing-masing media membingkai pemberitaan, yang relevan untuk dikaji dalam konteks konstruksi realitas sosial melalui media.

## II. LANDASAN TEORI

### 2.1 Teori Konstruksi Sosial dan Realitas

#### Definisi Teori Konstruksi Sosial dan Realitas

Teori konstruksi sosial dikembangkan oleh dua sosiolog modern, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang karyanya berfokus pada sosiologi pengetahuan. Mereka berpendapat bahwa realitas diproduksi secara sosial, dalam arti bahwa masyarakat dibentuk oleh interaksi antaranggotanya. Sejalan dengan pandangan Berger dan Luckmann, masyarakat adalah hasil dari proses sosial yang kompleks, di mana realitas diciptakan melalui proses intersubjektif. Dalam karya mereka, *The Social Construction of Reality*, ditegaskan bahwa dunia sosial kita bersifat konstruktif dan keberadaannya merupakan hasil dari proses sosial yang berkelanjutan (Berger & Luckmann, 1966).

### Asumsi Dasar Teori Konstruksi Sosial

Menurut Berger dan Luckmann dalam Abidin dan Sudikan (2021), teori konstruksi sosial didasarkan pada sejumlah asumsi dasar berikut:

1. Kehidupan sosial sehari-hari adalah hasil dari proses kreatif manusia dalam menciptakan realitas.
2. Kognisi manusia berkembang dan melembaga dalam lingkungan sosialnya yang terbentuk melalui interaksi.
3. Proses konstruksi sosial terjadi secara terus-menerus dalam kehidupan masyarakat.
4. Terdapat perbedaan antara realitas dan pengetahuan, di mana realitas bersifat objektif sementara pengetahuan dapat bersifat subjektif dan dibentuk oleh pengalaman serta budaya.

### Tahap-Tahap Konstruksi Sosial

Berger dan Luckmann dalam Abidin dan Sudikan (2021) menjelaskan bahwa konstruksi sosial melalui proses dialektika yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

#### 1. Eksternalisasi

Merupakan tahap awal di mana individu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan mengekspresikan dirinya melalui aktivitas sosial. Proses ini melibatkan penciptaan makna melalui tindakan dalam kehidupan bermasyarakat.

#### 2. Objektivasi

Pada tahap ini, hasil dari aktivitas sosial menjadi objektif dalam masyarakat. Interaksi sosial yang berulang menciptakan struktur sosial yang dianggap nyata dan diterima bersama sebagai bagian dari realitas.

#### 3. Internalisasi

Individu mulai mengadopsi struktur sosial tersebut sebagai bagian dari kesadaran subjektifnya. Proses ini menunjukkan bagaimana realitas objektif menjadi bagian dari identitas dan pemahaman personal seseorang. Menurut Berger dan Luckmann (1996) dalam Taregan dan Haniza, realitas sosial terdiri dari dua dimensi: objektif dan subjektif, yang keduanya melekat dan

membentuk pengalaman manusia dalam masyarakat.

## 2.2 Teori Framing

### Definisi Framing

Framing merupakan pendekatan analitis yang digunakan untuk memahami bagaimana media membingkai suatu peristiwa atau isu. Eriyanto dalam Kurniawan dan Muktiyo (2021) menyatakan bahwa framing adalah metode berpikir yang digunakan media dalam menyampaikan cerita dan membentuk realitas. Framing juga merupakan cara wartawan memilih dan menyusun fakta melalui sudut pandang tertentu. Sobur dalam Kurniawan dan Muktiyo menambahkan bahwa framing adalah teknik dalam pemberitaan untuk menampilkan sisi tertentu dari realitas agar sesuai dengan interpretasi yang diinginkan oleh media.

Menurut McQuail, framing merupakan kemampuan media dalam memengaruhi pembaca melalui penyampaian pesan yang mengandung kesan dan makna tertentu. Dengan demikian, analisis framing berperan dalam mengkaji bagaimana media mengonstruksi realitas serta ideologi yang melatarbelakanginya. Tujuan utamanya adalah menggiring interpretasi audiens melalui pemilihan, penekanan, dan hubungan antar fakta.

### Analisis Framing Model Pan dan Kosicki

#### Definisi Framing Menurut Pan dan Kosicki

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam Yudha dkk. (2021) memandang framing sebagai fitur dari wacana, yaitu teknik yang digunakan dalam pembentukan dan pemrosesan informasi dalam berita. Mereka berpendapat bahwa framing adalah bagian dari perdebatan publik mengenai isu atau kebijakan, yang harus dinegosiasikan dan dikembangkan melalui media. Dalam Fauziati (2021), framing oleh Pan dan Kosicki dipahami sebagai bentuk struktur wacana yang mengarahkan pembaca pada makna tertentu.

### Perangkat Framing

Pan dan Kosicki, melalui pemaparan Eriyanto dalam Fauziati (2021), mengidentifikasi empat perangkat framing utama, yaitu:

#### a. Struktur Sintaksis

Struktur ini berkaitan dengan bagaimana kalimat dan elemen dalam berita (judul, lead, latar belakang, sumber, dan kesimpulan) disusun untuk membentuk narasi yang kohesif. Judul dan lead menjadi penentu utama arah pemberitaan dan interpretasi terhadap peristiwa.

#### b. Struktur Skrip (Naskah)

Skrip berita umumnya mengikuti pola 5W+1H (who, what, when, where, why, how) yang membentuk alur naratif dan memudahkan audiens memahami konteks peristiwa.

#### c. Struktur Tematik

Merujuk pada bagaimana fakta disusun secara tematis untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Ini mencakup hubungan antar kalimat, penggunaan kutipan, dan cara penyusunan fakta yang mendukung hipotesis berita.

#### d. Struktur Retoris

Struktur ini mencakup penggunaan bahasa dan gaya penulisan untuk menyoroti elemen penting dalam berita. Wartawan menggunakan strategi retorik untuk memperkuat citra, menekankan pesan tertentu, dan membentuk persepsi audiens sesuai agenda media.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap realitas sosial melalui proses interpretatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji fenomena dalam konteks alami, dengan peneliti sebagai instrumen kunci dalam proses pengumpulan dan analisis data. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna di balik peristiwa sosial,

bukan sekadar menjelaskan hubungan antar variabel secara kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alami, di mana peneliti berperan langsung sebagai instrumen utama. Pemilihan sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi (gabungan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi). Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna mendalam daripada generalisasi hasil penelitian.

Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” realitas sosial terbentuk dan dimaknai oleh subjek yang terlibat di dalamnya.

#### **Framing Pan dan Kosicki**

Analisis framing yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada model yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto (2012). Model ini memadukan dua pendekatan utama dalam framing, yaitu psikologis dan sosiologis. Pendekatan psikologis menyoroti proses internal individu dalam mengolah informasi, di mana framing dipahami sebagai cara menempatkan dan menekankan aspek tertentu dari suatu isu agar memperoleh prioritas dalam pikiran audiens.

Sementara itu, pendekatan sosiologis berfokus pada cara media mengkonstruksi realitas melalui pemilihan informasi, narasi, dan struktur wacana yang membentuk pemahaman kolektif masyarakat. Dalam konteks ini, media dipandang sebagai aktor penting dalam proses konstruksi sosial, karena mampu membingkai sebuah peristiwa sedemikian rupa sehingga memengaruhi cara publik memaknainya (Sugiyono, 2015).

Model Pan dan Kosicki dalam Gilleard (2023) menggunakan empat perangkat framing, yaitu:

- a. **Struktur sintaksis** (judul, lead, latar belakang, kutipan sumber),
- b. **Struktur skrip** (alur naratif berita berdasarkan 5W+1H),
- c. **Struktur tematik** (pola konsistensi tema dan pengorganisasian fakta),
- d. **Struktur retorik** (gaya bahasa, diksi, dan penekanan tertentu).

#### **Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemberitaan media online terkait kedatangan IShowSpeed ke Indonesia, dengan fokus pada dua media utama: **Okezone.com** dan **Medcom.id**.

Kedua media ini dipilih karena intensitas pemberitaan mereka yang cukup tinggi terhadap isu tersebut dan representasi yang mereka tampilkan dapat memengaruhi pembentukan opini publik secara luas.

Analisis dilakukan terhadap bagaimana kedua media:

- a. Memilih kata dan struktur kalimat,
- b. Menentukan angle pemberitaan,
- c. Menyusun narasi,
- d. Menekankan aspek tertentu dalam konteks sosial dan pariwisata.

Dengan menggunakan perangkat framing dari Pan dan Kosicki, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara media mengonstruksi realitas sosial tentang kedatangan seorang influencer asing, serta dampaknya terhadap persepsi publik dan citra pariwisata Indonesia. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang peran media dalam membentuk opini dan realitas sosial di era digital.

Adapun artikel berita yang dianalisis akan dicantumkan pada bagian lampiran atau daftar berita yang digunakan sebagai data penelitian.

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Eriyanto dalam Kurniawan & Muktiyo (2019) menyatakan bahwa framing adalah metode untuk berpikir tentang cerita yang disampaikan media mengenai suatu

peristiwa. Framing, menurut Sobur dalam Kurniawan & Muktiyo, adalah metode untuk mengidentifikasi sudut pandang yang digunakan oleh penulis berita dan wartawan ketika menseleksi berita dan menyusun berita. Lalu pandangan Eriyanto, framing juga dapat dijelaskan sebagai suatu analisa yang menentukan pembingkai terhadap realitas yang diciptakan oleh media.

analisis framing sebuah berita dapat ditelusuri struktur ideologis dan latar agenda media tersebut, maka titik fokus yang dicermati dalam analisis framing adalah strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar berita tersebut lebih bermakna, lebih menarik, dan lebih diingat dengan tujuan menggiring interpretasi publik sesuai sudut pandangnya (Fensi, 2021).

Menurut McQuail, framing dalam hal ini diartikan sebagai kemampuan mempengaruhi pembaca dengan menyampaikan kesan yang dapat meyakinkan makna atau asumsi yang mendasarinya. Analisis framing dapat didefinisikan sebagai metode untuk menganalisis bagaimana media mengkonstruksi fakta sekaligus menganalisis ideologinya. Dengan demikian, untuk membuat berita menjadi lebih signifikan, menarik, atau mudah diingat, analisis framing melihat pada metode pemilihan, penekanan, dan hubungan fakta. Hal ini bertujuan untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan sudut pandangnya (Yudha, dkk, 2021).

Dewasa ini informasi merupakan hal mutlak yang kini banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, informasi kini menjadi hal yang penting dan kinerja seseorang akan meningkat bila ia memiliki cukup banyak informasi. Dalam mengkonsumsi berita atau informasi para khalayak dapat menemukan berita atau informasi yang dicari melalui media surat kabar, media elektronik seperti, televisi, radio dan yang saat ini sedang ramai di

pergunakan adalah gadget yang berupa smartphone (Sadono & Koli, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti berfokus untuk mengkaji analisis framing pemberitaan yang dimuat pada portal berita online.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam Yudha dkk (2021) menganggap analisis

ini sebagai perdebatan publik mengenai suatu topik atau kebijakan yang perlu dikembangkan

dan dinegosiasikan. Pan dan Kosicki menyatakan dalam Fauziati (2021) bahwa framing adalah

fitur dari wacana itu sendiri atau teknik yang digunakan dalam pembuatan dan pemrosesan wacana berita. Dalam framing Pan dan Kosicki, memiliki beberapa perangkat framing yang dirujuk pada buku Analisis Framing karya Eriyanto dalam Fauziati yakni sebagai berikut : Sintaksis, Naskah, Tematik, dan Retoris.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka berikut analisa artikel :

1. Tanggal Pemberitaan : 18 September 2024

Artikel (1) Okezone : Potret YouTuber IShowSpeed Berkunjung ke Indonesia, Dapat Batik Merah dari Penggemar

Artikel (2) Medcom : IShowspeed Datangi Jakarta, Main di Kota Tua hingga Datangi Peramal

Analisa perangkat framing artikel di atas adalah sebagai berikut :

a. Sintaksis:

Sintaksis berkaitan dengan struktur teks atau cara informasi disusun. Dalam hal ini, kita melihat bagaimana kedua artikel menyusun informasi untuk menyampaikan cerita.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini dimulai dengan gambaran visual tentang kedatangan iShowSpeed ke Indonesia, dengan menekankan momen pemberian batik merah dari penggemar. Artikel lebih berfokus pada interaksi positif dengan penggemar dan aspek

budaya, seperti batik, yang menonjolkan elemen nasionalisme Indonesia.

Artikel 2 (Medcom): Artikel ini memulai dengan penggambaran aktivitas iShowSpeed yang lebih santai dan mencakup lebih banyak kegiatan pribadi, seperti bermain di Kota Tua dan bertemu dengan seorang peramal. Berbeda dari artikel pertama, yang lebih terfokus pada penggemar, artikel ini mengalihkan perhatian kepada petualangan iShowSpeed, menggambarkan sisi lebih pribadi dari tokoh tersebut.

Perbandingan Sintaksis: Artikel pertama lebih terstruktur sebagai peristiwa dengan fokus pada interaksi sosial yang melibatkan penggemar, sementara artikel kedua cenderung lebih menggambarkan pengalaman pribadi iShowSpeed.

b. Naskah:

Naskah merujuk pada teks itu sendiri—bahasa yang digunakan, pemilihan kata, dan cara penulis mengarahkan pembaca untuk memahami cerita.

Artikel 1 (Okezone): Penggunaan bahasa yang agak formal, tapi tetap ringan dan bersahabat. Ada penekanan pada reaksi penggemar yang penuh antusiasme, dengan narasi yang positif dan berfokus pada hubungan penggemar-selebriti.

Artikel 2 (Medcom): Naskah cenderung lebih santai dengan sedikit humor. Artikel ini menggambarkan kegiatan yang lebih berfokus pada iShowSpeed sebagai individu, dengan sedikit permainan kata yang memberikan kesan lebih akrab dan kasual.

Perbandingan Naskah: Artikel pertama menggunakan bahasa yang lebih formal dengan menekankan pada nilai budaya, sedangkan artikel kedua lebih kasual dan berfokus pada elemen pribadi tokoh tersebut.

c. Tematik:

Tematik berkaitan dengan pesan utama atau tema yang ingin disampaikan oleh artikel tersebut.

Artikel 1 (Okezone): Tema utama adalah interaksi budaya dan pengaruh penggemar

terhadap selebritas. Terdapat kesan bahwa kedatangan iShowSpeed adalah suatu perayaan budaya Indonesia yang memperlihatkan sisi positif dan kebanggaan masyarakat.

Artikel 2 (Medcom): Tema yang dominan adalah petualangan pribadi iShowSpeed, dengan sedikit bumbu eksentrik, seperti kunjungan ke peramal. Tema ini berfokus pada sisi pribadi selebritas, lebih pada human interest dan kebebasan dalam berkeliling.

Perbandingan Tematik: Artikel pertama lebih fokus pada hubungan budaya dan sosial antara selebritas dan penggemar, sementara artikel kedua lebih menonjolkan sisi pribadi dan hiburan.

d. Retoris:

Retoris berkaitan dengan cara penulis memengaruhi pembaca, menciptakan efek emosional, atau persuasi.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini menggunakan pendekatan persuasif dengan menonjolkan aspek positif dari kunjungan iShowSpeed. Dengan mengungkapkan reaksi hangat dari penggemar, artikel ini membangkitkan rasa kebanggaan terhadap budaya Indonesia dan menciptakan suasana positif.

Artikel 2 (Medcom): Retorika di sini lebih ringan dan menggugah rasa ingin tahu pembaca dengan menggambarkan sisi eksentrik dari iShowSpeed, seperti kunjungan ke peramal. Artikel ini memanfaatkan elemen kejutan dan humor untuk menarik perhatian pembaca.

Perbandingan Retoris: Artikel pertama menggunakan pendekatan yang lebih membangun citra positif tentang pengaruh budaya dan penggemar, sedangkan artikel kedua lebih memanfaatkan daya tarik kejutan dan rasa ingin tahu tentang kehidupan pribadi iShowSpeed.

2. Tanggal Pemberitaan : 19 September 2024

Artikel (1) Okezone : Youtuber IShowSpeed Bingung Sebut Batik Asal Malaysia, Netizen Indonesia Bersuara

Artikel (2) Medcom : Pengawal IShowSpeed Sebut Batik Berasal dari Malaysia, Berikut Sejarah Asal Batik

Analisa perangkat framing artikel di atas adalah sebagai berikut :

a. Sintaksis:

Sintaksis berkaitan dengan bagaimana struktur artikel disusun, yaitu urutan dan pembagian informasi dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini dimulai dengan pernyataan kontroversial dari iShowSpeed yang salah menyebutkan asal-usul batik. Selanjutnya, artikel mengalir ke reaksi dari netizen Indonesia yang merasa tersinggung. Di akhir, artikel ini menggambarkan bagaimana topik ini menjadi viral di media sosial.

Artikel 2 (Medcom): Artikel ini dimulai dengan penjelasan tentang pernyataan pengawal iShowSpeed mengenai asal batik, yang juga disertai klarifikasi dari sejarah batik itu sendiri. Struktur artikel lebih bersifat informatif, dengan bagian pertama menjelaskan pernyataan yang salah, dan bagian kedua memberikan konteks sejarah yang lebih lengkap tentang batik.

Perbandingan Sintaksis:

Artikel pertama lebih berfokus pada reaksi sosial dari netizen terhadap kesalahan tersebut, dengan fokus pada bagaimana topik ini menjadi viral. Artikel kedua lebih berfokus pada penjelasan tentang kesalahan dan memberikan informasi yang lebih mendalam tentang sejarah batik sebagai klarifikasi.

b. Naskah:

Naskah berhubungan dengan gaya bahasa yang digunakan dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Naskahnya cenderung lebih ringan, dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pembaca umum. Teks ini menggunakan bahasa yang menonjolkan reaksi netizen Indonesia, berusaha

membangun rasa ketidakpuasan atau kekesalan.

Artikel 2 (Medcom): Naskahnya lebih formal dan informatif. Artikel ini lebih bersifat edukatif dan memberikan klarifikasi yang lebih mendalam mengenai sejarah batik, dengan penjelasan yang lebih serius dan faktual.

Perbandingan Naskah:

Artikel pertama menggunakan bahasa yang lebih emosional dan mengarah pada perasaan masyarakat Indonesia yang merasa tersinggung. Bahasa yang digunakan lebih menekankan pada efek viral dari kejadian tersebut.

Artikel kedua menggunakan bahasa yang lebih objektif dan edukatif, bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih tepat mengenai asal-usul batik.

c. Tematik:

Tematik berkaitan dengan tema utama atau pesan yang ingin disampaikan oleh artikel.

Artikel 1 (Okezone): Tema utama artikel ini adalah kontroversi yang muncul akibat kesalahan iShowSpeed dalam menyebutkan asal-usul batik, dan bagaimana netizen Indonesia menanggapi hal tersebut. Tema yang dominan adalah reaksi sosial dan identitas budaya Indonesia yang merasa dihormati.

Artikel 2 (Medcom): Tema utama artikel ini adalah klarifikasi dan edukasi tentang asal-usul batik. Artikel ini memberikan penjelasan sejarah yang lebih mendalam mengenai batik dan mencoba meredakan kontroversi dengan memberikan pemahaman yang lebih luas.

Perbandingan Tematik:

Artikel pertama lebih fokus pada tema sosial dan reaksi masyarakat terhadap kesalahan yang terjadi, dengan menonjolkan kekesalan netizen.

Artikel kedua lebih fokus pada penjelasan sejarah dan edukasi mengenai batik, mencoba untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat.

d. Retoris:

Retorika berkaitan dengan cara penulis mempengaruhi pembaca, baik dalam membangkitkan emosi atau memberikan perspektif tertentu.

Artikel 1 (Okezone): Retorika di artikel ini berusaha membangkitkan rasa frustrasi atau kekesalan di kalangan pembaca. Dengan menggambarkan reaksi netizen Indonesia yang merasa marah atas kesalahan tersebut, artikel ini memanfaatkan perasaan nasionalisme untuk memperkuat narasi bahwa batik adalah bagian dari identitas Indonesia yang harus dihargai.

Artikel 2 (Medcom): Retorika di artikel ini lebih bertujuan untuk memberikan penjelasan yang menenangkan pembaca. Artikel ini mencoba mengurangi ketegangan yang muncul dari kontroversi dengan memberikan informasi yang lebih mendalam tentang sejarah batik, sehingga pembaca bisa mendapatkan pemahaman yang lebih objektif dan kurang emosional.

Perbandingan Retoris:

Artikel pertama menggunakan retorika yang lebih emosional dan berusaha membangkitkan perasaan ketidakpuasan publik, dengan fokus pada bagaimana kesalahan tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap identitas budaya Indonesia.

Artikel kedua menggunakan retorika yang lebih edukatif dan berusaha meredakan ketegangan, dengan menekankan pada informasi yang jelas dan pemahaman yang benar tentang batik.

Kesimpulan:

Artikel pertama (Okezone) lebih menekankan pada sisi emosional dan reaksi sosial masyarakat Indonesia terhadap kesalahan yang dilakukan oleh iShowSpeed, dengan menyoroti ketidakpuasan netizen. Artikel ini lebih berfokus pada reaksi cepat yang terjadi di media sosial dan dampaknya terhadap citra budaya Indonesia.

Artikel kedua (Medcom) lebih mengarah pada edukasi dan memberikan penjelasan

yang lebih dalam mengenai sejarah batik. Artikel ini mencoba menenangkan situasi dengan memberikan informasi yang faktual dan mendinginkan emosi pembaca.

Secara keseluruhan, kedua artikel ini menggunakan framing yang berbeda:

Artikel pertama menggunakan framing yang lebih kritis dan mengutamakan reaksi emosional masyarakat. Artikel kedua menggunakan framing yang lebih netral dan informatif, bertujuan untuk memberikan klarifikasi dan mencerahkan pembaca tentang asal-usul batik.

3. Tanggal Pemberitaan : 19 September 2024

Artikel (1) Okezone : IShowSpeed Terciduk Di Bali, Sampai Ikut Tari Kecak Di Uluwatu

Artikel (2) Medcom : IShowSpeed Tiba di Bali, Disambut Penari Kecak

Analisa perangkat framing artikel di atas adalah sebagai berikut :

a. Sintaksis:

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana artikel tersebut disusun dan informasi disajikan kepada pembaca.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini dimulai dengan menyoroti kedatangan iShowSpeed di Bali dan penampilan dramatisnya yang terciduk (terdeteksi) ketika ikut serta dalam Tari Kecak di Uluwatu. Artikel ini juga memuat beberapa detail mengenai momen-momen tersebut, seperti lokasi dan suasana yang mengiringi kegiatan iShowSpeed.

Artikel 2 (Medcom): Artikel ini juga dimulai dengan kedatangan iShowSpeed di Bali, tetapi lebih berfokus pada acara penyambutan dan tarian Kecak yang dipertunjukkan sebagai bagian dari sambutan. Artikel ini menyusun informasi dengan penekanan pada aspek budaya Bali, menyoroti interaksi antara iShowSpeed dengan tradisi lokal.

Perbandingan Sintaksis:

Artikel pertama lebih memfokuskan pada narasi yang berfokus pada "terciduk" atau momen yang lebih spontan dan dramatis.

Artikel ini lebih berorientasi pada kejadian itu sebagai suatu kejutan atau momen yang memicu perhatian.

Artikel kedua, sementara itu, lebih berfokus pada sambutan tradisional Bali dan memperkenalkan budaya Bali dengan cara yang lebih informatif dan sedikit lebih formal.

b. Naskah:

Naskah mengacu pada gaya bahasa dan pilihan kata yang digunakan dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Naskah dalam artikel ini cenderung lebih santai dan menarik. Teksnya menggunakan bahasa yang sedikit lebih informal, dengan unsur kejutan dan humor untuk menggambarkan reaksi iShowSpeed dalam mengikuti Tari Kecak. Ada penekanan pada "terciduk" yang memberi kesan sesuatu yang terjadi secara tak terduga.

Artikel 2 (Medcom): Naskah di artikel ini lebih formal dan terstruktur dengan rapi, dengan penekanan pada detail penyambutan dan upacara budaya. Artikel ini tidak hanya menceritakan kedatangan iShowSpeed, tetapi juga memberi gambaran lebih luas tentang peran Tari Kecak dalam budaya Bali.

Perbandingan Naskah:

Artikel pertama lebih menggunakan bahasa yang santai dan ringan, memberi kesan lebih menghibur dan fokus pada kejutan.

Artikel kedua menggunakan bahasa yang lebih terstruktur, dengan fokus yang lebih serius pada budaya Bali dan peran iShowSpeed dalam konteks tersebut.

c. Tematik:

Tematik berkaitan dengan tema utama yang ingin disampaikan oleh artikel.

Artikel 1 (Okezone): Tema utama artikel ini adalah kejutan dan spontanitas. Artikel ini mengangkat momen tak terduga ketika iShowSpeed terlibat dalam Tari Kecak di Bali. Ini menciptakan narasi yang penuh kejutan dan kesan bahwa iShowSpeed terlibat dalam budaya Bali secara tiba-tiba.

Artikel 2 (Medcom): Tema utama artikel ini adalah sambutan budaya. Artikel ini

menggambarkan bagaimana Bali menyambut kedatangan iShowSpeed dengan menggunakan Tari Kecak sebagai bagian dari tradisi. Ada penekanan pada aspek budaya dan upacara adat.

Perbandingan Tematik:

Artikel pertama lebih fokus pada tema kejutan dan keterlibatan iShowSpeed dalam Tari Kecak dengan cara yang tampaknya tidak direncanakan.

Artikel kedua lebih menekankan pada tradisi Bali dan upacara penyambutan yang melibatkan Tari Kecak, dengan narasi yang lebih menghormati budaya.

d. Retoris:

Retorika berkaitan dengan cara penulis mempengaruhi pembaca, baik untuk membangkitkan emosi atau mengubah pandangan.

Artikel 1 (Okezone): Retorika di artikel ini lebih berfokus pada kejutan dan hiburan. Dengan menonjolkan kata "terciduk" dan peran iShowSpeed dalam Tari Kecak, artikel ini berusaha menarik perhatian pembaca dengan mengangkat kesan bahwa iShowSpeed terlibat dalam kegiatan budaya Bali secara spontan, yang tentunya menarik bagi pembaca yang tertarik dengan kehidupan selebritas dan budaya pop.

Artikel 2 (Medcom): Retorika di artikel ini lebih bertujuan untuk menghargai budaya Bali dan memberi penjelasan kepada pembaca mengenai pentingnya Tari Kecak dalam konteks budaya Bali. Dengan memberikan informasi lebih dalam tentang tradisi, artikel ini berusaha mempengaruhi pembaca untuk menghargai nilai-nilai budaya dan tradisi yang ada.

Perbandingan Retoris:

Artikel pertama menggunakan retorika yang lebih menghibur dan sedikit lebih sensasional dengan fokus pada momen kejutan dan keterlibatan iShowSpeed dalam budaya lokal.

Artikel kedua menggunakan retorika yang lebih informatif dan mengedukasi pembaca

mengenai Tari Kecak dan konteks budaya Bali, berusaha memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang tradisi Bali.

Kesimpulan:

Artikel pertama (Okezone) lebih mengedepankan aspek kejutan dan hiburan, dengan narasi yang lebih ringan dan fokus pada keterlibatan tak terduga iShowSpeed dalam Tari Kecak. Ini memberikan kesan lebih santai dan menghibur, dengan retorika yang berfokus pada menarik perhatian pembaca.

Artikel kedua (Medcom) lebih serius dan informatif, dengan fokus pada penghormatan terhadap budaya Bali dan menyampaikan informasi yang lebih mendalam tentang Tari Kecak sebagai bagian dari tradisi Bali. Artikel ini lebih berusaha mengedukasi pembaca mengenai budaya Bali melalui momen kedatangan iShowSpeed.

Kedua artikel ini menggunakan pendekatan framing yang berbeda untuk menyampaikan cerita yang sama, dengan artikel pertama lebih menekankan sisi kejutan dan hiburan, sementara artikel kedua mengangkat penghargaan terhadap budaya dan tradisi Bali.

4. Tanggal Pemberitaan : 21 September 2024

Artikel (1) Okezone : Heboh Kunjungan iShowSpeed, Sandiaga: Semoga Bikin Indonesia Makin Mendunia

Artikel (2) Medcom : Sandiaga Uno Komen soal Speed di Indonesia, Reza Arap: Ke mana Saja, Pak?

Analisa perangkat framing artikel di atas adalah sebagai berikut :

a. Sintaksis:

Sintaksis berkaitan dengan cara artikel disusun dan bagaimana informasi disajikan.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini dimulai dengan pembahasan tentang kedatangan iShowSpeed dan bagaimana Sandiaga Uno memberikan komentarnya. Struktur artikel ini mengalir dengan menyoroti dampak positif yang diharapkan dari kunjungan

iShowSpeed terhadap pariwisata Indonesia, dengan referensi kepada potensi peningkatan popularitas Indonesia di dunia internasional.

Artikel 2 (Medcom): Artikel ini juga dimulai dengan pembahasan tentang kunjungan iShowSpeed, tetapi lebih fokus pada komentar Sandiaga Uno yang sedikit bercanda mengenai peran iShowSpeed dan pertanyaan mengenai Reza Arap. Artikel ini lebih ringan dan mengandung elemen humor dalam menyoroti dinamika antara Sandiaga dan influencer.

Perbandingan Sintaksis:

Artikel pertama memiliki struktur yang lebih serius dan informatif, dengan fokus pada dampak kunjungan iShowSpeed terhadap citra Indonesia secara positif.

Artikel kedua lebih berfokus pada aspek ringan dan humor, serta interaksi santai yang melibatkan komentar dari Sandiaga Uno tentang iShowSpeed dan Reza Arap.

b. Naskah:

Naskah berhubungan dengan gaya bahasa yang digunakan dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Naskah dalam artikel ini lebih formal dan serius. Bahasa yang digunakan menekankan pada dampak positif kunjungan iShowSpeed, dengan memberikan penekanan pada potensi yang dapat dihasilkan dari kedatangan influencer internasional ke Indonesia. Teks ini lebih bertujuan untuk mengedukasi dan memberi informasi mengenai pentingnya pariwisata bagi Indonesia.

Artikel 2 (Medcom): Naskah di artikel ini lebih santai dan kasual. Dilengkapi dengan elemen humor, artikel ini mencoba untuk membuat topik yang serius (kunjungan influencer) terasa lebih ringan. Fokus pada pertanyaan bercanda Sandiaga mengenai Reza Arap juga memberi warna lebih personal dan lebih informal dalam penyampaian pesan.

Perbandingan Naskah:

Artikel pertama menggunakan gaya bahasa yang lebih formal dan informatif, dengan

penekanan pada dampak positif dari kunjungan iShowSpeed terhadap pariwisata Indonesia.

Artikel kedua menggunakan gaya bahasa yang lebih kasual dan bercanda, dengan menekankan pada hubungan pribadi dan interaksi yang lebih ringan.

c. Tematik:

Tematik berhubungan dengan tema utama atau pesan yang ingin disampaikan dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Tema utama artikel ini adalah dampak positif kunjungan iShowSpeed terhadap citra Indonesia. Artikel ini menyoroti harapan Sandiaga Uno bahwa kedatangan influencer internasional ini dapat membawa manfaat besar bagi pariwisata Indonesia dan memperkenalkan Indonesia di panggung dunia.

Artikel 2 (Medcom): Tema utama artikel ini adalah komentar ringan dan bercanda dari Sandiaga Uno mengenai iShowSpeed dan Reza Arap. Tema yang dominan adalah interaksi humoris yang menggambarkan sisi santai dan tidak terlalu serius dari dunia influencer dan politik.

Perbandingan Tematik:

Artikel pertama menekankan pada potensi positif dari kunjungan influencer untuk Indonesia, berfokus pada sektor pariwisata dan promosi internasional.

Artikel kedua lebih menekankan pada interaksi santai dan humor antara Sandiaga Uno dengan influencer, memberikan sentuhan ringan dan kesan lebih kasual dalam membahas masalah yang sama.

d. Retoris:

Retorika mengacu pada cara penulis mempengaruhi pembaca untuk membangkitkan emosi atau merangsang pemikiran tertentu.

Artikel 1 (Okezone): Retorika artikel ini bertujuan untuk membangkitkan optimisme dan kebanggaan terhadap potensi pariwisata Indonesia. Dengan menyoroti komentar positif Sandiaga Uno, artikel ini berusaha

mempengaruhi pembaca untuk melihat kedatangan iShowSpeed sebagai peluang besar untuk memperkenalkan Indonesia ke dunia internasional.

Artikel 2 (Medcom): Retorika di artikel ini lebih berfokus pada membangkitkan tawa dan kelucuan dengan menghadirkan sisi manusiawi Sandiaga Uno. Komentar bercanda tentang Reza Arap berfungsi untuk membuat pembaca merasa lebih dekat dan akrab dengan tokoh publik, serta memberikan kesan ringan dan menyenangkan pada isu yang diangkat.

Perbandingan Retoris:

Artikel pertama menggunakan retorika yang lebih serius, dengan tujuan untuk membangkitkan rasa optimisme tentang efek positif kunjungan iShowSpeed terhadap Indonesia.

Artikel kedua menggunakan retorika yang lebih humoris dan ringan, bertujuan untuk menghibur pembaca dan menonjolkan sisi santai dari tokoh publik (Sandiaga Uno).

Kesimpulan:

Artikel pertama (Okezone) lebih berfokus pada dampak positif dari kunjungan iShowSpeed terhadap pariwisata Indonesia dan memperkenalkan Indonesia ke dunia internasional. Artikel ini lebih formal dan optimis, dengan menggunakan framing yang menggambarkan kedatangan influencer sebagai kesempatan besar.

Artikel kedua (Medcom) lebih ringan, humoris, dan mengutamakan interaksi santai antara Sandiaga Uno dan tokoh-tokoh influencer seperti iShowSpeed dan Reza Arap. Artikel ini lebih kasual dan bertujuan untuk menghibur pembaca dengan cara yang tidak terlalu serius.

Kedua artikel ini menggunakan pendekatan framing yang berbeda: artikel pertama menekankan aspek positif dan serius dari kunjungan iShowSpeed, sementara artikel kedua menggunakan framing yang lebih ringan dan humoris dengan menyoroti interaksi pribadi yang lebih santai.

5. Tanggal Pemberitaan : 23 September 2024

Artikel (1) Okezone : Sandiaga Uno Tanggapi Kritik Pedas Reza Arap Terkait Kedatangan IShowSpeed ke Indonesia

Artikel (2) Medcom : Disinggung oleh Reza Arap soal IShowSpeed, Sandiaga Uno: Sama Sekali Tidak Ada Niatan Mengklaim Analisa perangkat framing artikel di atas adalah sebagai berikut :

a. Sintaksis:

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana artikel disusun dan informasi disajikan.

Artikel 1 (Okezone): Artikel ini dimulai dengan pemberitaan mengenai kritik pedas dari Reza Arap terkait kedatangan iShowSpeed ke Indonesia. Selanjutnya, artikel tersebut menggali tanggapan dari Sandiaga Uno, yang memberikan klarifikasi dan penjelasan atas situasi tersebut. Informasi disampaikan dengan urutan yang jelas dan bertujuan menjelaskan kedua sudut pandang, serta mengontraskan kritik dengan tanggapan Sandiaga.

Artikel 2 (Medcom): Artikel ini lebih berfokus pada klarifikasi Sandiaga Uno setelah disinggung oleh Reza Arap mengenai kedatangan iShowSpeed. Struktur artikel dimulai dengan menyoroti pernyataan Reza Arap dan bagaimana Sandiaga Uno menanggapi hal tersebut. Artikel ini lebih menekankan pada penjelasan dari Sandiaga yang berusaha menjernihkan suasana dan menyatakan bahwa tidak ada niatan untuk mengklaim.

Perbandingan Sintaksis:

Artikel pertama (Okezone) lebih memusatkan perhatian pada kritik dari Reza Arap sebagai elemen utama dan kemudian memberikan respons dari Sandiaga Uno.

Artikel kedua (Medcom) langsung menyoroti klarifikasi Sandiaga Uno, dengan fokus yang lebih besar pada menjelaskan niatnya, dan memperkecil kesan adanya klaim.

b. Naskah:

Naskah merujuk pada gaya bahasa yang digunakan dalam artikel.

Artikel 1 (Okezone): Naskahnya lebih tajam dan sedikit lebih sensasional, dengan bahasa yang mencerminkan adanya ketegangan dalam perdebatan antara Reza Arap dan Sandiaga Uno. Artikel ini lebih menggambarkan situasi sebagai sebuah konflik yang melibatkan pernyataan tegas dari kedua pihak.

Artikel 2 (Medcom): Naskah di artikel ini lebih diplomatis dan tenang. Artikel ini mengutamakan penjelasan dari Sandiaga Uno dengan fokus pada penyelesaian masalah. Bahasa yang digunakan lebih menekankan pada klarifikasi dan mengurangi potensi kesalahpahaman.

Perbandingan Naskah:

Artikel pertama menggunakan naskah yang lebih konfrontatif dan mengutamakan elemen kritik. Ada ketegangan yang ditonjolkan dalam pernyataan-pernyataan yang ada.

Artikel kedua menggunakan naskah yang lebih tenang dan jernih, dengan fokus pada penyelesaian dan penjelasan dari Sandiaga Uno.

c. Tematik:

Tematik berhubungan dengan tema atau pesan utama dari artikel.

Artikel 1 (Okezone): Tema utama artikel ini adalah kritik dan konflik terkait kedatangan iShowSpeed ke Indonesia, dengan penekanan pada pandangan berbeda yang muncul dari Reza Arap dan Sandiaga Uno. Artikel ini mengangkat tema ketegangan terkait pengelolaan kedatangan influencer internasional dan bagaimana hal itu dipersepsikan oleh pihak-pihak yang terlibat.

Artikel 2 (Medcom): Tema utama artikel ini adalah klarifikasi dan penyelesaian konflik. Fokusnya adalah untuk menjernihkan ketegangan yang muncul antara Sandiaga Uno dan Reza Arap, dengan Sandiaga Uno menegaskan bahwa tidak ada niat untuk mengklaim atau mencaplok. Artikel ini

menekankan pentingnya komunikasi yang jelas dan penjelasan dari pihak terkait.

Perbandingan Tematik:

Artikel pertama lebih berfokus pada konflik dan kritik, dengan narasi yang memfokuskan pada ketegangan yang ada.

Artikel kedua lebih menekankan pada klarifikasi dan pengelolaan komunikasi, dengan mencoba meredakan ketegangan melalui penjelasan dari Sandiaga Uno.

d. Retoris:

Retorika berfokus pada bagaimana artikel berusaha mempengaruhi pembaca untuk merespons atau merasakan sesuatu.

Artikel 1 (Okezone): Retorika di artikel ini lebih bersifat provokatif, dengan mengangkat kritik tajam yang dilontarkan oleh Reza Arap.

Artikel ini berusaha untuk menarik perhatian pembaca dengan menciptakan ketegangan antara dua pihak dan menyoroti perbedaan pandangan mereka terhadap kedatangan iShowSpeed.

Artikel 2 (Medcom): Retorika di artikel ini lebih bersifat menenangkan dan mencoba mengurangi ketegangan. Dengan menampilkan klarifikasi dari Sandiaga Uno, artikel ini berusaha membangun kesan bahwa tidak ada niat buruk dan menekankan pentingnya pemahaman yang lebih baik mengenai situasi tersebut.

Perbandingan Retoris:

Artikel pertama menggunakan retorika yang lebih provokatif, dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca pada ketegangan yang ada dan menciptakan fokus pada konflik.

Artikel kedua menggunakan retorika yang lebih menenangkan, dengan tujuan untuk meredakan ketegangan dan menegaskan bahwa situasi tersebut tidak seburuk yang terlihat, serta tidak ada niat untuk menciptakan klaim atau kontroversi.

Kesimpulan:

Artikel pertama (Okezone) berfokus pada kritik dan konflik antara Reza Arap dan Sandiaga Uno mengenai kedatangan

iShowSpeed. Artikel ini menggunakan framing yang lebih provokatif, yang menyoroti ketegangan dan perbedaan pandangan antara pihak-pihak yang terlibat.

Artikel kedua (Medcom) lebih menekankan pada klarifikasi dan penyelesaian masalah. Dengan framing yang lebih menenangkan, artikel ini mencoba mengurangi ketegangan dan menunjukkan bahwa tidak ada niat untuk mengklaim atau menciptakan masalah.

Kedua artikel ini menggunakan pendekatan framing yang berbeda: artikel pertama menggunakan framing yang mengangkat ketegangan dan konflik, sementara artikel kedua menggunakan framing yang berfokus pada komunikasi yang jelas dan penyelesaian masalah.

## V. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran influencer internasional seperti iShowSpeed di Indonesia tidak hanya memberikan peluang promosi pariwisata secara digital, tetapi juga menimbulkan dinamika dalam ruang publik yang dipengaruhi oleh pemberitaan media. Dalam konteks pemulihan pariwisata pasca pandemi, figur publik dengan basis pengikut yang luas memiliki potensi strategis dalam mempromosikan destinasi wisata, khususnya kepada generasi muda yang sangat bergantung pada media sosial dalam mengambil keputusan perjalanan.

Namun, analisis framing terhadap pemberitaan Okezone dan Medcom menunjukkan bahwa media tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang masyarakat melalui pemilihan kata, narasi, dan konteks yang digunakan. Okezone, misalnya, lebih menekankan aspek positif dari kunjungan iShowSpeed dan menghubungkannya dengan daya tarik wisata lokal, sedangkan Medcom cenderung lebih kritis dan menyoroti peran pemerintah dalam menyikapi momentum ini. Perbedaan framing ini memperlihatkan bagaimana

afiliasi media dapat memengaruhi cara suatu peristiwa dikonstruksi secara sosial di ruang digital.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya peran media dalam membongkar realitas sosial serta dampaknya terhadap citra pariwisata nasional. Kehadiran influencer seharusnya dimanfaatkan secara strategis oleh pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dan pelaku industri, melalui sinergi yang tidak hanya berorientasi pada popularitas sesaat, tetapi juga pada penguatan narasi pariwisata Indonesia yang inklusif, terencana, dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

Abidin, A. Z., & Sudikan, S. Y. (2021). Konstruksi perempuan salihah dalam novel *29 Juz Harga Wanita* karya Ma'mun Affany. *Edisi Yudisium*, 8(2).

Alpito, A.S. (2024, September 21). Sandiaga Uno Komen soal Speed di Indonesia, Reza Arap: Ke mana Saja, Pak?. Diakses dari [Sandiaga Uno Komen soal Speed di Indonesia, Reza Arap: Ke mana Saja, Pak?](#)

Bungin, B. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Raja Grafindo Persada.

Dewi, M. P., Isnaini, M., & Girsang, L. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk meningkatkan brand addiction. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4(1), 253–266.

Fauziati, C. (2021). Analisis framing pemberitaan media daring tentang citra pemerintah Indonesia dalam penanganan pandemi Covid-19 (*Kompas.com* dan *Detik.com*). *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(2), 207–222.

Fauziyah, S. (2024, September 21). Heboh Kunjungan IShowSpeed, Sandiaga: Semoga Bikin Indonesia Makin Mendunia. Diakses dari [Heboh Kunjungan IShowSpeed, Sandiaga: Semoga Bikin Indonesia Makin Mendunia : Okezone Travel](#)

Fensi, F. (2021). Konstruksi media terhadap anti imigran: Sebuah kritik teoretis dan metodologis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 26(3), 205–213.

Gilleard, C. (2023). Revisiting the social construction of old age. *Ageing and Society*, 1–

14. <https://doi.org/10.1017/S0144686X23000133> (Jika ada DOI, bisa disertakan)

Heriyani, W. (2024, September 18). Potret YouTuber IShowSpeed Berkunjung ke Indonesia, Dapat Batik Merah dari Penggemar. Diakses dari [Potret YouTuber IShowSpeed Berkunjung ke Indonesia, Dapat Batik Merah dari Penggemar : Okezone Lifestyle](#)

Heriyani, W. (2024, September 19). IShowSpeed Terciduk Di Bali, Sampai Ikut Tari Kecak Di Uluwatu. Diakses dari [IShowSpeed Terciduk Di Bali, Sampai Ikut Tari Kecak Di Uluwatu : Okezone Lifestyle](#)

Heriyani, W. (2024, September 23). Sandiaga Uno Tanggapi Kritik Pedas Reza Arap Terkait Kedatangan IShowSpeed ke Indonesia. Diakses dari [Sandiaga Uno Tanggapi Kritik Pedas Reza Arap Terkait Kedatangan IShowSpeed ke Indonesia : Okezone Travel](#)

Khaeron, M.A. (2024, September 19). Pengawal IShowSpeed Sebut Batik Berasal dari Malaysia, Berikut Sejarah Asal Batik. Diakses dari [Pengawal IShowSpeed Sebut Batik Berasal dari Malaysia, Berikut Sejarah Asal Batik](#)

Kurniawan, D. dan Muktiyo, W. (2019). Framing Berita Presiden Donald Trump Oleh Media Asing Dan Media Nasional. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(3).

Kurniawan, D., & Muktiyo, W. (2019). Framing berita Presiden Donald Trump oleh media asing dan media nasional. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(3).

Ramadhan, M.F. (2024, September 19). Youtuber IShowSpeed Bingung Sebut Batik Asal Malaysia, Netizen Indonesia Bersuara.

Diakses dari [Youtuber IShowSpeed Bingung Sebut Batik Asal Malaysia, Netizen Indonesia Bersuara : Okezone Lifestyle](#)

Ritonga, R. (2020). Peran kuliner Pasar Lama dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Kota Tangerang. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(1), 1–9.

Rizky, M.H. (2024, September 19). ShowSpeed Tiba di Bali, Disambut Penari Kecak. Diakses dari [IShowSpeed Tiba di Bali, Disambut Penari Kecak](#)

Rizky, M.H. (2024, September 18). IShowSpeed Datangi Jakarta, Main di Kota Tua hingga Datangi Peramal. Diakses dari [IShowSpeed Datangi Jakarta, Main di Kota Tua hingga Datangi Peramal](#)

Sadono, T.P. dan Koli, N. (2015). Budaya Pengguna Aplikasi Baca Berita Indonesia (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Jurnalistik Jakarta Barat). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 1(1)

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugjaya, & Iskandar, H. (2024). Analisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Hutan Kota Srengseng. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 7(2), 845–857.

Taregan, P. G., & Haniza, N. (2021). Analisis framing pemberitaan media online *Suara.com* dan *Beritasatu.com* atas kasus pernyataan Tri Rismaharini tentang “memindahkan pegawai ke Papua”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).

Widiyaningrum, W. San Isnaini, M. (2021). Pembingkai Berita Aksi Unjuk Rasa Menolak Undang-undang Cipta Kerja. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 188-203

Yudha, E. P., A. P., A. E., & Larasati, R. W. (2021). Analisis framing pemberitaan media online *Tribunjogja.com* dan *Detik.com* (Kasus Suap Taufik Hidayat dan eks Menpora). *Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).