

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada Agustus 2017 telah terjadi krisis kemanusiaan antara kelompok etnis Rohingya (Muslim) dengan etnis Rakhine (Budha) di Arakan, Rakhine, Myanmar kembali menjadi perbincangan hangat dimedia online sejak tahun 2012 disebut sebagai konflik Rohingya. Banyak faktor memicu terjadinya konflik, bermula dari protes atas pemerkosaan dan pembunuhan, perbedaan agama dan etnis hingga adanya kebijakan pemboikotan di wilayah Rakhine oleh pemerintah Myanmar yang menyebabkan terjadinya kelaparan dan mencuatnya konflik kekerasan (Ebbighausen, 2017).

Dikutip dari situs berita *Deutsche Welle*, Siegfried O Wolf seorang kepala penelitian *South Asia Democratic Forum* (SADF) menyatakan bahwa konflik Rohingya bukan persoalan etnis dan agama melainkan adanya kepentingan politik dan ekonomi yang telah terjadi sejak penjajahan Inggris hingga berujung pada tragedi kemanusiaan paling memilukan di Asia Tenggara. Di mana didaerah Rakhine terdapat jalur Sumber Daya Alam (SDA) minyak dan gas melimpah yang sedang diperebutkan. Namun hingga saat ini, media meliputnya dengan membingkai berita ini seakan-akan konflik terjadi akibat dari perbedaan etnis dan agama yang dipelihara oleh militer Myanmar (Ebbighausen, 2013).

Cina selaku negara maju disinyalir memiliki andil besar dalam pemerintahan Myanmar dibuktikan dengan sokongan ekonomi, politik dan militer baik didalam maupun luar negeri untuk bekerjasama dengan pemerintahan Myanmar dibawah kepemimpinan Junta Militer (Ebbighausen, 2013). Lebih jauhnya lagi, dibalik konflik Rohingya ini diduga dimanfaatkan oleh kepentingan dunia politik internasional melalui kepemimpinan Aung San Suu Kyi sebagai aktivis pro-demokrasi yang didukung oleh Amerika (Nugroho, 2012).

Situasi di Rakhine semakin tidak stabil bukan karena adanya kepentingan politik-ekonomi, melainkan adanya peran penggunaan media sosial Facebook dan Instagram sebagai platform yang dapat diakses di Myanmar dalam penyebarluaskan informasi konflik Rohingya sebagai konflik anti muslim dan diskriminasi etnis. Terlebih terdapat akun Facebook bernama Ashin Wirathu seorang biarawan budha radikal yang memiliki 12 juta pengikut yang populer akan pidato kemarahannya memunculkan ketakutan terhadap muslim sekaligus penyebaran ujaran kebencian. Tentu kondisi ini menjadi semakin tidak terkendali karena secara tidak langsung publik dan warganet akan terpengaruh dengan pengemasan pernyataan yang dilakukan oleh biarawan budha tersebut. Hal ini didukung oleh pernyataan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) bahwa media sosial Facebook dianggap sebagai platform media yang tidak bisa menghalau ujaran kebencian yang dilakukan oleh Ashin Wirathu dan meningkatkan kemarahan pribumi Myanmar terhadap etnis muslim Rohingya di Myanmar (Subedar, 2018)

Pemegang kekuasaan pemerintahan Myanmar yaitu Junta Militer dengan dukungan dari biksu Wirathu yang memiliki kepentingan politik-ekonomi di wilayah penduduk mayoritas etnis Rohingya melakukan permainan opini dengan menyelipkan kebenaran fakta bahwa etnis Rohingya bukanlah penduduk Myanmar secara total, yang kemudian dijadikan legitimasi untuk melakukan penindasan terhadap etnis Rohingya. Permainan opini dimaksudkan sebagai adanya komunikasi politik yang dilakukan oleh Junta Militer (sebagai pihak yang memerintah atau pengguna propaganda) untuk melakukan sebuah target kepada biksu Wirathu (sebagai pihak penerima perintah atau pelaku propaganda) membuat gerakan propaganda anti muslim bernama 969 melalui media sosial Facebook dan Instagram sebagai media dengan Jumlah pengguna yang fantastis sehingga dimanfaatkan untuk mencapai kepentingan target dan mendapatkan keuntungan (Nugraha, 2019).

Penyebaran informasi konflik Rohingya media sosial Facebook dan Instagram ini diposisikan sebagai ruang negosiasi beragam kepentingan politik. Upaya menggiring opini publik dan mengalihkan isu dilakukan untuk

tercapainya sebuah target dengan cara penyebarluasan agenda propaganda dan kepentingan terorganisir yang tidak hanya dilakukan oleh golongan anti-pemerintah, gerakan separatis atau aliran radikal melainkan melibatkan unsur pemerintah itu sendiri sebagai pengguna jasa propaganda guna mencapai instrumen kontrol sosial, pencitraan (dukungan) dan ideologi politik penguasa (Nugraha, 2019).

Pemberitaan ini menjadi *headline* diberbagai media online sebab dalam penentuan beritanya pun memungkinkan adanya sebuah kepentingan yang saling bertarung didalam media dengan ideologi dan kebijakannya tersendiri untuk menciptakan, membangun, meningkatkan dan menyuguhkan informasi kepada publik yang membuat pandangannya akan berbeda meskipun dalam peristiwa yang sama (Ishwara, 2005). Kenyataan ini menunjukkan bahwa media mampu dipandang sebagai pihak konstruksi sosial berdasarkan pada kepentingan tertentu melalui kreatifitas pengemasan dan penataan bahasa (Hamad, 2001).

Beredarnya berita tersebut tidak terlepas dari penggunaan strategi *Agenda Setting* yang dipercaya oleh Maxwell McCombs dan Donald L Shaw (1972) bahwa media mempunyai kapasitas untuk mentransfer hal mencolok dan menyeleksi berita. Di mana media dapat menciptakan hal yang penting baginya dan berarti pula bagi masyarakat (Jorgensen, 2009). Berdasarkan teori ini, media dalam mengangkat suatu isu atau peristiwa tidak harus merujuk pada fakta melainkan lebih memerankan suatu topik yang sedang ramai di media sosial. Keramaian tersebut menggunakan istilah *framing* yang dikemukakan oleh Robert N Entman (1963) bahwa *Framing* digunakan oleh media untuk membingkai dan menonjolkan isu tertentu yang mengabaikan isu lain dengan menggunakan strategi wacana penempatan yang mencolok, misalnya, penempatan pokok berita, pemakaian jargon, simbol budaya dengan cara mengungkap *the power of a communication text* untuk mendapatkan *traffic viewers* (Jorgensen & Hanitzsch, 2009).

Berdasarkan penjelasan diatas, peran media ini sebagai mediator yang seimbang dalam menyiarkan berita kepada masyarakat, tetapi menurut Prajarto

(1993) posisi dan keterlibatan media dalam sebuah isu mempunyai beberapa saluran perumusan. Pertama, media berperan sebagai pencerita (*storyteller*). Kedua, *storyteller* diartikan sebagai penentuan keterlibatannya dalam tiga bentuk; (1). Pemertajam konflik; (2). Pereda konflik; (3). Pihak netral. Ketiga bentuk tersebut, sebagian berpendapat media bisa netral dan sebagian percaya bahwa media tidak mungkin netral dalam memberitakan konflik.

Pada *Agenda Setting Framing* media massa, penulis menggunakan portal penyiaran berita BBC Indonesia dan CNN Indonesia yang dipandang sebagai stasiun televisi layanan berita objektif dan tidak memihak, maka tak heran jika kedua layanan penyiaran berita ini dianggap paling penting dan berpengaruh dalam pembentukan pola pikir masyarakat dalam menyikapi isu berita yang tersebar. Akan tetapi dalam pengelolaan *Agenda Setting Framing*, BBC Indonesia dan CNN Indonesia memiliki ideologi dan kepentingannya tersendiri dalam menyiarkan berita tergantung dari berita yang dianggap penting untuk diketahui oleh masyarakat sehingga berita yang disiarkan akan memiliki aspek yang berbeda meskipun dalam satu peristiwa (Bimo, 2018).

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu mengenai media massa dari Mochammad Nur Alam menyatakan keterlibatan media massa portal media BBC Indonesia dan CNN Indonesia memiliki perbedaan dalam pengelolaan *Agenda Setting Framing*. CNN Indonesia sebagai media berita aktual dengan lugas menilik keterlambatan pemerintah dalam mengatasi konflik pemerintah, sedangkan BBC Indonesia sebagai media faktual menampilkan fungsi aktif pemerintah dalam menangani konflik Rohingya berdasarkan data.

Sementara hasil penelitian mengenai pembentukan opini publik dimedia sosial sejalan dengan penelitian dari Nabila Astari (2021), Luqman Yulianto (2018) dan Edwin Prasetiawan (2017) bahwa penyebaran informasi konflik Rohingya di Facebook dan Instagram dipandang sebagai platform paling efektif, adanya keyakinan lebih tinggi, dan telah menjadi saluran komunikasi politik dari proses menguatnya peran masyarakat sipil (*civil society*) yang bertujuan menggiring opini publik atau mengajak publik berpikir mengenai isu yang menjadi perhatian bersama untun mencapai keputusan bersama.

Strategi *Agenda Setting Framing* memungkinkan memiliki pengaruh terhadap pengguna media sosial Facebook dan Instagram mengenai konflik Rohingya, seperti halnya terdapat postingan bersifat politik dari TV Muhammadiyah [@tvMU] membingkai judul “Ini Bukan Lagi Konflik Tapi Pembantaian” dimana diperlukan penanganan politik melalui pemutusan hubungan diplomasi Indonesia-Myanmar. Adapun Harian Sinar [@sinarharian] menggiring publik untuk memiliki empati kepada etnis Rohingya dengan cara mendonasikan sumbangan. Serta pada akun pribadi Maung Zarni [@drzami} seorang Budhis Burma yang menentang kekerasan yang dilakukan oleh militer Myanmar dan pernyataan Aung San Suu Kyi serta pembingkaiian ketidakbenaran media bahwa Rohingya sebagai terorisme.

Kegiatan tersebut memicu dan pembentukan opini publik dalam menyikapi bagaimana penyelesaian konflik Rohingya, apakah akan mengarah pada meningkatnya rasa simpati karena merasa sebagai sesama muslim sehingga perlunya penangan politik melalui pemutusan hubungan diplomasi Indonesia-Myanmar atau mengarah pada penanganan politik konflik Rohingya dengan cara memutus hubungan diplomasi Indonesia-Myanmar bukanlah solusi terbaik sehingga memilih untuk menyalurkan bantuan kemanusiaan sebagai wujud mendukung kebijakan politik Indonesia dan lebih berperan dipengadilan internasional.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis melalui judul pengaruh *Agenda-Setting Framing* media massa (BBC Indonesia dan CNN Indonesia Periode Juli 2019) terhadap pembentukan opini publik pengguna media sosial (Facebook dan Instagram) tentang konflik etnis Rohingya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti merumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana konflik Rohingya *Agenda Setting* dan *Framing* media massa

- BBC Indonesia dan CNN Indonesia?
2. Bagaimana konflik Rohingya dalam pembentukan opini publik pengguna media sosial Facebook & Instagram?
 3. Apakah terdapat pengaruh *Agenda-Setting Framing* media massa (BBC Indonesia dan CNN Indonesia) terhadap pembentukan opini publik pengguna media sosial (Facebook & Instagram) tentang konflik etnis Rohingya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana kondisi *Agenda Setting Framing* media massa (BBC Indonesia dan CNN Indonesia) tentang konflik Rohingya
2. Untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi pembentukan opini publik pengguna media sosial (Facebook & Instagram) tentang konflik Rohingya
3. Untuk menggambarkan dan menjelaskan ada atau tidak adanya pengaruh *Agenda-Setting Framing* media massa (BBC Indonesia dan CNN Indonesia) terhadap pembentukan opini publik pengguna media sosial (Facebook & Instagram) tentang konflik etnis Rohingya.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat menjadi dua bagian, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis diarahkan untuk pengembangan ilmu politik dalam bidang kajian politik dan media, terutama pada kajian politik yang bersih dan berhasil guna mendapatkan dukungan dari masyarakat luas dan sukses dalam memenangkan suatu kontestasi politik.

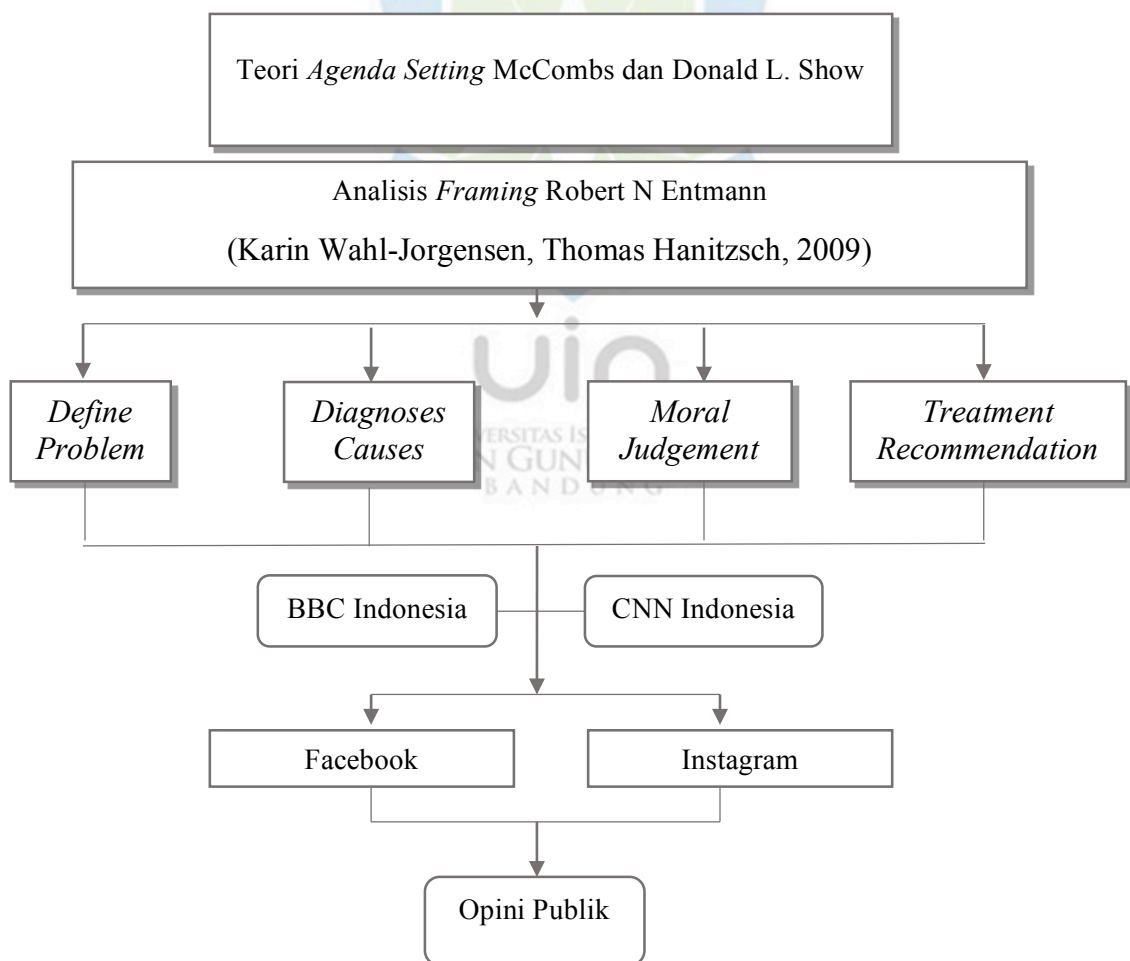
2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis diarahkan untuk menjadi rujukan dalam upaya perumusan dan penetapan kebijakan politik yang dapat menjaga fungsi-fungsi media dalam kehidupan politik

E. Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini terdapat bagan yang dibuat sebagai cara pikir yang digunakan untuk mempermudah pemahaman terkait dari penelitian. Adapun alur kerangka pikir yang akan digunakan sebagai berikut:

Gambar 1 Skema Kerangka Berpikir



Bagan kerangka pemikiran di atas, memberikan penjelasan bahwa dalam meneliti pengaruh *Agenda Setting* menggunakan teori *Agenda Setting*

dari Mc Combs dan Donald L. Show yang mengadaptasi mengenai faktor yang mempengaruhi media. Lalu pengaruh *Framing* menggunakan teori *Framing* dari Robert N Entmann melalui empat (4) elemen mengenai berita tentang konflik Rohingya pada berita di CNN Indonesia dan BBC Indonesia. Di mana penulis menganggap kedua media massa tersebut sebagai portal media yang netral dalam memberitakan konflik Rohingya, namun tetap memiliki kepentingan berdasarkan ideologinya tersendiri sehingga dipastikan faktor isi beritanya tentu berbeda.

Pada pembentukan opini publik menggunakan teori D.E Rajeck tentang faktor pembentukan opini *ABC's Attitude* dengan menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media sosial terlaris untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana proses pembentukan opini publik. Penelitian ini akan berusaha menjelaskan bagaimana terbentuknya opini publik dalam menyikapi isu penanganan politik konflik Rohingya apakah akan mengarah pada meningkatnya rasa simpati karena merasa sebagai sesama muslim sehingga perlunya memutus hubungan diplomasi Indonesia-Myanmar atau mengarah pada pembentukan opini yang menentang pemutusan hubungan diplomasi Indonesia - Myanmar dan memilih untuk menyalurkan bantuan kemanusiaan sebagai wujud mendukung kebijakan politik Indonesia dan lebih berperan dipengadilan internasional.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Agenda Setting Framing* dalam lingkup media massa telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya. Akan tetapi, penelitian yang berfokus pada media sosial seperti Facebook dan Instagram dengan aspek kepentingan dan pengaruh masih belum banyak penelitiannya. Beberapa hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian Mochammad Nur Alam

Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian Nur Alam sebuah penelitian tahun 2017 yang berbentuk skripsi dengan pembahasan berjudul “Pembingkai Media Online Mengenai Peran Indonesia dalam

Penyelesaian Konflik Rohingya (Analisis *Framing* Pemberitaan CNNIndoensia.com dan BBC Indonesia Periode September 2017 dalam Tinjauan Robert Entmann)“. Dalam penelitian tersebut Nur Alam mengkaji mengenai adanya perbedaan pembingkaihan penyajian berita terletak pada fungsi pemerintah dalam menyelesaikan konflik Rohingya. CNN sebagai media berita aktual dengan lugas menilik keterlambatan pemerintah dalam mengatasi konflik pemerintah, sedangkan BBC sebagai media faktual menampilkan fungsi aktif pemerintah dalam menangani konflik Rohingya berdasarkan data.

Perbedaan penelitian Mochammad Nur dengan penelitian ini terletak pada pengaruh dari *Agenda-Setting Framing* mengenai informasi konflik Rohingya. Dalam menentukan ada atau tidaknya pengaruh tersebut penulis menggunakan portal media massa BBC Indonesia dan CNN Indonesia berdasarkan tingkat individualitas, tingkat rutinitas media, tingkat ekstramedia, tingkat organisasi dan tingkat ideologis dari kedua portal media massa tersebut.

2. Penelitian Nabila Astari

Penelitian terdahulu Nabila Astari sebuah penelitian tahun 2021 yang berbentuk skripsi dengan pembahasan yang berjudul “Media Sosial sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian teori *Agenda Setting* : Tinjauan ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara“. Dalam penelitian tersebut Astari mengkaji mengenai keberadaan media sosial sebagai platform paling efektif dalam melakukan *Agenda Setting* dikarenakan memiliki kecepatan penyebaran informasi dan adanya keyakinan lebih tinggi dikalangan pembaca online (netizen) telah menjadi saluran komunikasi politik yang berhasil memerankan penyusunan agenda politik yang sengaja digunakan oleh kelompok kepentingan (partai politik atau politisi).

Perbedaan penelitian Astari dengan penelitian ini ialah lebih berfokus pada pengaruh dari *agenda-setting* yang dilakukan media massa terhadap penggunaan media sosial mengenai konflik Rohingya. Penelitian ini

menggunakan portal media massa BBC Indonesia dan CNN Indonesia sebagai media massa yang netral dalam memilih berita yang dianggap penting mengenai konflik Rohingya serta pada media sosialnya menggunakan platform Facebook dan Instagram sebagai platform saluran komunikasi politik paling mudah untuk mempengaruhi publik yang digunakan untuk mendukung kebijakan pemerintah Myanmar dengan melegalkan kampanye pengusiran dan kekerasan terhadap etnis Rohingya.

3. Penelitian Luqman Yulianto

Penelitian yang dilakukan oleh Luqman adalah penelitian dalam bentuk jurnal yang rilis pada tahun 2018 dengan judul “Media Sosial Instagram (Konflik Etnis Rohingya)”. Dalam penelitian ini membahas mengenai informasi konflik etnis Rohingya yang tersebar di Instagram mengandung pelanggaran etika-moral yang mengorbankan pihak lemah untuk keuntungan mayoritas yang terjadi karena adanya ketidakadilan dalam praktis utilitarianisme yang dijadikan sebagai moral politik.

Persamaan kajian yang membahas mengenai penggunaan media sosial Instagram dalam menyikapi konflik Rohingya tetapi berbeda fokus dan lokus yang dikaji dengan penelitian ini. Perbedaannya yaitu di mana media sosial pada penelitian ini menggunakan platform Instagram dan Facebook sebagai platform negosiasi yang paling mudah dan cepat serta meyakinkan publik untuk merespon hal yang sedang dibicarakan yang sebenarnya ada kepentingan politik didalamnya.

4. Penelitian Edwin Prasetiawan dkk

Penelitian yang dilakukan Edwin dkk ini membahas mengenai “Civil Society as Peacebuilder in the Internet Era”. Penelitian yang terbit pada tahun 2017 berbentuk jurnal itu memuat mengenai Facebook sebagai media sosial yang aktif dalam penyebarluasan konflik kekerasan terhadap etnis Rohingya yang justru didukung oleh negara Myanmar merupakan bagian dari proses menguatnya peran masyarakat sipil (*civil society*) sebagai bentuk asosiasi politik untuk mempromosikan isu-isu publik yang dapat menjadi perhatian bersama dan pengambilan keputusan.

Adanya persamaan kajian disini yang membahas mengenai peran penggunaan media sosial sebagai platform pembangunan asosiasi politik dalam mempromosikan isu-isu publik termasuk penyebarluasan informasi mengenai konflik Rohingya. Adapula perbedaannya terletak pada dampak yang ditimbulkan dari pembangunan asosiasi politik dalam mempromosikan isu-isu publik ini yaitu proses pembentukan opini dan reaksi pengguna media sosial Facebook dan Instagram tentang konflik Rohingya yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner.

