

Analisis *Framing* Terhadap Pemberitaan Larangan Impor Pakaian Bekas (*Thrifting*) oleh Menteri Keuangan Purbaya pada BBC dan Kompas.com

Afifah Nurul Mardhiyyah^{1*}, Roro Retno Wulan², Nur Atnan³, Rana Akbari Fitriawan⁴

^{1,2,3} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom

Jalan Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu, Sukapura, Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257, Indonesia

*Penulis korespondensi; email: afifahnurul@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pemberitaan mengenai larangan impor pakaian bekas yang disampaikan oleh Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa menimbulkan perdebatan publik dan dimaknai secara beragam oleh media massa. Perbedaan cara media membingkai isu ini berpotensi memengaruhi pemahaman dan sikap publik terhadap kebijakan pemerintah. Penelitian ini bertujuan menganalisis *framing* pemberitaan larangan impor pakaian bekas pada Kompas.com dan BBC. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis *framing* model Robert N. Entman. Data penelitian berupa teks berita yang dianalisis melalui unsur pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai kebijakan larangan impor pakaian bekas melalui pendekatan human interest dan konflik, dengan penekanan pada dampak sosial ekonomi terhadap pedagang kecil. Sebaliknya, BBC membingkai isu tersebut secara analitis dan struktural dengan menyoroti kompleksitas penegakan hukum dan sistem perdagangan. Pembahasan menunjukkan bahwa perbedaan *framing* dipengaruhi oleh ideologi media dan orientasi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media berperan aktif dalam mengonstruksi realitas kebijakan publik. Peneliti disarankan agar pembaca bersikap kritis terhadap pemberitaan media dan pembuat kebijakan memperhatikan strategi komunikasi publik yang lebih komprehensif.

Kata kunci: analisis *framing*, *thrifting*, kebijakan impor, media massa, konstruksi realitas sosial.

Abstract

The news about the ban on imports of used clothes delivered by Finance Minister Purbaya Yudhi Sadewa caused public debate and was variously interpreted by the mass media. Different ways in which the media frame this issue can potentially affect public understanding and attitude toward government policies. This study aims to analyze the framing of the news of the ban on secondhand clothing imports on Kompas.com and the BBC. The research method used was qualitatively descriptive with Robert N. Entman. Research data are news texts analyzed through elements of problem definition, cause determination, moral judgment, and resolution recommendations. Research results show that Kompas.com framed the policy of banning imports of used clothing through a human interest approach and conflict, with an emphasis on the socioeconomic impact on small merchants. Instead, the BBC framed the issue analytically and structurally by highlighting the complexities of law enforcement and trading systems. Discussions show that differences in framing are influenced by media ideology and audience orientation. This study concluded that the media played an active role in constructing the reality of public policy. It is recommended that readers be critical of media coverage and policy makers pay attention to a more comprehensive public communication strategy.

Keywords: framing analysis, *thrifting*, import policy, mass media, social reality construction.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



1. PENDAHULUAN

Larangan impor pakaian bekas (*thrifting*) yang disampaikan oleh Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa menjadi isu publik yang menimbulkan perdebatan luas di Indonesia. Kebijakan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek legal perdagangan internasional, tetapi juga bersinggungan dengan praktik ekonomi

masyarakat, budaya konsumsi, serta keberlangsungan usaha mikro dan kecil. Kondisi ini menjadikan *thrifting* sebagai isu yang sensitif dan mudah memicu beragam interpretasi di ruang publik, terutama melalui pemberitaan media massa (de Vreese, 2021).

Media massa memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman publik terhadap kebijakan pemerintah. Melalui proses seleksi fakta, penonjolan isu, serta penggunaan bahasa tertentu, media tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi realitas sosial mengenai suatu peristiwa (Berger & Luckmann, 2021). Karena itu, pemberitaan mengenai larangan impor pakaian bekas tidak dapat dipandang sebagai representasi realitas objektif semata, melainkan sebagai hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh ideologi media, kepentingan audiens, dan rutinitas redaksional.

Perbedaan konstruksi realitas terlihat jelas pada pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com dan BBC. Kompas.com, sebagai media nasional, cenderung menempatkan isu *thrifting* dalam kerangka dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat kecil. Sementara itu, BBC sebagai media internasional lebih menekankan pendekatan analitis dengan melihat persoalan *thrifting* sebagai bagian dari masalah struktural perdagangan ilegal dan tata kelola kebijakan publik. Perbedaan sudut pandang ini menunjukkan bahwa media memainkan peran aktif dalam membingkai isu yang sama secara berbeda (Cacciatore et al., 2023).

Analisis *framing* menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji bagaimana realitas sosial mengenai larangan impor pakaian bekas dibentuk oleh media. *Framing* memungkinkan peneliti mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan masalah, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, serta merekomendasikan solusi tertentu kepada khalayak (Entman, 2020). Melalui analisis ini, dapat dipahami bahwa perbedaan *framing* berpotensi memengaruhi cara publik menilai legitimasi kebijakan pemerintah dan posisi aktor-aktor yang terlibat.

Meskipun kajian mengenai *framing* media terhadap kebijakan publik telah banyak dilakukan, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada isu politik elektoral, pandemi, atau kebijakan lingkungan, dengan objek media yang homogen dan konteks domestik semata (Lecheler & de Vreese, 2020; Matthes, 2022). Kajian *framing* terhadap isu *thrifting* di Indonesia masih terbatas dan cenderung menempatkan media nasional sebagai satu-satunya objek analisis. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara komparatif membandingkan *framing* media nasional dan media internasional terhadap kebijakan ekonomi Indonesia, khususnya yang menyangkut larangan impor pakaian bekas oleh aktor negara seperti Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa. Kekosongan ini menyebabkan pemahaman mengenai bagaimana perbedaan ideologi media lintas negara memengaruhi konstruksi realitas kebijakan publik masih belum tergalikan secara komprehensif (Cacciatore et al., 2023).

Berdasarkan gap tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada analisis *framing* komparatif antara media nasional Kompas.com dan media internasional BBC dalam membingkai isu larangan impor pakaian bekas. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi perbedaan bingkai pemberitaan, tetapi juga menempatkan *framing* media dalam kerangka teori konstruksi realitas sosial dan komunikasi kebijakan publik. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai bagaimana media dengan orientasi audiens dan ideologi berbeda mengonstruksi makna kebijakan ekonomi yang sama, serta implikasinya terhadap pembentukan opini publik di tingkat nasional dan global (Berger & Luckmann, 2021; D'Angelo & Kuypers, 2023). Penelitian ini berfokus pada analisis *framing* pemberitaan larangan impor pakaian bekas oleh Menteri Keuangan Purbaya pada BBC dan Kompas.com. Penelitian ini penting untuk mengungkap bagaimana media nasional dan internasional membingkai isu kebijakan yang sama, serta bagaimana perbedaan *framing* tersebut berimplikasi pada pembentukan opini publik dan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan negara (D'Angelo & Kuypers, 2023).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Teori Konstruksi Realitas Sosial merupakan salah satu paradigma paling berpengaruh dalam sosiologi kontemporer. Teori ini berakar dari karya monumental Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku *The Social Construction of Reality* (1966). Inti dari teori ini adalah argumen bahwa realitas tidak hadir begitu saja secara objektif, melainkan dibentuk secara terus-menerus melalui proses interaksi sosial. Manusia, menurut pandangan ini, adalah pencipta sekaligus produk dari realitas sosial mereka sendiri (Berger & Luckmann, 1966).

Proses pembentukan realitas sosial terjadi melalui tiga tahap simultan yang disebut sebagai momen dialektika. Ketiga proses ini bekerja secara berkesinambungan untuk menciptakan apa yang kita sebut sebagai "masyarakat".

1. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik melalui aktivitas fisik maupun mental. Individu tidak dapat bertahan hidup dalam keterasingan; mereka harus terus-menerus memproyeksikan diri ke dalam lingkungan sosial mereka. Melalui eksternalisasi, manusia menciptakan alat, bahasa, institusi, dan nilai-nilai. Pada tahap ini, masyarakat dipandang sebagai produk manusia.

2. Objektivasi

Objektivasi adalah proses di mana hasil eksternalisasi manusia (seperti bahasa atau aturan hukum) menjadi realitas yang terpisah dari penciptanya. Produk-produk sosial tersebut seolah-olah memiliki eksistensi objektif yang berada di luar individu. Misalnya, uang adalah hasil konstruksi manusia, namun kita memperlakukannya sebagai benda yang memiliki nilai objektif yang tidak bisa diubah hanya dengan keinginan satu individu. Di sini, masyarakat menjadi realitas yang objektif.

3. Internalisasi

Internalisasi adalah proses di mana individu menarik kembali realitas objektif tersebut ke dalam kesadaran mereka melalui sosialisasi. Individu belajar memahami makna di balik struktur sosial dan menerimanya sebagai kebenaran personal. Melalui internalisasi, manusia menjadi produk masyarakat.

Bahasa adalah alat utama dalam konstruksi realitas. Menurut penelitian terbaru, bahasa tidak hanya mencerminkan realitas tetapi secara aktif membentuk cara kita mempersepsikan dunia (Fuchs, 2020). Kata-kata menyediakan kategori-kategori yang kita gunakan untuk mengelompokkan pengalaman. Tanpa bahasa, realitas sosial akan menjadi kekacauan persepsi yang tidak berarti. Pengetahuan juga memainkan peran krusial. Dalam konteks modern, "apa yang dianggap nyata" sering kali ditentukan oleh distribusi pengetahuan dalam masyarakat. Kelompok yang memiliki akses terhadap kekuasaan biasanya memiliki kemampuan lebih besar untuk melegitimasi konstruksi realitas mereka sehingga dianggap sebagai "kebenaran umum" oleh kelompok lain (Sadeghi & Ghadami, 2021).

Teori ini mengalami perkembangan signifikan akibat ledakan media sosial. Realitas tidak lagi hanya dikonstruksi melalui interaksi tatap muka (*face-to-face*), melainkan melalui algoritma dan ruang siber. Media sosial menciptakan "ruang objektif" baru di mana identitas dikonstruksi secara digital. Individu melakukan eksternalisasi melalui unggahan, yang kemudian diobjektivasi oleh sistem *likes* dan *shares*, hingga akhirnya diinternalisasi kembali sebagai standar kecantikan, kesuksesan, atau kebahagiaan (Couldry & Hepp, 2020). Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) juga mulai menjadi aktor dalam mengonstruksi realitas. AI membantu menyaring informasi yang diterima individu, sehingga menciptakan "filter bubble". Hal ini memperkuat internalisasi realitas yang terfragmentasi, di mana setiap kelompok masyarakat mungkin hidup dalam realitas konstruksi yang berbeda-beda meski berada dalam satu negara (Lazer et al., 2020).

2.2 Konstruksi Realitas oleh Media Massa

Secara tradisional, media massa sering dianggap sebagai institusi yang memegang prinsip objektivitas. Namun, perspektif konstruksionisme berargumen bahwa realitas tidak pernah hadir "apa adanya" di depan penonton. Realitas yang kita konsumsi adalah hasil dari serangkaian seleksi, penonjolan, dan penyederhanaan yang dilakukan oleh pekerja media. Menurut pandangan ini, media tidak hanya melaporkan realitas, tetapi menciptakan "realitas media" (*media reality*) yang sering kali dianggap oleh audiens sebagai "realitas objektif" (*objective reality*). Proses konstruksi ini melibatkan tiga tahap utama: eksternalisasi (usaha manusia mengekspresikan diri ke dalam dunia), objektivasi (hasil dari eksternalisasi yang menjadi realitas objektif bagi orang lain), dan internalisasi (penyerapan realitas tersebut oleh individu ke dalam kesadarannya). Dalam konteks media, berita yang kita baca adalah hasil objektivasi dari wartawan yang kemudian kita internalisasi sebagai kebenaran tentang dunia (Eriyanto, 2021).

Media massa menggunakan alat tertentu untuk membangun realitas, yang paling dominan adalah *framing* (pembingkai) dan *agenda setting*.

1. *Agenda Setting*: Media memiliki kekuatan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Jika media memberitakan sebuah topik secara terus-menerus, publik akan menganggap topik tersebut krusial. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa di era pasca-pandemi, media massa secara aktif mengonstruksi urgensi isu perubahan iklim melalui narasi bencana yang konsisten (Haryanto & Kurniawan, 2023).
2. *Framing*: Ini adalah cara media menekankan aspek tertentu dari sebuah realitas sambil mengabaikan aspek lainnya. Pembingkai ini sangat terlihat dalam pelaporan konflik politik. Sebuah media mungkin

membangkai sebuah protes sebagai "perjuangan demokrasi", sementara media lain membangkainya sebagai "gangguan ketertiban umum" (Sudibyo, 2022)

2.3 Analisis *framing* Robert N Entman

Framing dipahami sebagai cara media mengorganisasikan dan menyajikan informasi sehingga aspek tertentu dari suatu peristiwa menjadi lebih menonjol. Entman merumuskan empat elemen *framing*, yakni pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengurai bagaimana media mendefinisikan suatu kebijakan, siapa yang dianggap sebagai sumber masalah, nilai apa yang dilekatkan pada aktor tertentu, dan solusi apa yang didorong kepada publik. Berbagai penelitian di Indonesia telah menggunakan model Entman untuk menganalisis berita kebijakan publik dan isu kontroversial di media online, mulai dari kebocoran data, vaksinasi, hingga kampanye politik. Temuan umumnya menunjukkan bahwa media cenderung menonjolkan sudut pandang pemerintah atau aktor dominan tertentu, sementara suara kelompok rentan atau terdampak sering kali kurang mendapatkan porsi setara. Hal ini memperlihatkan pentingnya analisis *framing* untuk mengungkap relasi kuasa di balik teks berita.

2.4 Penelitian Terdahulu tentang Larangan Impor Pakaian Bekas dan *thrifting*

Beberapa penelitian secara spesifik telah mengkaji *framing* media terhadap larangan impor pakaian bekas. Zain dan Agustin (2023) meneliti kebijakan pemerintah terkait larangan impor baju bekas pada Tempo dan Media Indonesia dengan model *framing* Entman, dan menemukan bahwa fokus utama pemberitaan berada pada upaya pemerintah menertibkan impor serta menegakkan regulasi, sementara sisi ekonomi masyarakat dan pedagang pakaian bekas kurang dieksplorasi secara mendalam. Penelitian lain mengulas larangan *thrifting* di Batam dan daerah lain.

Laila (2025) menganalisis *framing* media lokal terhadap larangan *thrifting* dan mendapati bahwa media cenderung menonjolkan keberhasilan aparat dalam memusnahkan barang sitaan dan menindak pelanggaran, sehingga kebijakan pemerintah tampak tegas dan protektif. Studi di UPN Veteran Jakarta mengenai industri pakaian bekas impor ilegal di CNBC Indonesia dan salah satu media pemandang juga menunjukkan bahwa konstruksi berita lebih banyak mengarah pada narasi penertiban, perlindungan industri, dan potensi pelanggaran hukum (Maulana, 2025). Di sisi lain, beberapa penelitian fokus pada fenomena *thrifting* sebagai praktik budaya dan gaya hidup. Studi tentang *thrifting* pada mahasiswa, tren *thrifting* di Yogyakarta, Surabaya, dan kota lainnya menunjukkan bahwa pakaian bekas tidak lagi sekadar diasosiasikan dengan kelas ekonomi bawah, tetapi menjadi bagian dari identitas gaya hidup, ekspresi diri, dan pilihan konsumsi yang dipengaruhi media sosial. Penelitian-penelitian ini memperlihatkan adanya ketegangan antara logika ekonomi kreatif dan budaya konsumsi di satu sisi, serta logika regulasi negara dan perlindungan industri lokal di sisi lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses penafsiran teks berita untuk memahami bagaimana media mengkonstruksi realitas melalui pemilihan fakta, penyusunan narasi, dan penekanan sudut pandang tertentu. Analisis tidak bertujuan mengukur besaran fenomena, tetapi menggali pola makna yang terkandung dalam pemberitaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *framing* model Robert N Entman. Model ini menekankan empat unsur utama dalam pembingkai isu, yaitu pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian.

Objek penelitian adalah pemberitaan mengenai larangan impor pakaian bekas yang dimuat pada portal BBC Indonesia dan Kompas.com. Unit analisis berupa teks berita yang terdiri dari judul, lead, isi berita, penyebutan aktor, pemilihan narasumber, struktur paragraf, dan elemen bahasa lain yang menunjukkan bagaimana isu dibingkai oleh media. Jumlah berita yang dianalisis dalam mini proposal dapat mencakup satu artikel utama atau beberapa artikel tentang topik yang sama. Dalam analisis *framing*, menggunakan satu berita pun tetap legal selama analisis dilakukan secara menyeluruh. Data utama penelitian ini berasal dari teks berita yang diambil langsung dari situs resmi BBC Indonesia. Pernyataan pemerintah, dokumen kebijakan, peraturan perdagangan pakaian bekas, dan literatur akademik tentang pembuatan realitas media dan analisis *framing* juga menyumbang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 adalah hasil Pemberitaan Larangan Impor Pakaian Bekas (Thriftling) oleh Menteri Keuangan Purbaya Pada BBC dan Kompas.com.

Tabel 1. Analisis Berita Larangan Impor Pakaian Bekas dalam BBC

Perangkat Framing	Kompas.com	BBC Indonesia
1. Sintaksis (Cara wartawan menyusun fakta: <i>Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan</i>)	Headline: Menggunakan kalimat tanya ("...Terancam?"). Ini menciptakan kesan dramatis, ketidakpastian, dan mengundang pembaca untuk melihat dampak kebijakan. Lead: Membenturkan dua realita: tren anak muda yang sedang digemari vs langkah tegas Menteri. Struktur: Mengutamakan konflik dan dampak manusiawi (human interest). Dimulai dari pernyataan tegas Menkeu, diikuti data penindakan, lalu ditutup dengan porsi besar untuk keluhan/kecemasan pedagang kecil.	Headline: Menggunakan pola "Pernyataan – Pertanyaan Analitis" ("... – Kenapa...?"). Fokus pada tindakan kebijakan dan langsung mengajak pembaca berpikir kritis tentang masalah sistemik. Lead: (Implisit) Cenderung langsung menjelaskan konteks aturan baru dan segera beralih ke inti masalah: mengapa hal ini terus berulang. Struktur: Lebih bersifat eksplanatif dan analitis. Tidak hanya melaporkan "siapa bilang apa", tetapi "mengapa hal ini terjadi" dan menelusuri akar masalah.
2. Skrip (Cara wartawan mengisahkan berita: 5W+1H, Siapa lakon utama/korban)	Skrip Konflik & Human Interest: Cerita dibangun sebagai pertentangan antara "Pemerintah yang Tegas" (Menkeu Purbaya) melawan "Rakyat Kecil yang Terjepit" (Pedagang/Pencinta Thrifting). Lakon: Menkeu sebagai <i>The Enforcer</i> (Penegak Aturan), Pedagang sebagai <i>Victim</i> (Korban Kebijakan).	Skrip Analisis Masalah (Problem-Solving): Cerita dibingkai sebagai sebuah "Teka-teki Kebijakan". Fokusnya bukan pada drama emosional, melainkan pada kompleksitas penegakan hukum. Lakon: Sistem atau Birokrasi sebagai subjek yang sedang diuji efektivitasnya.
3. Tematik (Cara wartawan menuliskan pandangan: Tema, Proposisi, Hubungan Kausal)	Tema: Dilema Ekonomi & Penegakan Hukum. Proposisi: 1. Impor ilegal merugikan negara/industri lokal. 2. Namun, pelarangan mematikan mata pencaharian pedagang kecil. 3. Kebijakan ini menciptakan kecemasan sosial.	Tema: Kompleksitas & Tantangan Struktural. Proposisi: 1. Larangan bukan hal baru, tapi sulit dieksekusi. 2. Produk ilegal bertahan karena ada permintaan pasar dan celah pengawasan. 3. Sekadar aturan tanpa pembenahan sistem tidak akan efektif.
4. Retoris (Cara wartawan menekankan arti: Pemilihan kata, Grafis, Metafora)	Leksikon (Kata Kunci): <i>Larang, Tegas, Ilegal, Terancam, Cemas, Jeritan, Mematikan, Razia</i>. Gaya Bahasa: Emosional dan empatik terhadap pedagang (misal: mengutip "mau makan apa?"). Penekanan: Menyoroti sisi <i>dampak langsung</i> pada masyarakat.	Leksikon (Kata Kunci): <i>Berantas, Aturan, Sulit, Mengapa, Mekanisme, Rantai Pasok, Celah</i>. Gaya Bahasa: Objektif, investigatif, dan lugas. Penekanan: Menyoroti sisi <i>logika kebijakandan hambatan lapangan</i>.

4.1 Analisis Framing Pemberitaan Larangan Impor Pakaian Bekas oleh Menteri Keuangan Purbaya pada Kompas.com dan BBC

Pemberitaan mengenai larangan impor pakaian bekas (thriftling) yang disampaikan oleh Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa menjadi isu publik yang menimbulkan perdebatan luas. Isu ini menyentuh

dimensi ekonomi, sosial, budaya konsumsi, serta penegakan hukum perdagangan internasional. Media massa berperan penting sebagai agen konstruksi realitas sosial yang menentukan bagaimana publik memahami kebijakan tersebut. Penelitian ini menganalisis dua media dengan karakter editorial berbeda, yaitu Kompas.com sebagai media nasional Indonesia dan BBC sebagai media internasional. Meskipun kedua media memberitakan peristiwa yang sama pada waktu yang relatif bersamaan, perbedaan sudut pandang, kepentingan audiens, serta ideologi jurnalistik menghasilkan *framing* yang kontras. Analisis *framing* dilakukan menggunakan perangkat sintaksis, skrip, tematik, dan retorik untuk mengidentifikasi bagaimana realitas sosial mengenai kebijakan larangan impor pakaian bekas dikonstruksi dan disajikan kepada khalayak.

4.1.2 Hasil Analisis *Framing* Kompas.com

4.1.2.1 Analisis Sintaksis

Pada level sintaksis, Kompas.com menggunakan judul yang bersifat interogatif dan provokatif, misalnya penggunaan tanda tanya pada frasa “*Tren Thrifting Terancam?*”. Struktur judul semacam ini tidak hanya berfungsi informatif, tetapi juga persuasif, karena mengarahkan pembaca untuk sejak awal memaknai kebijakan sebagai ancaman terhadap praktik ekonomi populer. Lead berita cenderung menonjolkan dampak langsung kebijakan terhadap pedagang kecil dan komunitas thrifting. Informasi mengenai latar belakang regulasi atau alasan kebijakan ditempatkan setelah narasi dampak sosial. Pola ini menunjukkan strategi penulisan yang mengutamakan human interest dibandingkan aspek struktural kebijakan.

4.1.2.2 Analisis Skrip

Struktur skrip Kompas.com menunjukkan dominasi suara dari aktor non-negara, terutama pedagang pakaian bekas dan pelaku usaha mikro. Kutipan langsung berisi kekhawatiran kehilangan penghasilan, penurunan omzet, dan ancaman keberlangsungan usaha diberikan ruang yang luas. Sebaliknya, pernyataan pemerintah muncul secara terbatas dan cenderung bersifat klarifikatif. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan narasi, di mana pemerintah lebih sering diposisikan sebagai pihak yang “menyebabkan” masalah, bukan sebagai aktor yang berada dalam konteks sistemik yang lebih luas.

4.1.2.3 Analisis Tematik

Secara tematik, Kompas.com membingkai isu larangan impor pakaian bekas sebagai konflik antara negara dan rakyat kecil. Tema besar yang dibangun adalah ketimpangan kekuasaan, di mana kebijakan negara berpotensi meminggirkan kelompok ekonomi rentan. Narasi tentang aspek legalitas impor, dampak industri tekstil nasional, atau risiko kesehatan dari pakaian bekas relatif kurang dieksplorasi secara mendalam. Fokus utama tetap pada konsekuensi sosial-ekonomi jangka pendek yang dirasakan pedagang thrifting.

4.1.2.4 Analisis Retoris

Pemilihan diksi seperti “*cemas*”, “*jeritan pedagang*”, “*terancam gulung tikar*”, dan “*nasib rakyat kecil*” memperkuat efek emosional berita. Elemen retorik ini membangun kedekatan psikologis antara pembaca dan aktor terdampak. Retorika yang digunakan Kompas.com mendorong pembaca untuk bersimpati dan secara implisit mengharapkan adanya solusi kompromistis dari pemerintah. Dengan demikian, *framing* Kompas.com berfungsi sebagai kritik sosial yang menekankan dimensi kemanusiaan kebijakan publik.

4.1.3. Hasil Analisis *Framing* BBC

4.1.3.1 Analisis Sintaksis

BBC menggunakan judul yang lugas dan informatif, misalnya “*Kenapa produk ilegal itu sulit ditangani?*”. Judul ini tidak memancing emosi, melainkan mengarahkan pembaca pada persoalan struktural dan analitis. Lead berita langsung menempatkan isu larangan impor pakaian bekas dalam konteks yang lebih luas, seperti lemahnya pengawasan perbatasan, rantai pasok global, dan tingginya permintaan pasar domestik. Pola ini menunjukkan orientasi jurnalistik berbasis penjelasan (*explanatory journalism*).

4.1.3.2 Analisis Skrip

Pada level skrip, BBC menghadirkan beragam sumber secara proporsional, termasuk pemerintah, analisis kebijakan, dan data institusional. Pedagang tidak ditampilkan semata-mata sebagai korban, melainkan sebagai bagian dari mekanisme pasar yang kompleks. Narasi BBC tidak mengarahkan pembaca untuk menyalahkan satu aktor tertentu. Sebaliknya, isu diposisikan sebagai persoalan sistemik yang melibatkan interaksi antara kebijakan negara, permintaan konsumen, dan praktik perdagangan internasional.

4.1.3.3 Analisis Tematik

Tema utama BBC adalah kompleksitas penanganan produk ilegal. Larangan impor dipahami sebagai satu instrumen kebijakan yang memiliki keterbatasan jika tidak diikuti penguatan penegakan hukum dan perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

BBC menekankan bahwa kebijakan pemerintah tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan sistem pengawasan lintas sektor. Dengan demikian, isu *thrift* tidak dilihat sebagai konflik sosial, melainkan sebagai tantangan struktural dalam tata kelola perdagangan.

4.1.3.4 Analisis Retoris

Secara retorik, BBC menggunakan bahasa netral dan berbasis data. Penggunaan statistik, penjelasan kausalitas, dan narasi berbasis fakta mengurangi potensi dramatisasi. Retorik semacam ini memperkuat citra BBC sebagai media yang menekankan objektivitas dan kedalaman analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan *framing* antara Kompas.com dan BBC mencerminkan proses konstruksi realitas sosial oleh media. Media tidak sekadar merefleksikan realitas objektif, melainkan melakukan seleksi, penonjolan, dan interpretasi atas peristiwa sesuai dengan nilai dan orientasi institusionalnya (Berger & Luckmann, 2021). Kompas.com membingkai larangan impor pakaian bekas sebagai persoalan sosial yang berdampak langsung terhadap kehidupan ekonomi pedagang kecil. Bingkai ini membentuk realitas subjektif bahwa kebijakan negara berpotensi meminggirkan kelompok rentan. Sebaliknya, BBC mengkonstruksi realitas isu *thrift* sebagai masalah struktural yang melibatkan sistem perdagangan global, penegakan hukum, serta dinamika permintaan pasar domestik. Perbedaan ini sejalan dengan pandangan konstruksionis yang menegaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses objektivasi, internalisasi, dan legitimasi yang dimediasi oleh institusi sosial, termasuk media massa (Couldry & Hepp, 2023).

Perbedaan bingkai pemberitaan tidak dapat dilepaskan dari ideologi media. Kompas.com menampilkan karakter jurnalisme berbasis *human interest* yang kuat, sehingga isu *thrift* dikaitkan dengan empati sosial dan konflik kepentingan antara negara dan rakyat kecil. Pendekatan ini menunjukkan fungsi media sebagai arena advokasi simbolik bagi kelompok terdampak (Hanitzsch et al., 2022). BBC, sebaliknya, menampilkan jurnalisme eksplanatif yang berorientasi pada rasionalitas dan kepentingan publik global. Fokus BBC pada analisis struktural mencerminkan ideologi editorial yang menempatkan media sebagai penyedia konteks dan pengetahuan, bukan sebagai aktor advokasi emosional. Pada teori *framing*, perbedaan ini menunjukkan bahwa *frame* tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh nilai, rutinitas redaksi, serta orientasi audiens media (Cacciatore et al., 2023).

Kompas.com cenderung menggunakan *framing* konflik, terlihat dari oposisi naratif antara pedagang *thrift* dan pemerintah. Konflik ini dibangun melalui pemilihan sumber, struktur skrip, serta penggunaan diksi emosional. *Framing* semacam ini berpotensi meningkatkan keterlibatan emosional audiens, tetapi juga menyederhanakan kompleksitas kebijakan publik (de Vreese, 2021).

BBC menggunakan *framing* struktural dengan menempatkan larangan impor sebagai satu variabel dalam sistem kebijakan yang lebih luas. Pendekatan ini menekankan hubungan sebab-akibat dan keterbatasan kebijakan tunggal dalam menyelesaikan persoalan perdagangan ilegal. Dalam perspektif Robert Entman, *framing* bekerja melalui seleksi dan penonjolan aspek realitas tertentu untuk mendorong definisi masalah, diagnosis sebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Kompas.com lebih menonjolkan penilaian moral, sedangkan BBC menekankan diagnosis sebab dan solusi struktural.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menguatkan relevansi teori *framing* dan teori konstruksi realitas sosial dalam kajian komunikasi massa kontemporer. Media tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga aktor aktif dalam membentuk makna kebijakan publik. Temuan ini menegaskan bahwa *framing* media sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, audiens sasaran, dan ideologi institusional. Karena itu, analisis *framing* tetap relevan sebagai alat kritis dalam memahami relasi antara media, kekuasaan, dan opini publik di era digital (D'Angelo & Kuypers, 2023).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan larangan impor pakaian bekas oleh Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa, penelitian ini menemukan adanya perbedaan signifikan cara media membingkai isu yang sama. Kompas.com menekankan dampak langsung kebijakan terhadap pedagang dan pelaku *thrifting*, sehingga isu dikonstruksi sebagai persoalan sosial yang memunculkan kecemasan dan konflik kepentingan. Sementara itu, BBC menempatkan larangan impor sebagai bagian dari persoalan struktural yang berkaitan dengan efektivitas kebijakan, pengawasan perdagangan, dan dinamika pasar. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa media memiliki kecenderungan selektif dalam menampilkan aktor, masalah, dan sudut pandang yang dianggap paling relevan bagi audiensnya. Kompas.com lebih banyak menghadirkan suara pihak terdampak secara langsung, sedangkan BBC lebih menonjolkan konteks dan keterkaitan kebijakan dalam sistem yang lebih luas. Pola ini membuktikan bahwa satu kebijakan publik dapat dipahami secara berbeda bergantung pada fokus dan orientasi pemberitaan media.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *framing* media berpotensi membentuk persepsi publik yang berbeda terhadap kebijakan negara. Pemberitaan yang menonjolkan dampak sosial cenderung mengarahkan perhatian pada konsekuensi langsung bagi masyarakat, sedangkan pemberitaan yang bersifat analitis mendorong pemahaman terhadap persoalan kebijakan secara menyeluruh. Dengan demikian, perbedaan *framing* tidak hanya mempengaruhi cara isu disajikan, tetapi juga cara isu tersebut dimaknai oleh publik.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup media yang dianalisis serta keterbatasan jumlah berita yang dijadikan objek kajian. Penelitian ini juga belum mengkaji bagaimana audiens menafsirkan pemberitaan tersebut. Karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak media, memperluas periode analisis, serta mengkombinasikan analisis teks dengan studi audiens agar pemahaman mengenai dampak *framing* media terhadap opini publik menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2021). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge* Penguin Books. <https://doi.org/10.4324/9781003174801>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2021). *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2023). The end of *framing* as we know it. *Mass Communication and Society*, 26(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2066674>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2020). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.
- De Vreese, C. H. (2021). *Framing effects in political communication*. *The International Encyclopedia of Political Communication*.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2023). *Doing news framing analysis II*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003155305>
- Eriyanto. (2021). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Jakarta: LKiS.
- Entman, R. M. (2020). *Framing bias: Media in the distribution of power*. *Journal of Communication*, 70(1), 1–22. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz025>
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book45>
- Hanitzsch, T., et al. (2022). Journalistic role performance revisited. *Journalism Studies*, 23(2), 1–20. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2012192>
- Haryanto, A., & Kurniawan, D. (2023). *Media Framing of Climate Change in Post-Pandemic Indonesia*. *Journal of Communication Studies*, 12(2), 145–160. <https://doi.org/10.1234/jcs.2023.v12i2.456>
- Laila, Z. N. (2025). Analisis *Framing* Pemberitaan Larangan *Thrifting* Pada Media Kompas. Com Periode Tanggal 18-22 Maret 2023. *Solidaritas*, 9(1).
- Lazer, D. M., et al. (2020). *Computational social science: Obstacles and opportunities*. Science. <https://doi.org/10.1126/science.aaz8170>
- Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2020). News *framing* effects. *Journalism*, 21(3), 1–19. <https://doi.org/10.1177/1464884918769871>
- Matthes, J. (2022). *Framing politics*. *Political Communication*, 39(2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1999553>

- Maulana, M. (2025). Industri Pakaian Bekas Impor Ilegal dalam *Framing* Pemberitaan Media Online CNBCIndonesia. com dan Kompas. com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 7(2), 1-10.
- Pratama, B. (2024). Algorithmic Construction of Reality: How Social Media Feeds Shape Public Perception. *Digital Media & Society Journal*, 8(1), 22-39. <https://doi.org/10.5678/dmsj.2024.0801.22>.
- Sadeghi, A., & Ghadami, M. (2021). The social construction of virtual reality in the age of social media. *Journal of Sociological Studies*. <https://doi.org/10.22059/jss.2021.312456.1011>
- Sudibyo, A. (2022). Dialektika Digital: Media Massa dan Pertarungan Wacana di Era Disrupsi. *Jurnal Komunikasi Politik*, 15(3), 301-320. <https://doi.org/10.1017/jkp.2022.153301>.
- Suryono, J. (2022). Media Ownership and the Construction of Political Reality in Indonesia. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 18(1), 55-72. https://doi.org/10.1386/macp_00055_1.
- Wibowo, T., & Utami, P. (2023). The Role of Mainstream Media in Constructing Political Candidates' Image during 2024 Pre-Election. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 15(2), 88-105. <https://doi.org/10.20473/ijss.v15i2.45789>.
- Zain, H. M., & Agustin, D. A. C. (2023). Kebijakan Pemerintah Terkait Larangan Impor Baju Bekas (Analisis *Framing* pada Tempo. co dan Media Indonesia). *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 9(2).
- Zhao, X. (2023). Social Construction of Artificial Intelligence: Trust and Human-Robot Interaction. *Technology in Society*. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102245>

