

ABSTRAK

KONSTRUKSI PEMBERITAAN SELEBRITI PINDAH AGAMA PADA MEDIA ONLINE

(Analisis *Framing* pada Pemberitaan Pindah Agama Deddy Corbuzier dan Salmafina Sunan di *Kapanlagi.com* Periode Juni - Juli 2019)

Oleh

Riski Kurniawan

Media massa dipengaruhi oleh kepentingan-kepentingan yang bersifat ideologis, politis, serta ekonomis dari pihak-pihak tertentu dalam menilai sebuah isu. Berita sebagai sebuah produk jurnalistik, tidak dapat dipisahkan dari pandangan, bias, dan pemihakan yang dimiliki media massa dalam menilai sebuah isu atau realitas, termasuk dalam memberitakan isu pindah agama yang melibatkan para selebritis. Penelitian ini didasari oleh polemik terkait perbedaan cara media dalam memandang isu selebriti pindah agama yang melibatkan Deddy Corbuzier dan Salmafina Sunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isu pindah agama Deddy Corbuzier dan Salmafina Sunan dikonstruksi dan ditampilkan di pemberitaan oleh media kapanlagi.com. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah perangkat *framing* dari Robert N. Entman. Perangkat *framing* tersebut digunakan untuk menganalisis data berupa teks pemberitaan mengenai Deddy Corbuzier dan Salmafina Sunan yang berpindah agama. Peneliti menghimpun sebanyak 24 pemberitaan kapanlagi.com terkait dengan isu pindah agama kedua selebriti tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah media kapanlagi.com memiliki standar ganda dalam mengonstruksi isu selebriti pindah agama. Media kapanlagi.com terkesan mengglorifikasi isu pindah agama dari non-muslim menjadi muslim dan sebaliknya mendiskreditkan isu pindah agama dari muslim menjadi nasrani. Media *online* kapanlagi.com cenderung berpihak kepada kepentingan kapitalis dari perusahaan media tersebut dengan menggunakan sudut pandang kelompok mayoritas dalam mengonstruksi isu selebriti pindah agama. Penggunaan sudut pandang tersebut dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu ideologi kapitalisme dan opini publik.

Kata Kunci: Konstruksi Pemberitaan, Selebriti Pindah Agama, Media *Online*

ABSTRACT

THE CONSTRUCTION OF CELEBRITY'S RELIGIOUS CONVERSION NEWS ON ONLINE MEDIA

(The Frame Analysis Of Deddy Corbuzier's And Salmafina Sunan's Religious Conversion News On Kapanlagi.Com From June To July 2019)

By

Riski Kurniawan

The mass media are influenced by the ideological, political, and economic interests of certain parties in assessing an issue. The news as a product of journalism cannot be separated from the views, biases, and partialities of the mass media in assessing an issue or a reality, including in reporting on the issue of religious conversions involving celebrities. This research is based on a polemic related to the differences in the way the media views the issue of celebrities religious conversion involving Deddy Corbuzier and Salmafina Sunan. This study aims to find out how the issue of Deddy Corbuzier's and Salmafina Sunan's conversion was constructed and displayed in the news by Kapanlagi.com. The method used in this research is a framing model from Robert N. Entman. The Entman's framing model was used to analyze data in the form of news texts about Deddy Corbuzier's and Salmafina Sunan's conversion. Researchers collected 24 reports from kapanlagi.com related to the issue of Deddy Corbuzier's and Salmafina Sunan's conversion. The result of this study is that the media Kapanlagi.com has double standards in constructing the issue of celebrities religious conversion. The media of Kapanlagi.com seems to glorify the issue of converting from non-Muslims to Muslims and discrediting the issue of converting from Muslims to Christians on the other hand. The online media Kapanlagi.com tends to side with the capitalist interests of the media company by using the perspective of the majority group in constructing the issue of celebrities religious conversion. The use of this point of view is influenced by two factors, namely the ideology of capitalism and public opinion.

Keywords: *News Construction, Celebrities Religious Conversion, Online Media*