

Stereotype dan Labelling Gaya Berpakaian (Analisis Framing Konsep Cewek Kue, Bumi dan Mamba di Berita Lifestyle CNN Indonesia)

¹Tavana Yurens, ²Irmasanthi Danadharta, ³Beta Puspitaning Ayodya ^{1,2,3} Prodi Ilmu
Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: tavanayurens@gmail.com

Abstract

The terms used for Girls Cake, Girls Bumi, and Girls Mamba are dress-style concepts that are now familiar, especially in the sphere of social media. These concepts have spread to various media, including conventional media such as CNN Indonesia's lifestyle news. This study aimed to find out the results of Pan & Kosicki's framing analysis conducted by CNN Indonesia on lifestyle reporting regarding the concept of the fashion style of Kue Girls, Bumi Girls, and Mamba Girls, which may form stereotypes and labeling on women. The results of the study show that CNN Indonesia's lifestyle journalists tend to highlight news that relates personality to the concept of dress style, which is classified based on the color of the clothes worn. Through this tendency, researchers also found that the framing method used by CNN Indonesia seems to support the formation of stereotypes and labeling.

Keywords: *stereotype, labelling, dress-style concepts, framing analysis, Pan Kosicki* **Abstrak**

Istilah penggunaan Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba merupakan konsep gaya berpakaian yang kini terdengar begitu familiar terutama dalam lingkup media sosial. Hal ini kemudian merambat hingga ke berbagai media termasuk media konvensional seperti pemberitaan dalam Lifestyle CNN Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis framing Pan & Kosicki yang dilakukan CNN Indonesia pada pemberitaan lifestyle mengenai konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba sehingga membentuk stereotype dan labelling pada perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jurnalis Lifestyle CNN Indonesia cenderung menonjolkan berita yang menghubungkan kepribadian dengan konsep gaya berpakaian yang diklasifikasikan berdasarkan warna pakaian yang dikenakan. Melalui kecenderungan tersebut, peneliti juga menemukan bahwa cara pembingkaihan yang dilakukan CNN Indonesia tersebut juga seolah-olah turut mendukung pembentukan stereotype dan labelling.

Kata kunci: *stereotype, labelling, gaya berpakaian, analisis framing, Pan Kosicki.*

Pendahuluan

Kehadiran media sosial merupakan dampak dari perkembangan teknologi dan informasi. Dengan tingginya tingkat penggunaan media sosial tidak jarang media sosial menciptakan *trendsetter*. Salah satunya dari Aplikasi TikTok dimana munculnya istilah baru dalam konsep gaya berpakaian perempuan pada pertengahan tahun 2022 lalu yang kemudian menjadi sebuah tren fashion dalam masyarakat. Istilah Cewek Kue, Cewek Bumi, dan Cewek Mamba merupakan tren gaya berpakaian yang dikategorikan berdasarkan warna atau pilihan baju mereka. Istilah ini digunakan pertama kali oleh pemilik akun @javamassie atau Javanno yang berprofesi sebagai barista berdasarkan dalam sebuah video TikTiknya.

Hingga saat ini, unggahannya terkait Cewek Kue, Bumi dan Mamba ini telah meraih 3 juta *viewers*. Masifnya respon atas penggunaan istilah ini telah merambat hingga ke berbagai media termasuk media konvensional seperti pada pemberitaan dalam Lifestyle CNN Indonesia. situs CNN Indonesia adalah salah satu situs berita terkemuka di Indonesia. Pada tahun 2017, situs ini berhasil mencapai peringkat 10 besar media digital di Indonesia menurut Comscore, dengan total 7,3 juta pengunjung unik (*Unique Visitor*) dan 53,85 juta tampilan halaman (*Page Views*) di desktop dan mobile web.

Pada dasarnya, sebuah media dalam setiap pemberitaan akan selalu memiliki *frame* tertentu. Pembingkai (*framing*) adalah suatu konsep dalam analisis media yang mengacu pada cara di mana realitas atau peristiwa ditampilkan dan diinterpretasikan oleh media. Ini mencakup pemilihan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas untuk mempengaruhi persepsi dan pemahaman audiens. Sehingga ini akan berpengaruh pada arah pemberitaan dan dapat menyebabkan ketimpangan dalam informasi yang diberikan kepada khalayak, karena hanya bagian tertentu dari realitas yang dipresentasikan (Eriyanto, 2006).

Disini media sangat berfungsi sebagai sarana untuk menciptakan asumsi atau *stereotype* di dalam masyarakat. Menurut (Macrae et al., 1996) melihat *stereotype* sebagai representasi tentang dunia yang mempengaruhi pemilihan informasi tentang anggota kelompok sosial serta perilaku sosial mereka. Kemudian informasi tentang kelompok sosial yang direpresentasikan dalam bentuk ingatan. Cara media massa yang memproduksi kemudian membingkai pesan yang mengarah pada *stereotype* dan label pada perempuan telah dilakukan dalam penelitian terdahulu. (Puspitasari & Muktiyo, 2017) menulis *Menggugat Stereotip "Perempuan Sempurna": Framing Media terhadap Perempuan Pelaku Tindak Kekerasan* membahas bagaimana media membentuk citra atau stereotip "perempuan sempurna" yang bertentangan dengan perempuan yang terlibat dalam tindak kekerasan terhadap anak. Dalam pembingkai berita tersebut, media menggunakan citra perempuan dengan sosok 'sempurna' yang pengasih, penyayang, pemaaf, dan lupa akan segala kesakitan, penyesalan, kekesalan, kemarahan, dan kelelahan. Pemilihan diksi, bahasa, dan konstruksi berita, termasuk penggunaan kata-kata bombastis dan kontradiktif seperti "kejam," "tega," "stress," dan lain sebagainya, digunakan untuk mengingkari atau menekankan perbedaan dari citra perempuan yang sempurna. Hal ini menunjukkan adanya pembingkai yang kontradiktif antara citra yang diharapkan dari perempuan dengan perilaku mereka yang terlibat dalam tindak kekerasan.

Penelitian (Rengkaningias, 2018) membahas mengenai perempuan yang digambarkan dalam pemberitaan pada Koran Merapi sebagai "*Agent of Problem*". Dalam pemberitaan Koran Merapi ini, perempuan hanya dianggap sebagai *secondary person* atau makhluk nomor dua setelah laki-laki. Hal ini menyebabkan perempuan mengalami penurunan martabat, diskriminasi, marginalisasi, dan pembatasan fungsi sosialnya dalam masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa produksi pesan dalam pemberitaan yang terus-menerus mengarah pada stereotip dan pelabelan terhadap perempuan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Perempuan seringkali diposisikan sebagai sosok yang pantas disalahkan atas terjadinya suatu masalah, seperti kasus pemerkosaan dalam konteks penelitian ini.

Media memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dan nilai-nilai seseorang. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, media memiliki akses yang luas dan kemampuan untuk menyebarkan pesan-pesan ke berbagai belahan dunia dengan cepat. Hal ini berpotensi mempengaruhi nilai-nilai pribadi individu secara signifikan. Dalam wacana terkait, CNN Indonesia menyebarkan dengan menggunakan narasi yang bersifat mempengaruhi dan membentuk *stereotype* bagi orang yang membaca dari berita yang tertulis tersebut. Dibalik munculnya wacana Cewek Kue, Cewek Bumi, dan Cewek Mamba yang dimunculkan oleh media yang kemudian peneliti melihat pembingkai *stereotype* dan labelling dalam pemberitaan di CNN Indonesia. Seperti yang disampaikan (Habibie, 2018) bahwa terdapat sejumlah klaim melalui pernyataan mengenai perkembangan media yang merefleksikan perkembangan masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu pemberitaan pada situs CNN Indonesia ini menjadi refleksi atas perkembangan pemikiran masyarakat terhadap isu yang dibahas. Pemberian *stereotype* dan labelling melalui media ini dilakukan sebagai usaha untuk pelanggaran budaya dengan cara menginternalisasi nilai-nilai kepada konsumen media yang mana hal ini akan membatasi gerak perempuan dan pada akhirnya perempuan akan menormalisasi dan menganggap bahwa stereotip dan label itu memang menjadi bagian dari takdir.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melihat bagaimana CNN Indonesia melakukan pembingkai terhadap konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi, dan Cewek Mamba sehingga mampu membentuk *stereotype* dan label terhadap perempuan di masyarakat. Alasan peneliti untuk menetapkan CNN Indonesia sebagai objek penelitian ini karena besarnya tingkat kepercayaan masyarakat yang dimiliki oleh media ini. Dengan berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti mengangkat penelitian yang berjudul “Stereotype dan Labelling Gaya Berpakaian (Analisis Framing Konsep Cewek Kue, Bumi dan Mamba di Berita Lifestyle CNN Indonesia)” menggunakan analisis framing Pan & Kosicki untuk menganalisis bagaimana media massa membingkai berita melalui pemilihan kata yang dimunculkan pada bagian-bagian berita yang diungkapkan mulai dari headline, isi, penutup, hingga gambar yang digunakan (Eriyanto, 2015).

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan jenis penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian. Penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari berbagai sumber yang terkait penelitian ini. Data penelitian kualitatif biasanya memiliki fokus kepada bentuk naratif, gambaran visual, tafsiran dan penjelasan secara ekspresif. Tujuan pendekatan kualitatif adalah guna mendapatkan pemahaman yang bersifat umum yang diperoleh setelah melakukan analisis.

Penelitian ini juga memfokuskan pada pemberitaan yang dimuat media online CNN Indonesia dengan tagar Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba yang dipilih berdasarkan pesan-pesan yang disampaikan paling menonjol dibandingkan berita lainnya.

Penelitian ini akan menggunakan analisis *framing* Pan & Kosicki melalui empat struktur dimensi teks yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik untuk melihat bagaimana CNN Indonesia melakukan pembingkai pada pemberitaan lifestyle mengenai konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba sehingga membentuk *stereotype* dan label pada perempuan.

Hasil dan Pembahasan

Unsur Sintaksis

Peneliti telah menganalisis tiga berita berdasarkan tagar Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba pada laman *CNNIndonesia.com* bagian Lifestyle. Hasil analisis elemen sintaksis pada judul artikel berita pada laman berita Lifestyle CNN Indonesia yang berjudul “Cewek Mamba, Cewek Bumi, dan Cewek Kue di TikTok, Kamu yang Mana?”, “Viral Cewek Kue, Cewek Mamba, Cewek Bumi, Apa Sih Artinya?” dan “Menengok Kepribadian Cewek Kue, Cewek Mamba dan Cewek Bumi” menunjukkan bahwa para jurnalis berusaha membuat para audiens untuk mengidentifikasi diri mereka melalui pengklasifikasian yang berdasar pada konsep gaya berpakaian dari Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba kemudian membingkainya dengan kecenderungan kepribadian dari konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba tersebut.

Bahkan ditunjukkan pada artikel berita kedua yang berjudul “Viral Cewek Kue, Cewek Mamba, Cewek Bumi, Apa Sih Artinya?” Seharusnya berisikan pendefinisian dari masing masing Cewek Kue, Cewek Bumi, dan Cewek Mamba, jurnalis malah melakukan framing pada kecenderungan kepribadian seseorang berdasarkan warna tanpa menggunakan kutipan sumber yang jelas, yang kemudian pada bawahnya, jurnalis tetap memutuskan untuk mendefinisikan Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba, namun masih tetap menghubungkan dan meyakinkan audiens bahwa Cewek Kue memiliki kepribadian menarik, ceria dan lain sebagainya. Cewek Mamba dengan kepribadiannya yang tegas dan misterius dan diasosiasikan dengan musik ‘rock’. Cewek Bumi dengan kepribadiannya yang minimalis dan simpel. Dalam pemberian definisi dan kecenderungan kepribadian dalam gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba dari berbagai istilah ini menunjukkan bahwa adanya stereotype dan pelabelan yang melekat pada gaya berpakaian perempuan. Hal ini didukung dengan kalimat dalam artikel berita yang berjudul “Menengok Kepribadian Cewek Kue, Cewek Mamba dan Cewek Bumi” seperti berikut :

“Istilah cewek mamba di sini diambil dari bahasa gaul ‘black mamba’ yang berarti perempuan yang gemar tampil serba hitam. Jadi, jika Anda suka memakai busana hitam dari atas sampai bawah, maka sudah pasti Anda memakai outfit cewek mamba.”

“Oya mengungkapkan bahwa cewek mamba cenderung memancarkan karakter ‘bold’ dan ‘dramatic’.”

Jurnalis lifestyle CNN Indonesia membingkai Cewek Mamba kemudian memberikan pernyataan melalui penekanan seperti “...sudah pasti Anda memakai outfit cewek mamba” dan tidak lupa penekanan yang dicetak miring pada kata ‘bold’ dan ‘dramatic’, hal ini menunjukkan anggapan bahwa warna dan gaya berpakaian mencerminkan kepribadian seolah mendukung *stereotype* itu.

“Pecinta merah punya sifat, satu hal yang pasti, Anda begitu bergairah dalam hidup.”

Merupakan contoh lain dari bentuk *stereotype* dan pelabelan yang Jurnalis Lifestyle coba untuk sampaikan. Kalimat diatas berasal dari artikel berita yang berjudul “Viral Cewek Kue, Cewek Mamba, Cewek Bumi, Apa Sih Artinya?”. Penggunaan kata pasti dalam artikel tersebut menggambarkan upaya jurnalis untuk memasang *stereotype* dan label bagi orang-orang ‘Pecinta’ (dimana dalam konteksnya membahas terkait konsep gaya berpakaian

yang diklasifikasi berdasarkan warna) yang menggunakan busana berwarna merah maka sudah pasti memiliki sifat yang begitu bergairah dalam hidup.

Selain itu, dalam struktur ini juga terdapat unsur kutipan sumber dan pernyataan atau opini. Hasil analisis yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa artikel berita yang ditulis oleh jurnalis Lifestyle pada ketiga berita terkait tagar Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba terdapat kurangnya kutipan sumber yang beragam sehingga menunjukkan kurangnya prinsip objektivitas yang dimiliki oleh jurnalis, sehingga adanya ketidakseimbangan dan terkesan memihak dalam menuliskan berita. Akibat kurangnya pengutipan sumber tersebut peneliti melihat bahwa sebagian besar berita yang ditulis mengenai Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba merupakan bentuk framing yang berasal dari pendapat wartawan semata. Tidak hanya itu, dalam artikel berita ketiga yang berjudul “Menengok Kepribadian Cewek Kue, Cewek Mamba dan Cewek Bumi” terdapat kesalahan dalam penulisan narasumber yang diambil. Dalam artikel berita, jurnalis menuliskan narasumbernya bernama ‘Oya Minanti’ sedangkan yang sebenarnya adalah ‘Oya Miranti’. Kesalahan dalam penulisan nama narasumber dalam artikel tersebut tidak hanya pada satu kata, melainkan keseluruhan dalam artikel berita tersebut. Hal ini menunjukkan ketidaktahuan jurnalis pada narasumber yang mereka pilih. Selain itu juga hal ini menunjukkan adanya ketidakseriusan jurnalis dalam menuliskan berita, banyak kesalahpahaman memahami informasi yang disampaikan bisa terjadi saat terjadinya kesalahan dalam menuliskan berita.

Unsur Skrip

Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W + 1H - *who, what, when, where, why, dan how* (Eriyanto, 2016). Dalam ketiga artikel berita yang dianalisis, ketiganya belum memenuhi 5W+1H. Dari ketiga artikel berita, peneliti melihat jurnalis memangkas unsur ‘*Where*’ dan ‘*when*’. Hal ini bisa terjadi karena menurut Firmanto (2021:15) dalam (Efendi et al., 2023), dalam penulisan *soft news*, prinsip struktur piramida terbalik yang umumnya digunakan dalam *hard news* tidak terlalu diterapkan dengan ketat. *Soft news* memiliki pendekatan yang lebih santai dan mengalir, sehingga memungkinkan penulis untuk bermain dengan struktur narasi yang lebih fleksibel. Oleh karena itu, jurnalis *lifestyle* tidak perlu terpaku pada 5W+1H yang harus ada pada *lead* berita. Dalam *soft news*, informasi penting bisa diletakkan di setiap bagian tulisan. Begitu pula saat menulis artikel berita *lifestyle*, penggunaan 5W+1H bisa menjadi sangat fleksibel dan mudah untuk disesuaikan. Pada sisi lain juga, dalam penulisan *soft news* juga unsur 5W+1H akan membantu jurnalis dalam mengembangkan tulisannya.

Unsur Tematik

Unsur tematik dalam penulisan berita berkaitan dengan cara fakta-fakta disusun dan ditulis dalam teks berita. Ini melibatkan penggunaan kalimat, penempatan informasi, dan penggunaan sumber secara efektif (Eriyanto, 2015). Jika dilihat pada struktur penulisan fakta (tematik), dari ketiga artikel berita Lifestyle pada CNN Indonesia yang telah dianalisis berjudul “Cewek Mamba, Cewek Bumi, dan Cewek Kue di TikTok, Kamu yang Mana?”, “Viral Cewek Kue, Cewek Mamba, Cewek Bumi, Apa Sih Artinya?”, dan “Menengok Kepribadian Cewek Kepribadian Cewek Kue, Cewek Mamba, dan Cewek Bumi”, berita-berita tersebut tidak diuraikan secara detail. Kurangnya detail dalam sebuah berita, seperti ketiadaan waktu peristiwa, kekurangan kutipan sumber, dan informasi pendukung yang kurang memadai, dapat mengindikasikan bahwa berita tersebut tidak diuraikan secara detail.

Dalam artikel berita tersebut juga menampilkan kata-kata yang mendeskripsikan dan

mendefinisikan dengan kepribadian dari Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba berdasarkan dari warna yang sering digunakan dalam berpakaian, seperti pada artikel berita yang berjudul “Viral Cewek Kue, Cewek Mamba, Cewek Bumi, Apa Sih Artinya?” dengan kalimat;

“Warna hitam identik dengan kegemaran kaum Adam. Saat perempuan mengenakan busana serba hitam, ada kesan ‘*boyish*’, minimalis, dan simpel. Cewek mamba juga lekat dengan gaya *gothic*, lengkap dengan riasan *smokey eyes*, sepatu bot, dan aksesoris serba *bling-bling*. Mereka juga kerap diasosiasikan dengan musik *rock* yang dikenal keras.”

Peneliti melihat hal ini sebagai cara jurnalis untuk melakukan framing dengan mematok kepribadian sehingga masyarakat akan menginternalisasi stereotype dan pelabelan kepada audiens bahwa klasifikasi Cewek Mamba memiliki kepribadian yang boyish, Cewek Bumi memiliki kepribadian yang minimalis dan simpel dan Cewek Kue memiliki kepribadian yang ceria.

Unsur Retoris

Dalam unsur retoris ini melihat cara jurnalis memberikan penonjolan dalam artikel berita yang ditulisnya. Jurnalis sering menggunakan unsur retoris dalam penulisan berita untuk menciptakan citra yang diinginkan, menyoroti aspek tertentu, dan meningkatkan pengaruh atau dampak berita tersebut. Elemen yang digunakan dalam unsur ini berupa unsur grafis seperti gambar yang digunakan. Dalam ketiga artikel berita yang dianalisis oleh peneliti melihat adanya kecenderungan jurnalis dalam menggunakan gambar ilustrasi untuk memberikan gambaran lebih pada konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.

Selain melalui grafis, penggunaan berbagai bentuk penulisan yang berbeda dapat memberikan penekanan pada isi tertentu dalam sebuah berita. Penggunaan huruf tebal, huruf miring, garis bawah, atau ukuran huruf yang lebih besar dapat memberikan efek visual yang menarik perhatian pembaca dan menunjukkan pentingnya bagian tersebut dalam konteks berita. Penekanan ini dilakukan untuk mengarahkan perhatian pembaca pada informasi kunci, poin utama, atau elemen penting dalam sebuah berita. Dengan memanipulasi elemen visual dalam teks, jurnalis dapat mengontrol fokus dan ketertarikan pembaca terhadap bagian-bagian tertentu dari berita tersebut. Dalam artikel tersebut ditemukan beberapa tulisan yang ditulis dengan berbeda yaitu dicetak miring. Hal ini terdapat pada saat jurnalis mencoba untuk mengidentifikasi gaya berpakaian dengan memberikan kecenderungan pada kepribadian seseorang.

“Oya mengungkapkan bahwa cewek mamba cenderung memancar karakter ‘*bold*’ dan ‘*dramatic*’.”

“Warna hitam identik dengan kegemaran kaum Adam. Saat perempuan mengenakan busana serba hitam, ada kesan ‘*boyish*’, minimalis, dan simpel. Cewek mamba juga lekat dengan gaya *gothic*, lengkap dengan riasan *smokey eyes*, sepatu bot, dan aksesoris serba *bling-bling*. Mereka juga kerap diasosiasikan dengan musik *rock* yang dikenal keras.”

Dari penekanan kata melalui jenis penulisan yang berbeda tersebut, peneliti melihat bahwa jurnalis berusaha membongkar Cewek Mamba dengan karakteristik yang tegas dan dramatis tersebut.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan artikel berita Lifestyle di CNN Indonesia, peneliti mengambil tiga berita yang menggunakan tagar Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba. Dari hasil analisis peneliti terhadap media *online*, CNN Indonesia cenderung menonjolkan berita yang menghubungkan kepribadian dengan konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba yang diklasifikasikan berdasarkan warna pakaian yang dikenakan. Tidak hanya itu peneliti juga menemukan bahwa Jurnalis Lifestyle CNN Indonesia juga menempatkan audiens untuk mengidentifikasi diri mereka sebagai salah satu dari Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba. Melalui kecenderungan tersebut, peneliti juga menemukan bahwa cara pembingkai yang dilakukan CNN Indonesia tersebut juga seolah-olah turut mendukung pembentukan stereotype dan labelling. Untuk lebih lengkapnya hal tersebut bisa terlihat dari 4 struktur framing Pan & Kosicki yang telah dianalisis sebagai berikut:

- Berdasarkan struktur sintaksis, penulisan artikel berita lifestyle di CNN Indonesia mengenai konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba dibingkai sedemikian rupa dengan menonjolkan berita dengan menghubungkan kepribadian dengan konsep gaya berpakaian Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.
- Berdasarkan struktur skrip, pola 5W+1H tidak diuraikan secara lengkap karena jurnalis memangkas unsur 'where' dan 'when'. Tetapi disisi lain, jurnalis terus menekankan pada unsur 'why' dan 'how' untuk menonjolkan topik mengenai kepribadian dari Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.
- Berdasarkan struktur tematik yang dapat terlihat dari bagaimana wartawan menulis fakta, dari hasil analisis menunjukkan bahwa artikel berita lifestyle CNN Indonesia terdapat kekurangan kutipan sumber, informasi pendukung serta pernyataan dari berbagai pihak dan tidak mendasar yang mendukung bahwa kurangnya prinsip objektivitas yang dimiliki oleh jurnalis sehingga adanya ketidakseimbangan dan terkesan memihak dalam menuliskan berita.
- Berdasarkan struktur retorik, CNN Indonesia memberikan gambar sebagai ilustrasi berupa gambar/foto dari konsep yang sedang dibahas. Selain itu juga pembingkai CNN Indonesia dilakukan dengan memberikan penekanan melalui jenis tulisan miring untuk menekankan karakteristik dari masing masing Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.

Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap bisa menjadi bahan pembelajaran bagi para pembaca khususnya mahasiswa ilmu komunikasi dalam menganalisis pembingkai berita. Selain itu juga, sebagai saran untuk CNN Indonesia sebagai media informasi untuk dapat menyampaikan informasi lebih lengkap dan bersikap netral dan objektif agar dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- CNN Indonesia*. (2018). Diakses pada 7 Oktober 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180209093327-192-274999/cnnindonesia.com-tembus-10-besar-media-digital-di-tahun-ke-3>
- Efendi, E., Siregar, S. H., Mulyani, A. S., & Zainina, A. (2023). Mengenal Konsep Dasar Soft News. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5, 4991–4997.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14173>
- Eriyanto. (2006). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Eriyanto. (2015). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Macrae, C. N., Stangor, C., & Hewstone, M. (1996). *Stereotypes & Stereotyping*. Guilford Press.
- Puspitasari, A. H., & Muktiyo, W. (2017). MENGGUGAT STEREOTIP "PEREMPUAN SEMPURNA": Framing Media terhadap Perempuan Pelaku Tindak Kekerasan. *Palestren*, 10(2), 248–272.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2610>
- Rengkaningtias, A. U. (2018). Perempuan Dalam Pandangan Media: Labelisasi Perempuan Sebagai “Agent Of Problem” Pada Koran Merapi. In *Jurnal Communication* (Vol. 9). <https://doi.org/https://doi.org/10.36080/comm.v9i1.615>