

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS PENGHINAAN GUS MIFTAH KEPADA PENJUAL ES TEH DI MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN LIPUTAN6.COM

¹Yayan Dwi Cahyono, ²Edy Sudaryanto, ³Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Yavandwicahyono50@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pembingkai berita kasus penghinaan Gus Miftah kepada penjual es teh di *Detik.com* dan *Liputan6.com* menggunakan analisis *framing* Pan dan Kosicki. Media *online* memiliki potensi membentuk perspektif pembaca melalui *framing* berita, dan kasus Gus Miftah, seorang ulama kontroversial yang juga staf khusus Presiden, menjadi sorotan intens media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, menganalisis 7 berita (3 dari *Liputan6.com* dan 4 dari *Detik.com*) dalam periode 3-6 Desember 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Detik.com* cenderung membingkai insiden ini sebagai pelanggaran serius yang membutuhkan pertanggungjawaban, menekankan dampak dan konsekuensi negatif. Sebaliknya, *Liputan6.com* lebih memfokuskan pada klarifikasi, pembelaan diri Gus Miftah sebagai "candaan" yang disalahpahami, serta menekankan aspek rekonsiliasi dan berkah spiritual bagi korban. Perbedaan *framing* ini mencerminkan bagaimana kedua media secara aktif mengkonstruksi realitas sosial peristiwa yang sama, membentuk persepsi publik yang beragam.

Kata kunci: *Framing*, Gus Miftah, Media Online.

Abstract

This study analyzes the framing of the news of the case of insulting Gus Miftah to ice tea sellers in Detik.com and Liputan6.com using the framing analysis of Pan and Kosicki. Online media has the potential to shape readers' perspectives through news framing, and the case of Gus Miftah, a controversial cleric who is also the President's special staff, has been in the intense spotlight of the media. This study uses a descriptive qualitative approach, analyzing 7 news (3 from Liputan6.com and 4 from Detik.com) in the period of 3-6 December 2024. The results show that Detik.com tend to frame these incidents as serious violations that require accountability, emphasizing negative impacts and consequences. Instead, Liputan6.com focus more on clarifying, defending Gus Miftah's self-defense as a misunderstood "joke", and emphasizing aspects of reconciliation and spiritual blessings for the victim. These framing differences reflect how the two media actively construct the social reality of the same event, shaping diverse public perceptions.

Keywords: *Framing*, Gus Miftah, Online Media.

Pendahuluan

Dalam era digital, media *online* menjadi salah satu platform utama dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Kecepatan penyebaran berita, kemudahan akses, dan jangkauan yang luas menjadikan media *online* alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik. Namun, di balik keunggulannya, media *online* juga memiliki potensi untuk membentuk perspektif pembaca melalui *framing* atau pembingkai berita. Dalam konteks ini, *framing* merupakan teknik penyajian informasi yang dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami suatu isu tertentu.

Salah satu peristiwa yang menarik perhatian masyarakat Indonesia adalah kasus Gus Miftah. Gus Miftah, seorang ulama yang dikenal dengan pendekatan dakwahnya yang inklusif dan kontroversial, sering menjadi bahan pemberitaan di media *online*. Dalam beberapa kasus, media membingkai peristiwa terkait Gus Miftah dengan cara yang dapat memperkuat atau melemahkan persepsi publik terhadap dirinya. Oleh karena itu, analisis *framing* pada pemberitaan kasus Gus Miftah menjadi penting untuk memahami bagaimana media *online* membentuk narasi dan opini publik. Selain dikenal sebagai seorang ulama yang kontroversial, Gus Miftah juga menjabat sebagai staf khusus Presiden Republik Indonesia yang dilantik pada 21 Oktober 2024. Sebuah posisi yang semakin memperkuat pengaruhnya di kancah publik. Sebagai staf khusus Presiden, Gus Miftah memiliki peran strategis dalam mendukung program-program pemerintah, khususnya yang berkaitan dengan isu-isu keagamaan, toleransi, dan keberagaman. Posisi ini membuat setiap tindakannya, termasuk pernyataan-pernyataan yang kontroversial, mendapat sorotan media yang lebih intens. Dalam kasus penghinaan terhadap penjual es teh, pemberitaan tentang Gus Miftah tidak hanya mencerminkan perspektif tentang dirinya sebagai individu, tetapi juga dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kredibilitasnya sebagai pejabat pemerintah. Hal ini menjadikan media *online* sebagai sarana penting dalam membingkai isu tersebut, mengingat dampaknya yang luas terhadap citra publik dan politik.

Menurut Pan & Kosicki, (1993) *framing* merupakan suatu proses kognitif yang mencakup empat struktur utama, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Model ini membantu menganalisis bagaimana media menyusun berita untuk mempengaruhi interpretasi pembaca. Struktur sintaksis mengacu pada penyusunan elemen berita seperti judul dan paragraf pembuka, sementara skrip berhubungan dengan urutan penyajian fakta.

Struktur tematik berfokus pada tema utama yang diangkat, sedangkan struktur retorik melibatkan penggunaan bahasa dan gambar untuk memperkuat pesan tertentu. Dengan menggunakan model Pan dan Kosicki, analisis framing dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi media dalam menyampaikan pesan.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial dari Berger & Luckmann untuk menganalisis bagaimana media online Detik.com dan Liputan6.com membingkai pemberitaan kasus Gus Miftah yang menghina penjual es teh. Teori ini, yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya mereka *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi antar individu.

Dalam analisis *framing*, teori konstruksi sosial sangat penting untuk memahami realitas sosial karena menjelaskan bagaimana wartawan membentuk realitas yang mereka sajikan, yang kemudian memiliki makna tertentu. Berdasarkan paradigma konstruktivisme, realitas sosial dianggap sebagai sesuatu yang dibentuk oleh individu, berbeda dengan positivisme yang memisahkan subjek dan objek. Bahasa menjadi elemen kunci dalam proses ini karena digunakan untuk menggambarkan realitas dan menetapkan maknanya, sehingga subjek memiliki peran utama dalam wacana dan hubungan sosial. Proses konstruksi sosial terbagi menjadi tiga tahapan: eksternalisasi, yaitu penyesuaian diri individu dengan dunia sosiokultural; objektifikasi, yaitu interaksi sosial yang dilembagakan; dan internalisasi, yaitu identifikasi individu dengan lembaga-lembaga sosial. Dengan demikian, teori konstruksi sosial memungkinkan penelitian ini menganalisis bagaimana *framing* media mempengaruhi persepsi sosial dan membentuk realitas yang diterima masyarakat. Penelitian ini membandingkan diri dengan beberapa studi sebelumnya (Eriyanto, 2001). Setiawan, (2024) dan Nadhif et al., (2024) memiliki objek serupa, yaitu kasus Gus Miftah dan penjual es teh. Setiawan menganalisis gaya bahasa dakwah Gus Miftah dalam penggunaan humor yang merendahkan, yang melanggar etika komunikasi. Sementara Nadhif membahas dinamika komunikasi antara Gus Miftah dan penjual es teh dengan perbedaan status sosial. Persamaan penelitian ini dengan kedua studi tersebut adalah topik kasus Gus Miftah menghina penjual es teh. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus penelitian ini yang menekankan analisis *framing* media, sedangkan studi sebelumnya lebih fokus pada komunikasi dakwah dan interaksi interpersonal. Penelitian oleh Fadillah et al., (2023) tentang retorika Gus Miftah dalam dakwah di *YouTube* dan Ritonga & Sartina, (2020) tentang komunikasi dakwah Gus Miftah di lokasi Pasar Kembang Yogyakarta juga relevan. Kedua studi ini menganalisis gaya bahasa dakwah Gus Miftah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana pesan disampaikan. Kemiripan dengan penelitian ini adalah penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis pemberitaan media tentang Gus Miftah menggunakan model *framing*. Studi lain yang menggunakan analisis *framing* serupa adalah Pangaribuan et al., (2025) tentang *framing* editorial "Olok-olok 'Goblok' Gus Miftah" dan Mikho Fridolin Siahaan, (2024) tentang *framing* media online Detik.com dan Kompas.com pada aturan pengeras suara masjid. Kedua penelitian tersebut menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman, sedangkan penelitian ini menggunakan model *framing* Pan dan Kosicki. Penggunaan model Pan dan Kosicki ini menjadi kebaruan penelitian ini karena kemampuannya untuk menggali lebih dalam elemen-elemen berita (sintaksis, skrip, tematik, dan retorik) untuk menilai cara media menyusun pemberitaan dan bagaimana elemen *framing* tersebut membentuk narasi. Fenomena *framing* dalam pemberitaan kasus Gus Miftah menunjukkan tantangan etika jurnalistik di era digital, di mana tekanan untuk mendapatkan klik seringkali mengorbankan objektivitas dan kredibilitas informasi. Media online cenderung menggunakan judul provokatif atau bahasa emosional untuk menarik perhatian, yang berpotensi menyesatkan pembaca dan mengurangi kualitas berita. Penelitian ini menganalisis *framing* pemberitaan kasus Gus Miftah di Detik.com dan Liputan6.com menggunakan model Pan dan Kosicki, karena kedua media tersebut adalah portal berita terkemuka dengan audiens luas dan berpengaruh besar terhadap opini publik. Diharapkan, penelitian ini dapat membantu memahami pola *framing* media pada isu sensitif serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berpikir kritis saat mengonsumsi informasi digital. Dari pendahuluan diatas terdapat pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Untuk pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana *framing* pemberitaan media online Detik.com dan Liputan6.com dalam kasus penghinaan Gus Miftah kepada penjual es teh? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui *framing* pemberitaan media online Liputan6.com dan Detik.com terkait pemberitaan Gus Miftah yang menghina penjual es teh di media online.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui membaca dan memahami berita analisis *framing* model Pan dan Kosicki pada pemberitaan kasus Gus Miftah yang menyinggung penjual es teh di media online Liputan6.com dan Detik.com. Pendekatan analisis *framing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang merupakan salah satu model yang paling sering digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan *framing* media. Model ini menggunakan elemen sintaksis, skrip, tematik, dan retorik untuk menjelaskan pemberitaan. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena melalui metode ini, peneliti dapat menjelaskan secara rinci bagaimana Liputan6.com dan Detik.com menyajikan pemberitaan kasus Gus Miftah yang menyinggung penjual es teh di media online selama periode 3 Desember hingga 5 Desember 2024.

Hasil dan Pembahasan

Perbedaan framing antara Detik.com dan Liputan6.com dapat dipahami melalui teori konstruksi sosial realitas milik Peter L. Berger, yang menyatakan bahwa pemahaman sosial dibentuk oleh interaksi manusia yang berkelanjutan, termasuk yang difasilitasi oleh media. Media memiliki kekuatan untuk membingkai (frame) suatu peristiwa, sehingga membentuk persepsi publik tentang realitas tersebut. Dalam kasus ini:

Detik.com cenderung mengkonstruksikan realitas sebagai pelanggaran etika dan konsekuensi serius dari perkataan seorang tokoh publik, dengan menekankan “buntut panjang” dan penggunaan kata “goblok” sebagai inti permasalahan. Detik.com mengarahkan pembaca untuk melihat peristiwa ini sebagai sebuah insiden yang membutuhkan pertanggungjawaban dan teguran dari pihak berwenang (MUI). Konstruksi ini memperkuat norma sosial tentang kesantunan dan dampak negatif dari ucapan yang tidak pantas, terutama dari figur publik. Realitas “kesalahan” Gus Miftah diperkuat melalui kronologi, reaksi publik (kecaman, meme), dan kutipan permohonan maaf yang diiringi teguran.

Liputan6.com, di sisi lain, lebih mengkonstruksikan realitas sebagai kekhilafan personal dan upaya rekonsiliasi yang didasari candaan yang disalahpahami. Dengan judul yang langsung menyebutkan “ngaku khilaf dan cuma bercanda”, Liputan6.com memberikan ruang lebih besar bagi narasi pembelaan Gus Miftah. Realitas “candaan” yang berujung pada kesalahpahaman ini dibentuk melalui penekanan pada pengakuan Gus Miftah tentang kebiasaannya bercanda dan janjinya untuk berintrospeksi setelah ditegur. Konstruksi ini cenderung “melunakkan” insiden tersebut, mengubahnya dari pelanggaran etika menjadi kekhilafan yang bisa dimaafkan, karena niat awalnya adalah guyonan.

Kedua media ini, meskipun memberitakan peristiwa yang sama, memilih “bingkai” yang berbeda. Detik.com membingkai insiden ini sebagai kasus pelanggaran serius yang membutuhkan penegasan norma, sementara Liputan6.com membingkainya sebagai kesalahpahaman yang berujung pada introspeksi pribadi. Perbedaan framing ini pada akhirnya akan berkontribusi pada konstruksi realitas yang berbeda di benak pembaca, membentuk persepsi yang beragam tentang “apa sebenarnya yang terjadi” dan “bagaimana seharusnya insiden ini dilihat.” Kasus ini menggambarkan bagaimana media arus utama berkontribusi secara aktif terhadap penciptaan dunia sosial yang kita rasakan, yang selaras erat dengan konsep dasar dalam teori konstruksi realitas milik Berger.

Perbedaan framing menjadi contoh jelas dari teori Peter L. Berger, yang menyatakan bahwa apa yang kita anggap sebagai realitas pada dasarnya tidak objektif, tetapi merupakan hasil dari proses kolektif yang dibentuk oleh interaksi manusia dan keterlibatan media. Media memiliki peran krusial dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, yang pada akhirnya membentuk realitas yang dipersepsikan oleh masyarakat.

Detik.com mengkonstruksikan realitas pengunduran diri Gus Miftah sebagai konsekuensi logis dan tak terhindarkan dari pelanggaran norma sosial dan tekanan publik yang kuat. Melalui penonjolan kata-kata seperti “goblok” dan “menghina”, serta kaitan dengan video viral, Detik.com melakukan eksternalisasi (perilaku Gus Miftah yang dianggap salah diekspresikan dan disebarluaskan) dan objektivasi (kesalahan tersebut dianggap sebagai fakta sosial yang objektif dan membutuhkan respons, yaitu pengunduran diri). Masyarakat kemudian menginternalisasi narasi ini, sehingga pengunduran diri dilihat sebagai “mundur teratur” atau langkah yang tepat untuk meredakan situasi.

Dua artikel Liputan6.com mengkonstruksikan realitas dengan nuansa yang berbeda. Artikel pertama tentang pengunduran diri cenderung membingkai realitas sebagai keputusan personal yang didasari oleh pertimbangan internal Gus Miftah, meskipun mengakui adanya tekanan eksternal. Dengan menekankan “perenungan” dan “rasa hormat”, Liputan6.com mencoba mengkonstruksi realitas di mana Gus Miftah memiliki agensi penuh dalam keputusannya, bukan semata-mata karena “dipaksa” oleh publik. Ini adalah upaya untuk mengobjektivasi alasan internal dibalik tindakan eksternal. Sementara itu, artikel kedua Liputan6.com, yang fokus pada teguran Istana dan permintaan maaf, mengkonstruksikan realitas sebagai pelajaran etika bagi figur publik. Dengan menyoroti teguran dari “Istana” (otoritas), media ini melakukan objektivasi terhadap norma-norma kesantunan yang harus dijunjung. Pengakuan “kegaduhan” dan permintaan maaf Gus Miftah kemudian diinternalisasi oleh publik sebagai validasi bahwa ada batasan dalam bercanda, terutama bagi tokoh agama.

Secara keseluruhan, perbedaan framing ini menunjukkan bagaimana media massa tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga actively membentuk pemahaman publik tentang suatu peristiwa. Detik.com cenderung menciptakan realitas yang menekankan akuntabilitas dan konsekuensi negatif dari tindakan kontroversial seorang tokoh publik, sementara Liputan6.com memberikan ruang lebih besar bagi narasi personal, klarifikasi, dan pelajaran etika, dengan menyajikan perspektif yang lebih beragam dari pihak-pihak terkait. Ini membuktikan bahwa realitas sosial adalah konstruksi, di mana media memainkan peran sentral dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi nilai-nilai serta makna suatu kejadian.

Perbedaan framing ini sangat sesuai dengan teori Berger tentang konstruksi sosial atas realitas, yang menyatakan bahwa kebenaran sosial bukanlah entitas yang tetap atau objektif, melainkan hasil yang dikembangkan melalui pengalaman sosial bersama, termasuk yang dipengaruhi oleh media. Media memiliki

kekuatan untuk membingkai (frame) suatu peristiwa, sehingga membentuk persepsi publik tentang realitas tersebut.

Liputan6.com mengkonstruksikan realitas sebagai kisah divine intervention atau berkah ilahi bagi yang terzalimi. Dengan menonjolkan aspek spiritual (“cara Allah angkat derajat hamba-Nya”) dan emosi positif warganet, media ini melakukan eksternalisasi (peristiwa umrah Sunhaji diekspresikan sebagai sebuah anugerah) dan objektivasi (anugerah ini kemudian dianggap sebagai bukti nyata dari keadilan ilahi atau hikmah di balik cobaan). Publik kemudian menginternalisasi narasi ini sebagai inspirasi tentang kesabaran dan pahala. Realitas yang dibangun adalah bahwa penderitaan dapat berujung pada kebaikan yang tak terduga.

Detik.com, di sisi lain, lebih mengkonstruksikan realitas sebagai proses rekonsiliasi dan tanggung jawab sosial. Artikel pertama Detik.com (“Gus Miftah Minta Maaf...”) secara eksplisit membingkai tindakan Gus Miftah sebagai upaya permintaan maaf dan tanggung jawab konkret. Ini adalah eksternalisasi dari upaya perbaikan hubungan dan objektivasi terhadap gagasan bahwa kesalahan harus diiringi dengan kompensasi nyata. Artikel kedua Detik.com (“7 Orang Tawari Umrah...”) memperkuat konstruksi ini dengan menunjukkan agensi Sunhaji dalam memilih, namun tetap dalam konteks rekonsiliasi dengan Gus Miftah. Realitas yang dikonstruksikan Detik.com adalah bahwa masalah diselesaikan melalui dialog, permintaan maaf, kompensasi, dan pilihan rasional dari pihak yang dirugikan, menciptakan narasi penyelesaian konflik yang lebih terstruktur dan berbasis tindakan nyata.

Secara keseluruhan, Liputan6.com cenderung fokus pada narasi transformatif dan spiritual dari sisi korban, menyoroti aspek keberuntungan dan berkah ilahi. Sementara itu, Detik.com memberikan gambaran yang lebih rinci tentang proses rekonsiliasi dan tanggung jawab dari pihak pelaku, serta hak pilih yang dilakukan oleh korban. Kedua framing ini, meskipun berbeda, berkontribusi pada konstruksi realitas sosial yang kompleks tentang insiden Gus Miftah, menunjukkan bagaimana media secara aktif membentuk persepsi dan makna suatu peristiwa di benak masyarakat.

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Detik.com* dan *Liputan6.com* memiliki perbedaan *framing* dalam memberitakan kasus penghinaan Gus Miftah terhadap penjual es teh. *Detik.com* cenderung mengkonstruksi peristiwa ini sebagai pelanggaran etika serius yang membutuhkan pertanggungjawaban, menekankan dampak dan konsekuensi negatif dari ucapan Gus Miftah. Sebaliknya, *Liputan6.com* lebih memfokuskan pada klarifikasi, pembelaan diri Gus Miftah sebagai "candaan" yang disalahpahami, serta menyoroti aspek rekonsiliasi dan berkah spiritual yang diterima korban. Perbedaan pembedaan ini mencerminkan bagaimana kedua media secara aktif membentuk pemahaman publik tentang realitas sosial dari peristiwa yang sama, sesuai dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger.

Mengingat perbedaan *framing* yang ditemukan, disarankan agar jurnalis dan praktisi media senantiasa menjunjung tinggi etika jurnalistik dengan mengedepankan objektivitas dan verifikasi informasi, terutama dalam isu-isu sensitif, untuk menjaga kredibilitas media. Bagi tokoh publik, penting untuk memahami dampak pernyataan mereka terhadap opini masyarakat dan berhati-hati dalam berucap di muka umum. Masyarakat juga dianjurkan untuk bersikap kritis dalam mengonsumsi informasi *online*, membandingkan berbagai sumber, dan menganalisis *framing* yang digunakan agar tidak mudah terpengaruh oleh narasi tunggal atau sensasionalisme media.

Daftar Pustaka

- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media: Komunikasi*. LKiS Yogyakarta. <https://books.google.co.id/books?id=68dVDwAAQBAJ>
- Fadillah, M. I. R., Ridwan, A., & Yuningsih, Y. (2023). Retorika Gus Miftah Dalam Dakwah Pada Media Sosial Youtube. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(3), 25–43.
- Mikho Fridolin Siahaan, N. V. (2024). *PENULIS ABSTRAK 1) Mikho Fridolin Siahaan, 2) Nawiroh Vera*. 5(2), 131–141.
- Nadhif, W., Romadhoni, B. K., & Zuhriyah, L. F. (2024). *Pengaruh Status Sosial dan Kekuasaan dalam Komunikasi Antar Pribadi antara Gus Miftah dan Penjual Es Teh*. 7, 114–124.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pangaribuan, M., Saphira, D., Studi, P., Komunikasi, I., & Utara, U. S. (2025). *Analisis Framing pada Teks Editorial Tentang Buntut Panjang Olokan 'Goblok' Gus Miftah ke Penjual Es Teh: Studi Kasus pada Media Online Detik.com*. 3.
- Ritonga, M., & Sartina, D. (2020). Komunikasi Dakwah Gus Miftah di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta. *Al-MUNZIR*, 13(2), 273. <https://doi.org/10.31332/am.v13i2.2051>
- Setiawan, M. A. (2024). *Humor Atau Hina? Menilai Etika Komunikasi Publik Dalam Kasus Gus Miftah Dan Penjual Es Teh Humor or Insult? Assessing Public Communication Ethics in the Case of Gus Miftah and the Iced Tea Seller*. VII(2).