

Industri Pakaian Bekas Impor Ilegal dalam *Framing* Pemberitaan Media Online *CNBCIndonesia.com* dan *Kompas.com*

Mahendra Maulana^a; Azwar^b

^a Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia, 2010411166@mahasiswa.upnvj.ac.id

^b Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia, azwarstmalaka@upnvj.ac.id

Artikel diterima: 11 Juli 2024; Diperbaiki: 11 November 2025; Disetujui: 26 Desember 2025

Abstrak: Tren industri pakaian bekas impor atau *thrift* menjadi kebiasaan yang tak terhindarkan di Indonesia. Fenomena ini dinilai memiliki nilai berita yang tinggi oleh media, sehingga membuat beberapa media online merilis pemberitaan terkait ini, tidak terkecuali CNBCIndonesia.com dan Kompas.com. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *framing* atau pembingkai berita industri pakaian bekas impor ilegal pada media online CNBCIndonesia.com dan Kompas.com. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode yang digunakan adalah metode analisis *framing*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *framing* dari Robert N. Entman. Konsep pada penelitian ini mencakup media sosial, jurnalisme online, konstruksi media terhadap realitas, dan analisis pembingkai dan penonjolan terhadap suatu fenomena. Hasil penelitian menunjukkan CNBCIndonesia.com cenderung membingkai berita tersebut dalam konteks ekonomi dan bisnis, fokus pada dampak ekonomi dari industri pakaian bekas impor ilegal. Di sisi lain, Kompas.com lebih memperhatikan pembingkai yang menyoroti aspek sosial dan lingkungan, dengan fokus pada dampak sosial dari industri pakaian bekas impor ilegal terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Konstruksi *framing* media online CNBCIndonesia.com dan Kompas.com dapat dibedakan dalam beberapa aspek, terutama dalam hal fokus pemberitaan, sudut pandang, dan pendekatan terhadap isu yang sama.

Kata kunci: *thrift*, pakaian bekas impor, *framing*, media online, konstruksi.

Abstrak: The trend of importing second-hand clothes known as *thrift*, has become an inevitable habit in Indonesia. This phenomenon is considered highly newsworthy by the media, prompting several online media outlets, including CNBCIndonesia.com and Kompas.com, to publish reports on the topic. The aim of this research is to understand the framing of news regarding the illegal import industry of second-hand clothes on the online media platforms CNBCIndonesia.com and Kompas.com. The researcher employs a constructivist paradigm and the method used is framing analysis. The theory used in this research is Robert N. Entman's framing theory. The concepts in this research include social media, online journalism, media construction of reality, and the analysis of framing and highlighting of a phenomenon. The research findings indicate that CNBCIndonesia.com tends to frame the news in the context of economics and business, focusing on the economic impact of the illegal second-hand clothes import industry. On the other hand, Kompas.com emphasizes social and environmental framing, highlighting the social impacts of the illegal second-hand clothes import industry on society and the surrounding environment. The framing construction of CNBCIndonesia.com and Kompas.com online media can be distinguished in several aspects, particularly in terms of news focus, perspective, and approach to the same issue.

Keyword: *thrift*, imported second-hand clothes, framing, online media, construction.

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.15408/jsj.v7i2.40173>

Citation: Maulana, M., Azwar, (2025), Industri Pakaian Bekas Impor Ilegal dalam *Framing* Pemberitaan Media Online CNBCIndonesia.com dan Kompas.com, Jurnal Studi Jurnalistik, Vol.7 (2), 1-10, doi:10.15408/jsj.v7i2.40173



A. Pendahuluan

Produksi massal pakaian selama revolusi industri abad ke-19 mengubah dunia mode. Pakaian menjadi barang sekali pakai karena harganya yang tergolong murah pada saat itu. Pandangan ini menyebabkan lebih banyak orang yang memilih untuk menggunakan pakaian bekas. Kebiasaan ini berkembang dan menjadi budaya di berbagai negara. Industri pakaian bekas ini memang menimbulkan risiko limbah tekstil yang merugikan lingkungan. Menghadapi ancaman ini, menimbulkan kesadaran dengan adanya kecenderungan membeli pakaian bekas.¹

Hal ini juga sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan *fashion* yang terus berkembang dan semakin besar dalam periode waktu yang cukup singkat. Sehingga hal ini menciptakan tren baru yang disebut dengan *thrifting*. Dengan mengingat bahwa kata "*thrifting*" sendiri berarti cara menggunakan uang dan barang secara efektif dan efisien, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *thrifting* adalah kegiatan membeli barang bekas dengan tujuan menghemat uang. *Thrifting* bukan hanya membeli barang bekas yang murah, tetapi juga mendapatkan barang langka atau unik dengan harga yang lebih rendah.²

Selain karena harganya yang terbilang cukup terjangkau, pakaian bekas impor dinilai masih mampu mempertahankan kualitasnya walaupun dilabeli sebagai pakaian bekas sekalipun. Membeli pakaian bekas impor juga dinilai oleh sebagian kalangan sebagai salah satu perilaku ramah lingkungan.

Namun, terlepas dari kelebihan yang dianggap menguntungkan konsumen, hal ini juga membawa berbagai dampak yang cukup signifikan untuk industri tekstil nasional dan UMKM. Jika barang impor ilegal terus beredar di pasaran, industri lokal Indonesia akan mengalami kemunduran. Daya saing produk domestik juga berpotensi menjadi rusak dikarenakan oleh persaingan tidak sehat dengan barang ilegal yang seringkali lebih murah. Hal ini juga dapat mengurangi dorongan atau insentif untuk

inovasi dan pengembangan industri yang ada di seluruh negeri.

Bahkan larangan ini juga disampaikan oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo. Beliau turut andil dalam melarang industri pakaian bekas impor ini, karena dianggap dapat mengganggu keberlangsungan industri tekstil dalam negeri yang juga dapat berdampak pada tingkat ekspor yang dimiliki oleh Indonesia. Pemerintah Indonesia terus berusaha untuk menghentikan peredaran industri pakaian impor ini karena hal ini juga merupakan tindakan yang ilegal serta melanggar hukum.

Penjualan pakaian impor ilegal ini nyatanya menghindari adanya pengeluaran yang akan diterima oleh negara sebagai pajak dan bea masuk. Hasilnya adalah penurunan pendapatan negara, penundaan pembangunan infrastruktur, dan program sosial yang penting bagi masyarakat. Industri lokal juga terpengaruh akan hal ini, karena menyebabkan banyak kehilangan lapangan kerja dan kehilangan peluang pertumbuhan ekonomi.

Di Indonesia, limbah kain tidak saja menumpuk di daratan, tapi juga mencemari lautan. Pada 2020, Pantai Timur Ancol di Jakarta menemukan 6,1 ton limbah kain di lautan. Temuan sampah di wilayah tersebut terdiri dari berbagai jenis sampah, limbah kain memiliki persentase sebesar 81,3% dari 7,53 ton sampah yang terkumpul. Bahkan temuan sampah plastik (keras dan lunak) hanya 0,5 ton jauh melampaui ini. Aksi Bebersih Pantai yang dilakukan oleh komunitas Pandu Laut dan Kementerian Kelautan dan Perikanan yang menemukan hasil sampah tersebut.

Pada tahun 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pakaian bekas impor Indonesia mencapai 26,22 ton dengan nilai US\$272.146, meningkat 230,40% dari 7,94 ton pada tahun sebelumnya dengan nilai US\$44.136. Jika melihat lebih jauh, ini menjadi bukti jika pakaian bekas impor ini memiliki pasar yang besar di Indonesia dan menyebabkan

¹ Nika Nencyana Fadila et al., "Fenomena *Thrifting* Yang Populer Dikalangan Mahasiswa," *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1, no. 3 (2023): 278–91, <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>.

² Bayu Agustian et al., "Fenomena Fashion Thrift Dikalangan Mahasiswa Fisipkom Unida Sebagai Bentuk Mengekspresikan Diri," *Karimah Tauhid*, vol. 2, 2023.

industri lokal tidak dapat menikmati besarnya pasar dalam negeri sendiri.³

Gambar 1. Data Impor Pakaian Bekas di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik

Menurut Ashadi Siregar (2005), media *online* adalah istilah yang umum untuk jenis media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Karena perkembangan teknologi yang sangat cepat, media *online* hadir untuk mengisi permintaan pasar. Karena mode kerja dan pengaksesan informasi ini selalu menggunakan media internet, media *online* juga disebut sebagai "*cyber media*". Bahkan selama suatu fenomena atau peristiwa sedang berlangsung, khalayak dapat langsung menikmati produk atau berita yang dibuat melalui media internet, tanpa terikat oleh lokasi, waktu, atau aturan standar lembaga penyiaran.

Lahirnya media *online* tidak dapat mencegah adanya kehadiran jurnalisme *online* yang kini telah menjadi pembeda dari jurnalisme konvensional pada umumnya yang berbasis, seperti media cetak, televisi, dan radio. Perbedaannya terletak pada format, isi, proses atau mekanisme produksi, dan cara penerbit berhubungan langsung dengan pembaca atau penggunanya. Analisis *New Media* memperkenalkan jurnalisme *online* dalam analisis media massa. Akan tetapi jika jurnalisme *online* dan konvensional dapat dipadukan, mereka akan memproduksi media yang lebih padu dan efektif.

Jurnalisme *online* dapat menggabungkan berbagai media sebelumnya dengan mengaitkannya menjadi sebuah satu kesatuan yang utuh (tulisan, suara, dan gambar). Karakter yang paling jelas dalam hal ini adalah kemudahan bagi para penerbit dan pembaca berita untuk menetapkan kapan waktu rilis

dan kapan mereka harus mendapatkan akses untuk membaca sebuah berita. Tidak ada batasan waktu tertentu; setiap orang dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja.

Adanya fenomena tersebut dinilai memiliki nilai berita (*news value*) yang tinggi oleh media. Pemberitaan mengenai polemik pakaian bekas impor ini menyorot perhatian media dengan memberikan rubrik khusus untuk memberitakan polemik ini. Hal ini dapat diidentifikasi dengan adanya pemberitaan polemik pakaian bekas impor menjadi *headline* berita. *Headline* dalam sebuah media adalah representasi dari media tentang seberapa penting suatu peristiwa.⁴

Berita sekarang ini juga telah dianggap sebagai komoditas atau barang dagangan yang dapat diperjualbelikan. Karena itu, berita harus dikemas secara menarik sehingga dapat menarik perhatian banyak orang. Keunikan dan keluarbiasaan adalah dua aspek yang membuatnya menarik. Dalam perspektif normalitas, keunikan adalah sesuatu yang tidak biasa, sedangkan keluarbiasaan adalah tingkat keterlampauan kebiasaan yang berlaku normatif dalam kehidupan sosial.

Jika dilihat menggunakan pandangan paradigmatis, ada dua jenis pandangan yang berbeda terhadap sebuah berita. Menurut paradigma pluralis, atau positivisme, media dan wartawan adalah entitas independen. Oleh karena itu, berita menggambarkan fakta nyata dunia nyata. Media dan wartawan menyampaikan peristiwa dan realitas kepada khalayak sebagaimana adanya.

Paradigma kritis berbeda dengan paradigma pluralis, paradigma ini melihat berita melalui proses pembuatan atau produksi. Paradigma kritis juga mempertanyakan peran wartawan sebagai pembuat berita dalam proses produksi secara keseluruhan. Salah satu struktur sosial dan kekuatan yang memengaruhi berita adalah proses produksi. Dengan demikian, paradigma pluralis tidak lagi menganggap bahwa berita menunjukkan realitas sebenarnya; sebaliknya, itu menunjukkan ideologi wartawan dan kepentingan sosial, ekonomi, dan politik tertentu.⁵

Setiap platform media *online* menyampaikan berita dengan cara yang berbeda. Media *online*

³ Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, "Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Impor 2022 Jilid I," 2022.

⁴ Kusumaningrat Hikmat and Purnama Kusumaningrat, "Jurnalistik Teori Dan Praktik," 2017.

⁵ Ahmad Muttaqin, "Ideologi Dan Keberpihakan Media Massa," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Komunika* 5, no. 2 (2011): 185–98.

memiliki anggota redaksi yang menentukan kebijakan pemberitaan, seperti media massa lainnya. Proses berita tidak lepas dari kebijakan redaksi media yang akan memunculkan *framing* tertentu terhadap berita. Dalam hal ini, media dituntut untuk tetap netral terhadap nilai berita atau melindungi kedua belah pihak. Namun, kadang-kadang, media *online* cenderung memihak salah satu topik beritanya.⁶

Pembingkai fenomena ini terjadi selama proses pembangunan atau mengkonstruksi sebuah peristiwa. Di sini, realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan cara tertentu, yang kemudian digunakan oleh media untuk mengkomunikasikannya. Peran media massa akan menjadi sangat penting untuk membentuk opini publik dan memberikan pemahaman tentang suatu peristiwa.⁷

Proses konstruksi ini yang akhirnya menciptakan *framing*. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahai dan dibingkai oleh media. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Dari banyaknya media, peneliti menganalisis terdapat dua media yang secara massif memberitakan hal ini sehingga hal ini akan dianggap penting oleh para pembaca/pendengar berita tersebut. Kedua media *online* tersebut adalah CNBCIndonesia.com dan Kompas.com yang secara massif mempublikasikan berita yang membahas fenomena ini, bagaimana kedua media tersebut melihat fenomena ini yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana publik menilai dan memaknai peristiwa tersebut.

CNBCIndonesia.com merupakan sebuah stasiun televisi dan situs berita bisnis milik Trans Media berkerja sama dengan NBCUniversal, divisi dari

Somsat. CNBC sendiri memiliki kepanjangan Consumer News and Business Channel Indonesia. Untuk portal berita dari CNBC sendiri diluncurkan sejak 8 Februari 2018 dan siaran televisinya mengudara sejak 10 oktober 2018. CNBCIndonesia.com merupakan portal berita yang berbasis di Indonesia dan berkomitmen untuk menyajikan berita atau konten baik secara nasional maupun internasional dengan fokus pada lini ekonomi, bisnis, keuangan, pasar modal, dan bursa efek. Banyaknya platform *online* CNBCIndonesia.com memudahkan akses bagi para pembaca untuk mendapatkan berita dan informasi. CNBCIndonesia.com sebagai salah satu media yang berbasis bisnis dan ekonomi tentunya cukup intens dan berkala dalam mempublikasikan informasi mengenai pemberitaan industri pakaian bekas impor ilegal ini. Disamping hal ini juga pastinya akan mempengaruhi situasi ekonomi di dalam negeri, fenomena ini tentunya juga menarik perhatian masyarakat. Dengan adanya realitas ini, CNBCIndonesia.com perlu dihadirkan dalam penelitian ini sebagai representasi media yang berbasis bisnis dan ekonomi dalam membingkai fenomena tersebut ke dalam sebuah berita.

Kemudian Kompas.com adalah salah satu situs web nasional terkemuka yang menyajikan berita dan artikel secara *online*. Kompas.com adalah salah satu situs berita paling terkenal di Indonesia. Kompas.com hanya memiliki versi *online* dan bergantung pada iklan, hal ini yang membedakannya dari situs berita berbahasa Indonesia lainnya. Kompas.com merupakan bagian dari Kompas Gramedia sejak berdiri pada tahun 1995.⁸ Kompas.com yang merupakan salah satu pionir media *online* di Indonesia, pertama kali hadir dan mengudara di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas *Online*. Mulanya, Kompas *Online* atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit hari itu.

Dengan Kompas.com yang merupakan media lokal di Indonesia, tentunya media ini memiliki proximity (kedekatan) dengan tempat peristiwa. Artinya, berita dibuat berdasarkan nilai "kedekatan",

⁶ Azwar Azwar, Rizki Pratama Putra, and Uljanatunnisa Uljanatunnisa, "Unsur Keberpihakan Pada Pemberitaan Media *Online* Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kampanye Pada Kumparan.Com," *Jurnal Studi Jurnalistik* 3, no. 1 (March 28, 2021): 48–62, <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i1.19878>.

⁷ H. E. Bullock, K. F. Wyche, and W. R. Williams, "Media Images of The Poor," *Journal of Social Issues* 57, no. 2 (2002): 229–46.

⁸ Heru Margianto, "Kompas.Com Dan 14 September 1995," Kompas.com, September 13, 2017.

yang mengacu pada seberapa dekat peristiwa tersebut dengan masyarakat secara umum. Kedekatan ini yang akhirnya juga memperngauhi bagaimana sebuah media dapat merekonstruksi sebuah peristiwa ke dalam sebuah pemberitaan yang kemudian akan menyebarluaskannya.⁹

Keputusan yang dibuat oleh CNBCIndonesia.com dan Kompas.com untuk menjadikan polemik industri pakaian bekas impor sebagai topik utama dalam berita mereka merupakan studi menarik tentang cara bagaimana sebuah media memahami peristiwa yang terjadi. Analisis *framing* akan digunakan untuk mempelajari bagaimana masing-masing media mengkonstruksi polemik industri pakaian bekas impor tersebut, dan menuliskannya kembali menjadi sebuah topik pemberitaan yang akan dibagikan kepada publik.

Oleh karena itu, media harus independen, tidak beritikad buruk, profesional dalam menyampaikan informasi, memeriksa informasi, dan memberitakan informasi secara berimbang. Media juga tidak boleh menyampaikan informasi yang hanya berdasarkan pada prasangka. Bahkan ketika media mengklaim independen dan objektif, masih terdapat kekurangan yang luput dalam hal tersebut. Namun, faktanya adalah bahwa dalam peristiwa yang sama, masyarakat selalu menerima informasi yang berbeda-beda. Media dapat memilih secara selektif topik tertentu untuk menunjukkan aspek tertentu dari peristiwa yang sama sebelum disampaikan kepada khalayak luas. Oleh karena itu, jika diamati, satu media memberikan perhatian yang lebih besar pada masalah tertentu, sedangkan media lain mengabaikannya.¹⁰ Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui *framing* atau pembingkai berita industri pakaian bekas impor ilegal pada media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme menilai ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap

socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka. Paradigma konstruktivisme melihat bahwa kenyataan adalah hasil konstruksi dari pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang.¹¹

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis *framing*. Analisis *framing* adalah salah satu cara untuk melihat bagaimana media menceritakan peristiwa. Cara bercerita sebuah media ditentukan oleh "cara melihat" realitas yang dijadikan berita. Analisis *framing* menunjukkan bagaimana media mengubah dan mengkonstruksi realitas, yang kemudian membuat masyarakat atau audiens melihat peristiwa tersebut dengan cara mereka mengubah dan membingkainya.¹²

Objek penelitian ini adalah media *online* CNBCIndonesia.com Kompas.com yang merilis berita mengenai industri pakaian bekas impor ilegal pada periode bulan Januari-Juni 2023.

Tabel 1. Deskripsi Berita yang diteliti

Media	Tanggal Rilis	Judul
CNBCIndo nesia.com	16 Maret 2023	Aneh! Ternyata Impor Pakaian Bekas Ada Datanya, Resmi?
	18 Maret 2023	Jokowi Geram Impor Pakaian Bekas Ganggu RI, Begini Ceritanya
	20 Maret 2023	Benang Kusut Impor Pakaian Bekas RI, Dilarang Tapi Merajalela
	24 Maret 2023	Pedagang: Bukan <i>Thrifting</i> Bunuh UKM, Tapi Pakaian Impor China
	24 Maret 2023	Usai Dibredel, Pengelola Pasar Senen Beri Respons Tak Terduga
	24 Maret 2023	30 Tahun Jualan, Pedagang Baju Bekas Mendadak Susah Makan

⁹ Kun Wazis, *Media Massa Dan Konstruksi Realitas* (Malang: Aditya Media Publishing, 2012).

¹⁰ A. Sukri and C. Yesicha, "Analisis *Framing* Berita Penangkapan Gubernur Riau Annas Maamun Di Surat Kabar Riau Pos Dan Tribun Pekanbaru," *Jurnal Komunikasi Global* 6, no. 2 (2017): 220–38.

¹¹ Azwar Azwar, "Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme -

Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt)," *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (July 30, 2022): 237–46, <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4493>.

¹² Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2011).

	24 Maret 2023	Pedagang Pakaian Bekas Impor Masih "Berani" Jualan, Kok Bisa?
	27 Maret 2023	Gak Ada Obat! Mendag Zulhas Akan Bakar Pakaian Bekas Rp 80 M
	1 April 2023	Ngenes! RI Jadi Tempat Sampah Pakaian Bekas, Gak Malu?
	4 April 2023	Kacau! Sudah Dilarang, <i>Thrifting</i> Impor Marak di Medsos
Kompas.com	17 Maret 2023	Dilema Usaha Pakaian " <i>Thrifting</i> ", Disayang Pembeli tetapi Dilarang Pemerintah
	17 Maret 2023	Dilarang Pemerintah, Mengapa <i>Thrifting</i> di Indonesia Sangat Diminati?
	18 Maret 2023	<i>Thrifting</i> Sedang Digandrungi, Bagaimana Asal-usulnya di Indonesia?
	18 Maret 2023	Apa Itu <i>Thrifting</i> yang Disebut Jokowi Bisa Merusak Industri Tekstil di Indonesia?
	21 Maret 2023	" <i>Thrifting</i> " Dinilai Merusak Pasar UMKM.
	21 Maret 2023	<i>Thrifting</i> Impor Ilegal Dilarang, Ini Solusi KemenKopUKM untuk Pedagang Terdampak
	22 Maret 2022	Pemerintah Larang Impor Baju Bekas, Saat " <i>Thrifting</i> " Diadu dengan UMKM
	22 Maret 2023	Pedagang Baju Bekas Pasar Senen: " <i>Thrifting</i> " untuk Semua Kalangan, Jangan Dianggap Musuh UMKM
	24 Maret 2023	<i>Thrifting</i> Jadi Ancaman Bagi Tekstil Lokal, Bagaimana Solusinya?
	4 April 2023	<i>Thrifting</i> , Ramah di Kantong tapi Bukan Jaminan Ramah Lingkungan

Sumber: diolah oleh peneliti

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik

tersebut merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen yang ada. Sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian serta untuk memperoleh dan melengkapi data yang diperlukan.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik observasi artinya setelah data terkumpul maka peneliti melakukan pengamatan. Karena penelitian ini menggunakan *framing* sebagai metode penelitiannya, maka bentuk pengamatan dokumen yang dipelajari adalah teks-teks berita mengenai pemberitaan Pemberitaan Industri Pakaian Bekas impor Ilegal yang dipublikasikan oleh media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com.¹³

Selanjutnya yang terakhir adalah penelusuran data secara *online*. Data yang dikumpulkan secara *online* ini dimaksudkan untuk menyediakan seluruh sumber bagi peneliti dengan data tambahan dari buku, tulisan, artikel, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan analisis *framing*. Perkembangan internet yang pesat membawa banyak manfaat bagi banyak hal, terutama pendidikan. Penelitian data *online* yang dimaksud adalah cara melakukan penelusuran data melalui media sebagai sumber data sekunder.¹⁴

Ada empat tahapan dalam melihat realitas media saat mengkonstruksi sebuah berita yang dijelaskan oleh Robert Entman. Penelitian ini menggunakan empat tahapan tersebut untuk melihat bagaimana media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com merekonstruksi mengenai berita industri pakaian bekas impor ilegal yang kemudina mempublikasikannya kepada khalayak.

Definisi masalah (*define problem*), merupakan bingkai yang paling utama atau master frame. Bingkai utama inilah yang akan menekankan cara memandang suatu peristiwa. Kemudian memperkirakan sumber masalah (*diagnose causes*) dalam tahapan ini, dapat diperkirakan elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai penyebab suatu peristiwa atau masalah. Selanjutnya membuat keputusan moral (*make moral judgement*) pada tahap ini dapat menilai elemen *framing* apa yang digunakan untuk memberikan argumentasi terhadap masalah atau peristiwa yang telah didefinisikan sebelumnya. Terakhir, menekankan penyelesaian masalah (*treatment recommendation*)

¹³ P.D. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2017).

¹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007).

merupakan elemen yang digunakan untuk menilai rekomendasi solusi atau harapan yang diinginkan oleh media dalam menyelesaikan masalah.

Model analisis *framing* Robert Entman dipilih karena melalui keempat unsur utama pembentuk frame dalam metodenya, peneliti mampu mendefinisikan fenomena pemberitaan pakaian bekas impor yang diberitakan oleh media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com, dan kemudian mencari tahu apa yang menjadi penyebab dalam masalah, mengungkap argumen di balik definisi masalah, dan menemukan cara kedua media *online* tersebut menyelesaikan masalah. Pada akhirnya, model analisis *framing* ini dapat menunjukkan bahwa ada proses yang melibatkan pemilihan elemen tertentu dari realitas oleh media.¹⁵

C. Hasil dan Pembahasan

CNBCIndonesia.com dan Kompas.com telah merilis sejumlah pemberitaan mengenai pelarangan terhadap perdagangan pakaian bekas impor yang dianggap ilegal karena melanggar undang-undang pada periode Maret – April 2024. Fenomena industri pakaian bekas impor ilegal ini tidak lepas dari perhatian masyarakat mengingat atensi masyarakat yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Selain dengan harganya yang tergolong murah, kualitas yang ditawarkan oleh pakaian bekas impor masih terbilang terjaga, sehingga menjadi pertimbangan bagi para konsumen. Analisis penelitian ini berfokus pada berita yang dipublikasikan pada kisaran bulan Maret hingga April 2023.

Fenomena adanya pelarangan terhadap penjualan pakaian bekas impor ilegal ini dipicu oleh adanya pernyataan Presiden Joko Widodo yang mengatakan bahwa adanya industri pakaian bekas impor ilegal ini dapat mengganggu tekstil dalam negeri. Kemudian tindakan yang dilakukan Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan juga menjadi pemicu makin maraknya pembahasan mengenai fenomena ini.

Sebagai portal berita terkemuka dengan jumlah audiens yang besar, CNBCIndonesia.com dan Kompas.com tentu saja memiliki pendekatan yang berbeda dalam menyajikan berita. Berdasarkan analisis terhadap berita mengenai industri pakaian bekas impor ilegal menggunakan model *framing* Robert N. Entman, dapat disimpulkan bahwa kedua

portal tersebut memiliki pembingkai berita yang berbeda.

CNBCIndonesia.com cenderung membingkai berita tersebut dalam konteks ekonomi dan bisnis, fokus pada dampak ekonomi dari industri pakaian bekas impor ilegal. Mereka menyoroti masalah perdagangan dan dampaknya terhadap industri tekstil dalam negeri serta ekonomi secara keseluruhan.

Di sisi lain, Kompas.com lebih memperhatikan pembingkai yang menyoroti aspek sosial dan lingkungan, dengan fokus pada dampak sosial dari industri pakaian bekas impor ilegal terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Mereka juga menyoroti aspek hukum dan keamanan terkait dengan perdagangan ilegal tersebut.

Kedua portal berita tersebut juga mengambil pendekatan yang lebih holistik, mencakup berbagai aspek dalam pembingkai berita mereka, seperti dampak sosial, ekonomi, lingkungan, hukum, dan keamanan dari industri pakaian bekas impor ilegal.

Konstruksi *Framing* Media *Online* CNBCIndonesia.com

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan CNBCIndonesia.com tentang fenomena industri pakaian bekas impor ilegal, dapat dilihat bahwa CNBCIndonesia.com cenderung bersikap netral dalam pemberitaannya. Mereka fokus menyajikan pernyataan dari narasumber tanpa memberikan pandangan atau opini mereka sendiri terhadap isu tersebut, berbeda dengan Kompas.com yang terkadang memberikan pandangan atau sikap editorial dalam pemberitaannya.

CNBCIndonesia.com memfokuskan penggambaran dan penonjolan dalam pembingkai artikel berita mengenai pakaian bekas impor ilegal ini pada aspek ekonomi dan bisnis. CNBCIndonesia.com fokus dalam menggambarkan dampak yang dihasilkan industri ini bagi industri tekstil dalam negeri. Mereka menyoroti masalah perdagangan dan dampaknya terhadap industri tekstil dalam negeri serta ekonomi secara keseluruhan, sehingga pembahasan topik dalam artikel berita akan fokus membahas bagaimana industri pakaian bekas impor ini memberikan

¹⁵ Robert M Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy* (London: The University of Chicago Press, 2004).

dampak baik itu kepada penjual, konsumen, dan pelaku ekonomi secara menyeluruh.

Ada sekitar tiga buah aspek yang merepresentasikan pemingkaian CNBCIndonesia.com mengenai fenomena industri pakaian bekas impor ilegal. Pertama yaitu, adanya pernyataan dari Presiden Joko Widodo yang melarang industri pakaian bekas impor ilegal karena dianggap mengganggu industri tekstil dalam negeri. Kedua ialah tindakan yang dilakukan pemerintah kepada para pedagang pakaian bekas impor ilegal. Terakhir, aspek yang ketiga adalah sikap dari para pedagang yang menolak dan menilai bahwa yang menjadi musuh UMKM bukan *thrifting* tapi produk dari China.

Konstruksi *Framing Media Online Kompas.com*

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan Kompas.com tentang fenomena industri pakaian bekas impor ilegal, dapat dilihat bahwa Kompas.com cenderung menyajikan pandangan atau sikap editorial dalam pemberitaannya. Mereka tidak hanya menyajikan pernyataan dari narasumber, tetapi juga memberikan analisis dan opini terhadap isu tersebut, berbeda dengan CNBCIndonesia.com yang cenderung bersikap netral.

Kompas.com memfokuskan penggambaran dan penonjolan dalam pemingkaian artikel berita mengenai pakaian bekas impor ilegal ini pada aspek sosial dan dampaknya terhadap masyarakat. Mereka menyoroti dampak negatif dari industri ini, seperti potensi bahaya kesehatan dan lingkungan, serta kerugian yang dialami oleh produsen tekstil lokal.

Dalam pembahasan topik, artikel berita di Kompas.com akan lebih banyak membahas bagaimana industri ini bisa masuk di Indonesia dikutip dari berita yang berjudul *Thrifting* Sedang Digandrungi, Bagaimana Asal-usulnya di Indonesia?, apa yang menjadi faktor industri ini digemari oleh masyarakat seperti yang dilansir dalam berita yang berjudul Dilarang Pemerintah, Mengapa *Thrifting* di Indonesia Sangat Diminati?, serta bagaimana industri pakaian bekas impor ini merugikan berbagai pihak, termasuk produsen dalam negeri dan konsumen yang terpengaruh oleh kualitas dan standar keamanan produk yang tidak terjamin.

Ada tiga buah aspek yang merepresentasikan pemingkaian Kompas.com mengenai fenomena industri pakaian bekas impor ilegal. Pertama yaitu, adanya pelarangan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap industri pakaian bekas impor ilegal karena

dianggap mengganggu industri tekstil dalam negeri. Kedua ialah pendapat para pedagang yang menyatakan bahwa *thrifting* bukan musuh bagi UMKM lokal. Terakhir, aspek yang ketiga adalah dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh *thrifting*.

Perbedaan Konstruksi *Framing Media Online CNBCIndonesia.com dan Kompas.com*

Konstruksi *framing media online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com dapat dibedakan dalam beberapa aspek, terutama dalam hal fokus pemberitaan, sudut pandang, dan pendekatan terhadap isu yang sama. Berdasarkan analisis terhadap berita-berita yang mereka rilis, dapat dilihat perbedaan konstruksi *framing* sebagai berikut:

1. Fokus Pemberitaan

CNBCIndonesia.com cenderung lebih fokus pada aspek ekonomi dan bisnis dalam pemberitaannya. Mereka menyoroti dampak industri pakaian bekas impor ilegal terhadap industri tekstil dalam negeri dan ekonomi secara keseluruhan. Sementara itu, Kompas.com lebih menekankan aspek sosial dan dampaknya terhadap masyarakat. Mereka memberikan perhatian lebih pada potensi bahaya kesehatan dan lingkungan serta kerugian yang dialami oleh produsen tekstil lokal.

2. Sudut Pandang

CNBCIndonesia.com cenderung bersikap netral dalam pemberitaannya. Mereka lebih fokus menyajikan pernyataan dari narasumber tanpa memberikan pandangan atau opini mereka sendiri terhadap isu tersebut. Di sisi lain, Kompas.com terkadang memberikan pandangan atau sikap editorial dalam pemberitaannya. Mereka tidak hanya menyajikan pernyataan dari narasumber, tetapi juga memberikan analisis dan opini terhadap isu yang sedang dibahas.

3. Pendekatan Terhadap Isu

CNBCIndonesia.com lebih menonjolkan analisis ekonomi dalam pemingkaian artikel berita mengenai pakaian bekas impor ilegal. Mereka fokus dalam menggambarkan dampak industri ini bagi industri tekstil dalam negeri dan ekonomi secara keseluruhan. Sementara itu, Kompas.com lebih menyoroti dampak sosial dan lingkungan dari industri ini, serta menekankan pentingnya perlindungan terhadap pasar domestik dan produk lokal.

D. Kesimpulan

Hasil dari analisis *framing* model Robert N. Entman melalui empat elemen yaitu Define Problems, Diagnose Causes, Make Moral Judgement, serta Treatment Recommendation menunjukkan media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com memiliki perbedaan dalam mengkonstruksi pemberitaan mengenai industri pakaian bekas impor ilegal. Konstruksi *framing* media *online* CNBCIndonesia.com dan Kompas.com dapat dibedakan dalam beberapa aspek, terutama dalam hal fokus pemberitaan, sudut pandang, dan pendekatan terhadap isu yang sama.

Fokus pemberitaan CNBCIndonesia.com cenderung lebih fokus pada aspek ekonomi dan bisnis dalam pemberitaannya. Mereka menyoroti dampak industri pakaian bekas impor ilegal terhadap industri tekstil dalam negeri dan ekonomi secara keseluruhan. Sementara itu, Kompas.com lebih menekankan aspek sosial dan dampaknya terhadap masyarakat. Mereka memberikan perhatian lebih pada potensi bahaya kesehatan dan lingkungan serta kerugian yang dialami oleh produsen tekstil lokal.

Sudut pandang kedua media tersebut juga berbeda, CNBCIndonesia.com cenderung bersikap netral dalam pemberitaannya. Mereka lebih fokus menyajikan pernyataan dari narasumber tanpa memberikan pandangan atau opini mereka sendiri terhadap isu tersebut. Di sisi lain, Kompas.com terkadang memberikan pandangan atau sikap editorial dalam pemberitaannya. Mereka tidak hanya menyajikan pernyataan dari narasumber, tetapi juga memberikan analisis dan opini terhadap isu yang sedang dibahas.

Pendekatan yang dilakukan kedua media tersebut terhadap isu yang dibahas juga cenderung berbeda, CNBCIndonesia.com lebih menonjolkan analisis ekonomi dalam pembedaan artikel berita mengenai pakaian bekas impor ilegal. Mereka fokus dalam menggambarkan dampak industri ini bagi industri tekstil dalam negeri dan ekonomi secara keseluruhan. Sementara itu, Kompas.com lebih menyoroti dampak sosial dan lingkungan dari industri ini, serta menekankan pentingnya perlindungan terhadap pasar domestik dan produk lokal.

Terlepas dari adanya perbedaan dalam mengkonstruksi fenomena yang terjadi, CNBCIndonesia.com dan Kompas.com terdapat persamaan dalam penonjolan fenomena yang

dilakukan oleh kedua media tersebut. Persamaan penonjolan yang dilakukan oleh kedua media tersebut ialah terletak pada Pernyataan yang dinyatakan oleh Presiden Joko Widodo terhadap pelarangan pakaian bekas impor, tindakan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap para penjual pakaian bekas impor, dan respon yang disampaikan oleh para pedagang pakaian bekas impor ilegal terhadap pelarangan yang dilakukan oleh pemerintah.

Setelah melakukan penelitian, ditemukan bahwa media memainkan peran penting dalam membentuk realitas sosial dan terdapat perbedaan dalam konstruksi serta penekanan pada aspek-aspek tertentu dalam penyampaian fakta melalui berita mereka. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

Berita yang disiarkan oleh media tidak selalu objektif, mereka telah dirancang dan disusun oleh media massa, maka dari itu masyarakat harus memahami fakta ini. Contohnya adalah perbedaan cara CNBCIndonesia.com dan Kompas.com dalam memberitakan fenomena *thrifting* atau pakaian impor bekas ini. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar masyarakat mampu menggunakan sikap dan cara berpikir kritis saat membaca dan memahami sebuah berita. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki kemampuan mencerna dan menelaah informasi tentang suatu peristiwa dari berbagai sumber. Dengan melakukan hal ini, masyarakat akan memperoleh informasi yang lebih jelas dan menyeluruh tentang peristiwa atau fenomena tersebut dari berbagai sudut pandang.

Kehadiran media *online* telah mengubah dunia jurnanisme, dan menciptakan jurnanisme *online* yang baru. Jurnanisme *online* bergantung pada kecepatan, namun seringkali keseimbangan dan akurasi menjadi terabaikan. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada para pelaku media untuk memastikan bahwa berita yang ditulis dan dipublikasikan tetap proporsional dalam menyampaikan informasi tentang sebuah peristiwa. Oleh karena itu, pemberitaan dapat secara luas mencakup semua aspek peristiwa tersebut dan memberikan perspektif yang berbeda kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- A. Sukri and C. Yesicha, "Analisis *Framing* Berita Penangkapan Gubernur Riau Annas Maamun Di Surat Kabar Riau Pos Dan Tribun Pekanbaru," *Jurnal Komunikasi Global* 6, no. 2 (2017): 220–38.
- Ahmad Muttaqin, "Ideologi Dan Keberpihakan Media Massa," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Komunika* 5, no. 2 (2011): 185–98.
- Azwar Azwar, "Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme - Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt)," *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (July 30, 2022): 237–46, <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4493>.
- Azwar Azwar, Rizki Pratama Putra, and Uljanatunnisa Uljanatunnisa, "Unsur Keberpihakan Pada Pemberitaan Media Online Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kampanye Pada Kumparan.Com," *Jurnal Studi Jurnalistik* 3, no. 1 (March 28, 2021): 48–62, <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i1.19878>.
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, "Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Impor 2022 Jilid I," 2022.
- Bayu Agustian et al., "Fenomena Fashion Thrift Dikalangan Mahasiswa Fisipkom Unida Sebagai Bentuk Mengekspresikan Diri," *Karimah Tauhid*, vol. 2, 2023.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007).
- Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2011).
- H. E. Bullock, K. F. Wyche, and W. R. Williams, "Media Images of The Poor," *Journal of Social Issues* 57, no. 2 (2002): 229–46.
- Heru Margianto, "Kompas.Com Dan 14 September 1995," Kompas.com, September 13, 2017.
- Kun Wazis, *Media Massa Dan Konstruksi Realitas* (Malang: Aditya Media Publishing, 2012).
- Kusumaningrat Hikmat and Purnama Kusumaningrat, "Jurnalistik Teori dan Praktik," 2017.
- Nika Nencyana Fadila et al., "Fenomena *Thrifting* Yang Populer Dikalangan Mahasiswa," *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1, no. 3 (2023): 278–91, <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>.
- Robert M Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy* (London: The University of Chicago Press, 2004).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2017).