



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Pembentukan Opini Publik oleh Media *Daily Express* dan *The Guardian* Selama Masa Referendum Brexit 2016

Skripsi

Oleh

Sabilla Hamami Robayana

2014330051

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Pembentukan Opini Publik oleh Media *Daily Express* dan *The Guardian* Selama Masa Referendum Brexit 2016

Skripsi

Oleh

Sabilla Hamami Robayana

2014330051

Pembimbing

Yulius Purwadi Hermawan, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Sabilla Hamami Robayana
Nomor Pokok : 2014330051
Judul : Pembentukan Opini Publik oleh Media *Daily Express* dan *The Guardian* Selama Masa Referendum Brexit 2018

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 23 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Sapta Dwikardana, Ph.D.

: 

Sekretaris

Yulius Purwadi Hermawan, Ph.D.

: 

Anggota

Albert Triwibowo, S.IP., M.A.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabilla Hamami Robayana
NPM : 2014330051
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Pembentukan Opini Publik oleh Media *Daily Express* dan *The Guardian* Selama Masa Referendum Brexit tahun 2016

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Agustus 2018



Sabilla Hamami Robayana

ABSTRAK

Nama : Sabilla Hamami Robayana

NPM : 2014330051

Judul : Pembentukan Opini Publik oleh Media *Daily Express* dan *The Guardian* Selama Masa Referendum Inggris tahun 2016

Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan pembingkaiian (*framing*) yang dilakukan oleh dua media yang berbeda di Inggris, *Daily Express* dan *The Guardian*, selama masa referendum Brexit 2016. Untuk menjawab pertanyaan “**Bagaimana framing ‘The Daily Express’ dan ‘The Guardian’ di Inggris dapat membentuk opini publik selama masa referendum 2016 berlangsung?**”, penelitian ini menggunakan konsep *framing analysis* oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep ini merupakan sebuah cara untuk mengetahui bagaimana media massa dengan *framing* yang berbeda, baik dari penulisan berita hingga penggunaan kata-kata, dapat mempengaruhi opini publik.

Dalam penelitian ini, *Daily Express* merupakan salah satu media yang pro terhadap Brexit dan cenderung untuk menggunakan kata-kata hingga judul berita yang berani dan lebih terus terang. *Framing headline* yang digunakan oleh *Daily Express* cenderung agresif dan lebih banyak menyinggung isu imigran. *Framing* foto yang digunakan pun bersifat repetitif, agresif dan menggunakan kata yang kontroversial. Di sisi lain, *framing Guardian* lebih banyak menggunakan judul, pemilihan kata-kata yang intelektual dan menggunakan foto yang bersifat netral. *Framing* isi berita yang dilakukan *Guardian* pun lebih banyak menyelipkan angka, data hingga survey. Untuk menjelaskan bagaimana kedua media tersebut mempunyai peran dalam membentuk opini publik yang berbeda, dilakukan penelitian menggunakan analisis *framing* masing-masing media. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media dengan teknik *framing* yang berbeda, dapat mempengaruhi hasil yang berbeda.

Kata Kunci: analisis *framing*, Brexit, referendum, *Daily Express*, *Guardian*

ABSTRACT

Name : Sabilla Hamami Robayana
Student ID : 2014330051
Title : The Formation of Public Opinion by Daily Express and The Guardian during the British Referendum Campaign 2016

*This research was conducted to analyze the two different media framing differences, Daily Express and The Guardian, during British referendum campaign in 2016. In order to answer the research question, **“How does the framing Daily Express and the Guardian in British formed public opinion during referendum in 2016?”**, this study used Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki’s framing analysis concept. Through this concept on how to know mass media with different framing technique, in writing headlines to using certain words, could actually influence public opinion.*

Through this research, Daily Express is one of the media who support Brexit and tend to use bold and straightforward words in their headlines and articles. Headline framing that are used by Daily Express tend to be aggressive and discuss more issues related to immigrants. Picture framing is also repetitive, aggressive and controversial. On the other hand, Guardian’s framing tend to use intellectual headlines and neutral word choosing and pictures. News content framing by Guardian tend to slip numbers, data and surveys. To answer the role of both media in forming public opinion, this research was conducted by using framing analysis to analyze mass’ behavior. The result from this research is to see that media, with different framing techniques, could affect different results.

Keywords: framing analysis, Brexit, referendum, *Daily Express*, *Guardian*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan izin-Nya, penelitian dengan judul **“Pembentukan Opini Publik oleh Media Daily Express dan The Guardian Selama Masa Referendum Brexit tahun 2016”** dapat diselesaikan. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik karena adanya tuntunan dan campur tangan dosen pembimbing, Yulius Purwadi Hermawan, Ph.D., yang senantiasa untuk memberi dukungan dan arahnya.

Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Skripsi ini menjelaskan tentang perspektif kedua media yaitu *Daily Express* dan *The Guardian*, dalam membentuk opini publik selama masa referendum Brexit 2016 melalui teknik *framing* atau pembingkaiian.

Peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penelitian ini baik dari segi informasi, kedalaman pembahasan hingga tata bahasa, sehingga peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu pembacanya untuk memahami dan menambah wawasan tentang media dalam dunia hubungan internasional.

Bandung, 9 Agustus 2018

Sabilla Hamami Robayana

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses pembuatan skripsi ini, saya mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, doa serta semangat dari berbagai pihak. Tanpa pihak-pihak yang terlibat ini, penulis mungkin tidak akan menyelesaikan skripsi tepat waktu. Masa-masa kuliah menjadi masa terbaik saya, karena selama kuliah saya belajar untuk lebih menghargai orang dengan berbagai latar belakang. Selama empat tahun saya berkembang menjadi pribadi yang lebih baik dibandingkan saat saya pertamakali menginjakkan kaki di UNPAR. Oleh karena itu, penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT.
2. Papa Huda dan Mama Susan. Terima kasih atas semua dukungan moral, materi dan gizi (terutama gizi) yang diberikan selama 4 tahun Tete kuliah. Akhirnya anak sulung Papa dan Mama lulus ya~ Terima kasih Mama dan Papa atas semua pelajaran hidup yang diberikan dan membuat Tete bisa bertahan di dunia perkuliahan. Terima kasih atas masukan-masukan dan perhatian yang diberikan hingga akhirnya Tete bisa terus berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Kaka Fhirda dan Aa Fathir. Adikku, musuhku, sahabatku. Terima kasih atas semua dukungan dan doa yang diberikan selama ini. Semoga berantem kita selama ini jadi pembelajaran ya haha. Thank you for all of our late night talks. Sudah mengurusku kalau lagi sakit, suka jajanan juga kalo lagi baik, tempat berbagi hal dari yang penting sampai gak penting sama sekali. Semangat! Kalian bisa!

4. Semua dukungan dan doa dari keluarga besar Papa dan Mama. Terima kasih Umi, Nenek, uwa, om dan tante yang mendukung Tehbil selama ini.
5. Sahabat-sahabatku selama kuliah; Loran Palseo Tambunan, Shafira Amalia Hidayat, Maghfira Adzhani, Alya Atila, Rheza Prawira Kusumah, Awanisa Huwaini Yuniana, Adriana Anjani, Sarifa Rahma, Soojeong Wang. Terima kasih banyak sudah berbagi cerita baik suka dan suka, pelajaran berharga dan bantuan yang telah kalian lakukan untukku.
6. Mas Yulius Purwadi atas bimbingannya selama ini dan semua dosen-dosen HI UNPAR yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna untuk saya. Terima kasih untuk terus membimbing saya dengan sabar, Mas Pur.
7. DDG. Lopa, Fira1 dan Fir2. Terima kasih sudah mewarnai hidup kuliahku dari semester awal. Tanpa kalian mungkin aku tidak akan ngomong “ko” lagi hahahaha. Segala kejadian timing dan suka duka selama ini, menjadi cerita aku selama di kuliah. Sukses untuk kalian dimanapun nanti kita akan berlabuh ya. Terpisah oleh jarak bukan berarti terpisah di dalam hati eeeee.
8. 우리 블랙핑크; Jannie, Lalita dan Jiwan. Terima kasih atas segala keanehan percakapan dan rencana dadakan kita selama ini. Kurangi impulsif (haha). Tidak sabar untuk segala petualangan kita kedepannya.
9. Loran Palseo Tambunan. Terima kasih untuk segala perhatian dan kebaikan ko selama ini. Sejak kenal dari Sekoci21, aku tau ko adalah orang yang baik. Terima kasih atas energi positif yang selalu ko bagi

selama kuliah, aku terinspirasi untuk menjadi orang yang ceria dan baik karena ko. Terima kasih sudah membantu perkuliahanku. Ko gak tau kek mana bersyukurya aku kenal sama ko, Lop.

10. Shafira Amalia Hidayat. Sejak pertama kali kenal karena Taylor Swift aku yakin kita akan menjadi teman baik. Untuk sesama INFJku, terima kasih ya we sudah menjadi teman yang teramat baik selama di kuliah. I hope you know how precious you are. Aku yakin ko akan menjadi orang yang sukses karena pengalamanmu, ceritamu, kegigihanmu. Ko kuat. Ko bisa. Aku percaya. I'm so happy that you are my bestfriend, aku senang karenamu aku banyak belajar tentang segala hal.

11. Maghfira Adzhani. Hi, Fir. Mungkin ko anggap ini jepe, tapi terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesahku selama kuliah. Terima kasih kepada pakar skincare + makeup dan mengajarku cara berdandan. Terima kasih sudah menjadi teman nonton dan selalu tahu cara menghiburku. Terima kasih untuk menjadi teman yang baik dan lovely haha. Terima kasih sudah mengenalkanku pada dunia 오빠, tanpamu aku tidak akan survive. 화이팅 피라언니. 언니할수있어! 내 친구 되어줘서 너무 너무 고맙고 앞으로도 우리 같이 공부하자!

12. Adriana Anjani. Terima kasih sudah menjadi support system Sabe selama kuliah. Dari pertemuan pertama random kita di Daniel hingga saat ini, aku bersyukur bisa bertemu dengan Ana. Terima kasih sudah menamparku disaat aku tidak bisa

berpikir rasional. Terima kasih atas segala pelajaran hidup yang diberikan kepadaku yang masih naif. I couldn't do it without you.

13. Alya Atila. My partner in crime. Terima kasih sudah menjadi teman yang sabar (hehe) dan pengertian selama aku kuliah. Mulai dari segan ngobrol karena kirain galak, sampe hina-hinaan. Aku tak bisa melupakan kerja bareng pertama kita karena impulsif narik kamu jadi rekan. Untuk segala fangirling, curhat-curhat sampe obrolan yang tidak penting, terima kasih. Terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah, walaupun nanti jauh, tetap kontakkan ya.

14. Rheza Prawira Kusumah. Kenal dari TK tapi tahu sepupuan kelas 3 SD. Kepisah cuma SMP akhir dan SMA. Thank you for being the bestest friend I have ever had. Terima kasih atas segala pengalaman dan cerita yang kita bagi selama ini. Terima kasih sudah menjadi teman recehku diam-diam, sudahlah, tidak usah gengsi. Haha. Lain kali kalo kita ketawa gak jelas harus langsung balik badan ya. I know you since we were very little so I hope you know how much our friendship means to me. Thank you sudah menjadi orang yang

menyadarkanku akan kesalahanku dan menjadi orang yang sangat objektif. I needed that.

15. Awanisa Huwaini Yuniana. Temen recehku. Dari SMA sudah bareng tapi menjadi tidak terpisahkan sejak kuliah ya. Terima kasih, Wan, atas segala keluguanmu yang mewarnai kehidupanku. You are the most hardworking person I have ever met. Terima kasih sudah sabar menghadapiku selama ini, kamu berani. Awan yang suka wangi melati, semoga kedepannya kamu tetap semangat ya. Terima kasih sudah mengajariku cara bernyanyi dengan semangat selama ini. 너무 고맙고 만날수있어서 기뻐.

16. 왕수정. 수정아.. 내 친구가 되어줘서 너무너무 고마워. 너랑 친구가 되워서 좋고 기뻐ㅠㅠ 우리 이제 같이 졸업식할거야! 수정아 너는 정말 최고로 좋은 사람이고 3 년동안 함께한 모든날들이 재밌었어 ㅎㅎ. 지금까지도 항상 고맙고 이렇게 멋진 사람을 만날 수 있어서 기뻐. 계속계속 친하게 잘 지내자~

17. 왕유정. 유정아! 나는 졸업했어! ㅋㅋㅋ 나중에 니게 시당 할때 내가 꼭 올게~ 화이팅 유정아! 할 수 있어! ㅋㅋ 이렇게 멋진 사람을 만날수있어서 너무 고맙고 재밌고 같이 공부해서 너무너무 고마워..

18. Keluarga KSMPMI 15/16. Organisasi yang membuat saya belajar banyak, yang membantu saya untuk berkembang

menjadi pribadi yang kritis, dan yang menjadi keluarga saya selama berada di bangku kuliah. Rizky Aji Pratama, presiden KSMPMI terbaik, terima kasih sudah mengayomi saya selama kuliah.

19. Delegasi Republik Korea Prakdip! Terima kasih atas segala pengalaman dan cerita yang kita bagi selama Prakdip. Pengalaman bersama kalian menjadi salah satu pengalaman yang berharga selama aku kuliah. Kimchi Delegations, hwaiting!

20. Sahabatku, Zahra Febriana. Kepada Ijah yang selalu setia berada disisiku dari SMA, terima kasih. Tempat ceritaku dari MOS hingga saat ini, semoga kedepannya makin banyak pengalaman aneh bareng ya.

20. Selusin! Ayu Futi, Awanisa Huwaini, Sheilla Ayu, Faradiba Kusuma, Bintari Ayuningtyas, Irzha Ramandha, Kaisha Nadine, Kania Noviany, Nadila An, Rezita Arina dan Syifa Afra. Terima kasih sudah menjadi support systemku dari SMA, semoga sampai nanti terus bersama ya. Kan mau gantian jadi pagar ayu hehe.

21. Bara, Panji, Kiki, Lintang, Firman, Reces, Dana dan Salma.

Terima kasih sudah menjadi teman yang baik hingga saat ini.

Cheers to our next adventure!

22. Ambipur. Anak Bimbingan Mas Pur. Rio, Krystal, Mike, Fah,

Tanya, Marlyn, Nathaya, Avila, dan Maseng. Akhirnya kita semua lulus!

23. Kakak-kakak INHA. Erika 언니, Tiara 언니, Cici 언니,

Mira 언니. Terima kasih atas segala pengalaman aneh bin ajaib selama di Korea! Ayo kita ke INHA lagi jadi murid.

22. 오세훈, 변백현, 박찬열, 짱이썩, 도경수, 김종인, 김종대, 김민석

그리고 김준면. 모든날이 빛났던 엑소와 함께여서 모든날들이 행복했어요. 나의 가수가 되어주어서, 내 세상에 빛이 되어주어서 정말 고마워요. 항상 더 감사하고 보고싶고... 언제나 사랑하고 믿으며, 지금처럼 천천히 오래오래 계속 함께하고 싶어요.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.2.1 Deskripsi Masalah	9
1.2.2 Pembatasan Masalah dan Waktu	12
1.2.3 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan	13
1.4 Kajian Literatur	13
1.5 Kerangka Pemikiran	16
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	25
1.6.1 Metode Penelitian	25
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	26
1.7 Sistematika Pembahasan	26
BAB II	28
PROFIL MEDIA DAN KARAKTERISTIK PEMBACA MASYARAKAT INGGRIS	28
2.1. Profil Media	29
2.1.1. <i>Daily Express</i> sebagai Media Kontroversial	30
2.1.2. <i>The Guardian</i> sebagai Pelopor Kebebasan Berpendapat	36
2.2. Masyarakat Inggris sebagai Pembaca Koran	40
2.2.1. Karakteristik Pembaca	40
2.2.2 Demografik Pembaca	41
BAB III	46
KEANGGOTAAN UNI EROPA DAN REFERENDUM INGGRIS	46
3.1. Inggris sebagai Anggota Uni Eropa	46
3.2. Referendum Inggris 2016	52
3.2.1. Tinjauan ulang Inggris dalam keanggotaan Uni Eropa	52
3.2.2. Argumen Inggris untuk mengadakan Refendum Brexit	54
3.2.3. Proses referendum	57
3.2.4. Sikap Pemerintah Inggris terhadap Brexit	58

3.3. Hasil Referendum Inggris 2016.....	60
3.4. Bagaimana Media Menggambarkan Referendum	61
BAB IV.....	65
PROSES <i>FRAMING THE DAILY EXPRESS</i> DAN <i>THE GUARDIAN</i>	
UNTUK MEMBENTUK OPINI PUBLIK MASYARAKAT INGGRIS	
DALAM REFERENDUM BREXIT 2016	65
4.1. <i>Framing Daily Express</i> dalam Referendum Inggris 2016.....	67
4.1.1. <i>Setting</i> Judul Pemberitaan <i>Daily Express</i> Mengenai Isu Referendum.....	70
4.1.2. <i>Setting</i> Foto Pemberitaan <i>Daily Express</i> Mengenai Isu Referendum	76
4.1.3. <i>Setting</i> Isi Pemberitaan oleh <i>Daily Express</i> dalam Isu Referendum	78
4.2. <i>Framing The Guardian</i> dalam Referendum Inggris 2016.....	82
4.2.1. <i>Setting</i> Judul Pemberitaan <i>The Guardian</i> Mengenai Isu Referendum.....	84
4.2.2. <i>Setting</i> Foto Pemberitaan <i>The Guardian</i> Mengenai Isu Referendum.....	88
4.2.3. <i>Setting</i> isi pemberitaan <i>The Guardian</i> mengenai isu referendum.....	90
4.3. Perbandingan <i>Framing Berita</i>	91
BAB V	95
KESIMPULAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kategori Pembaca Koran Inggris Berdasarkan Umur.....	42
Tabel 2.2	Kategori Pembaca Koran Inggris Berdasarkan Kepuasan terhadap Pemerintah.....	43
Tabel 2.3	Kategori Pembaca Koran Inggris Berdasarkan Kelas Sosial.....	44
Tabel 4.1	Perbandingan <i>Agenda Setting Daily Express</i> dan <i>The Guardian</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Jangkauan Pembaca Bulanan <i>Daily Express</i> tahun 2016.....	34
Gambar 2.2	Jangkauan Pembaca Bulanan <i>The Guardian</i> tahun 2016.....	39
Gambar 4.1	Isu dalam <i>headline Daily Express</i> dalam kurun waktu 20 Februari hingga 23 Juli 2016.....	67
Gambar 4.2	<i>Headline Daily Express</i> yang berkaitan dengan isu referendum...67	
Gambar 4.3	Judul Artikel <i>Daily Express</i> , “Sekarang Perjuangan untuk Britania Raya Dimulai: Batu Loncatan Usaha <i>Crusade</i> untuk Keluar dari Uni Eropa”.....	69
Gambar 4.4	Judul Artikel <i>Headline Daily Express</i> , “Britania Raya Mempunyai Imigran yang ‘Terlalu Banyak’: Jejak Pendapat Upaya Keluar dari Uni Eropa Meningkat”.....	71
Gambar 4.5	Judul Artikel <i>Headline Daily Express</i> , “1,5 Juta Migran Tersembunyi di Inggris.....	72
Gambar 4.6	Judul Artikel <i>Headline Daily Express</i> , “Imigran Membebani Britania Raya Sebanyak £17 Miliar dalam Setahun”.....	73
Gambar 4.7	<i>Daily Express</i> , “Yang Manakah Benderamu?”.....	75
Gambar 4.8	Judul <i>Headline Daily Express</i> , “Negaramu Membutuhkanmu: PILIH <i>LEAVE</i> HARI INI”.....	76
Gambar 4.9	Judul Artikel <i>Daily Express</i> , “Pilih <i>Leave</i> untuk membuat Britania Raya lebih hebat”.....	78

Gambar 4.10	Judul <i>Headline Daily Express</i> , “UE ‘Sangat Buruk’ untuk Pensiun.....	80
Gambar 4.11	Isu dalam <i>headline The Guardian</i> dalam kurun waktu 15 April hingga 23 Juni 2016.....	82
Gambar 4.12	<i>Headline The Guardian</i> yang berkaitan dengan isu referendum...83	
Gambar 4.13	Judul Artikel <i>The Guardian</i> , “Ketua statistik Inggris mengatakan angka £350 menyesatkan”.....	84
Gambar 4.14	Judul <i>Headline The Guardian</i> , “Dorongan terakhir untuk tinggal dalam Eropa”.....	85
Gambar 4.15	Judul <i>Headline The Guardian</i> , “ <i>Over. And Out</i> ”.....	86
Gambar 4.16	Judul Artikel <i>The Guardian</i> , “May berkata: Inggris masih bisa mundur dari Brexit”.....	87
Gambar 4.17	Judul Artikel <i>The Guardian</i> , “Kekhawatiran Uni Eropa melonjak dikarenakan ketidakpastian dan kekacauan dalam strategi Inggris mengenai Brexit”.....	88
Gambar 4.18	Judul Artikel <i>The Guardian</i> , “Apa yang akan terjadi apabila Inggris memilih untuk meninggalkan Uni Eropa?”.....	89

DAFTAR SINGKATAN

Brexit	British Exit
EC	European Community
EEC	European Economic Community
EFTA	European Free Trade Association
EMU	Economy and Monetary Union
EU	European Union

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasca Perang Dingin merupakan salah satu fenomena yang membuat aktor dunia Internasional bukan lagi terdiri dari negara-negara saja. Interaksi antar aktor non-negara yang semakin meningkat membuat munculnya aktor-aktor lain dalam hubungan internasional yang tidak kalah penting dalam menjaga pola interaksi global. Kemunculan aktor-aktor non-negara seperti; MNC, NGO bahkan individu kemudian menunjukkan perannya dalam interaksi hubungan internasional. Tidak terkecuali media, yang merupakan salah satu aktor non-negara pun mempunyai peran yang penting dalam interaksi hubungan internasional.

Perkembangan media massa pertama kali muncul dalam bentuk komunikasi lisan. Informasi dan pengetahuan para era komunikasi lisan disebarkan melalui puisi, edukasi hingga cerita turun-temurun.¹ Komunikasi lisan tersebut kemudian mengalami revolusi dan berkembang di Tiongkok pada tahun 1045 menggunakan kertas dan *block printing*. Akhir tahun 1400 hingga 1500an, media cetak dan publikasi mulai berkembang secara pesat di Eropa.² Perkembangan media massa berikutnya dipengaruhi oleh globalisasi dan membuat adanya transisi media komunikasi era elektronik. Penyebaran informasi yang sebelumnya

¹ Richard Campbell, Christopher R. Martin dan Bettina Fabos, *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*, (Boston: Bedford/St. Martin's, 2014), halaman 43

² Ibid.

hanya dilakukan satu arah melalui media cetak, kemudian berkembang menjadi komunikasi dua arah berupa telegram. Era elektronik ditandai dengan perkembangan dan inovasi alat komunikasi.³ Telepon kabel, telegram dan radio kemudian berkembang menjadi komputer dan televisi sebagai penanda perkembangan media massa era elektronik. Dalam era komunikasi digital, media massa kemudian berkembang melalui bantuan sinyal elektronik. Munculnya akses internet kemudian menimbulkan adanya pemberitaan berita *online* yang dapat diakses oleh publik.⁴

Keberadaan media dalam kehidupan bermasyarakat memudahkan komunikasi antar belahan dunia. Komunikasi yang dilakukan Presiden Amerika dan Presiden Indonesia dapat dilakukan hanya melalui sambungan telepon. Perkembangan komunikasi pun membuat informasi yang beredar di masyarakat dapat diakses dengan mudah. Media juga dapat digunakan sebagai sarana masyarakat dalam menampilkan dan mempromosikan sesuatu agar dapat dilihat secara luas. Dengan keberadaan media, maka aktor-aktor non-negara dalam hubungan internasional pun dapat turut berkontribusi secara signifikan. Keberadaan media sebagai sarana perantara dan sumber informasi tidak lepas dari fungsi media dalam kehidupan masyarakat.

Media sebagai alat sarana informasi masyarakat mempunyai fungsi sebagai sumber informasi dan perantara berita. Namun dengan berkembangnya media, maka berkembang pula variasi konten yang ditampilkan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana sebuah media menampilkan sesuatu adalah

³ Ibid, hlm. 44

⁴ Ibid, hlm. 45

sistem politik.⁵ Keberadaan media di negara dengan sistem politik yang otoritarian tentu akan berbeda dengan keberadaan media di negara yang liberal. Keberadaan media dalam sistem politik yang otoriter menjadikan media sebagai acuan oleh penguasa untuk mengkonstruksi opini masyarakat terhadap pemerintah.

Namun berbeda dengan sistem politik yang liberal, keberadaan media pada saat itu mempunyai kebebasan yang luas dalam mengkonstruksi realitas. Media kemudian saling berlomba untuk menarik perhatian dengan cara membesar-besarkan suatu realitas, menyamakannya, bahkan tidak membahas realitas tersebut sama sekali.⁶ Hal-hal tersebut bergantung kepada bagaimana pandangan media terhadap suatu realitas, terutama dalam bidang politik.

Informasi politik yang sama dan terus-menerus ditampilkan akan membuat masyarakat percaya akan informasi tersebut walau sebenarnya tidak ada fakta yang konkrit. Kemampuan media dalam menyampaikan secara konsisten berita terutama yang berhubungan dengan politik membuat media juga merupakan salah satu alat politik yang sering digunakan untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat. Kemampuan media yang kemudian dapat membentuk opini publik terhadap suatu politik merupakan salah satu bentuk dari *agenda setting*. Hal ini bisa disebut sebagai *media framing*.

⁵ Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), diakses pada 25 Agustus 2017, https://books.google.co.id/books?id=BkEB7gJQMLQC&pg=PA25&lpg=PA25&dq=fungsi+media+massa&source=bl&ots=khTYcLmhAB&sig=dG3qSvo1lnHNPF9zKYZRcLSN6sg&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=fungsi%20media%20massa&f=false

⁶ Ibid

Pemanfaatan media tidak hanya dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat saja namun dapat sebaliknya. Masyarakat dapat memanfaatkan media untuk menyampaikan aspirasi maupun sebagai representatif masyarakat dalam menyampaikan opini publik. Karena itulah seharusnya media bersifat secara netral, menjadi perantara yang tidak bias. Namun karena pemanfaatan tersebut, tidak jarang bahwa beberapa media mulai bersifat bias dan cenderung memihak. Tidak dapat terelakkan bahwa perkembangan komunikasi pun membuat media kemudian sulit untuk bersifat netral tanpa cenderung ke pihak manapun.

Dalam pelaksanaannya, tidak sedikit media yang mempunyai keberpihakan pada pihak-pihak tertentu. Namun, tidak sedikit pula media yang bersifat netral. Media-media cetak di negara dengan sistem politik yang liberal, cenderung bebas dalam menentukan konten hingga judul berita. Keberpihakan pimpinan redaksi suatu media akan mempengaruhi arah pemberitaan terutama dalam isu politik.⁷

Kebebasan media di EU tertulis pada *EU Charter of Fundamental Rights* Bagian II Artikel 11 Ayat 1 yang menyebutkan bahwa semua pihak mempunyai hak untuk bebas berekspresi dan bebas untuk berbagi informasi.⁸ Pada bagian yang sama Ayat 2 disebutkan untuk menghargai kebebasan media.⁹ Ada kebebasan media menandakan suatu sistem demokrasi dapat berjalan dengan baik karena membebaskan penduduk untuk berpendapat sesuai referensi masing-masing.

⁷ Ibnu Hamad, *op. cit.*

⁸ “Charter of Fundamental Rights of the European Union”, European Union, diakses pada 24 Agustus 2017, http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

⁹ *Ibid.*

EU merupakan sebuah persatuan ekonomi dan politik antar 28 negara di benua Eropa.¹⁰ Berawal dari kerjasama ekonomi pasca Perang Dunia II, berkembang menjadi kerjasama politik antar negara terlibat. Kerjasama ekonomi pasca Perang Dunia II pada awalnya dibentuk untuk meningkatkan kooperasi ekonomi; dimana satu negara mampu melakukan perdagangan ke negara-negara lain secara bergantungan dan untuk menjauhkan konflik yang dinamakan *European Economic Community* atau EEC pada tahun 1958. EEC pada awalnya terdiri dari enam negara; Belgia, Jerman, Perancis, Italia, Luxembourg dan Belanda. Namun semakin lama berjalan, hubungan antara negara-negara tersebut kemudian meningkat dan berkembang menjadi kerjasama yang bergerak dibidang politik. Perdagangan antar negara tersebut kemudian berkembang ke dalam area kebijakan-kebijakan antara lain mengenai iklim, lingkungan, kesehatan bahkan kedalam area hubungan eksternal, keamanan, keadilan hingga migrasi. Perubahan nama dari *European Economic Community* (EEC) pun berubah menjadi *European Union* (EU) pada tahun 1993. Menurut situs resmi EU, EU didasari pada hukum; semua yang dilakukan di EU merupakan hasil dari *treaties* dan disetujui secara demokratis oleh negara-negara anggota. EU pun dikelola oleh representatif para negara anggota.¹¹

EU merupakan salah satu integrasi kawasan yang bisa disebut ‘unik’. Walaupun semua negara anggota merupakan negara yang berdaulat dan independen, negara-negara anggota ‘menyetorkan’ sebagian kedaulatannya kepada sesuatu yang lebih besar untuk kemudian mendapat balasan berupa *power*

¹⁰ ‘The EU in Brief,’ diakses pada tanggal 23 Agustus, 2017, https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_en

¹¹ Ibid.

dan keuntungan yang akan didapat karena bergabung dengan sesuatu yang lebih besar.¹² Setiap negara mengirimkan perwakilannya ke dalam EU sebagai salah satu dari pembuat-kebijakan sehingga kepentingan setiap negara dapat dicapai melalui pemilihan demokrasi perwakilan-perwakilan lainnya. EU mempunyai pencapaian yang banyak; adanya pasar tunggal dalam kawasan Eropa, memberikan izin untuk bebas berpindah tempat kepada warga negaranya ke negara EU lainnya hingga munculnya mata uang tunggal, Euro, yang berlaku di sebagian besar negara-negara anggota EU.

Namun, walau dengan pencapaian-pencapaian tersebut, Inggris kemudian mengajukan kepada EU untuk keluar sebagai anggota. Keputusan Inggris kemudian mengarah kepada referendum warga Inggris untuk memilih apakah Inggris sebaiknya bertahan atau keluar dari keanggotaan EU.

Pada 23 Juni 2016, masyarakat Inggris melakukan referendum dan memilih untuk keluar dari EU. Referendum Inggris menunjukkan 52% warga Inggris memilih agar Inggris keluar dari keanggotaan EU.¹³ Selama masa kampanye referendum, media massa termasuk media cetak, mempunyai andil yang cukup besar dalam membentuk opini masyarakat Inggris. Sebagian besar dari warga Inggris tersebut mempunyai keraguan terhadap integrasi EU sehingga memilih agar Inggris untuk keluar dari keanggotaan. Hal ini dapat disebut sebagai *Euroscepticism*. Kurangnya kepercayaan serta partisipasi masyarakat terhadap EU membuat tingkat *Euroscepticism* semakin tinggi, termasuk masyarakat Inggris.

¹² "How the European Union Works," diakses pada 24 Agustus 2017. https://europa.rs/images/publikacije/HTEUW_How_the_EU_Works.pdf

¹³ Alex Hunt and Brian Wheeler, "Brexit: All you need to know about the UK leaving the EU," diakses pada 23 Agustus 2017, <http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887>

Euroscepticism juga merupakan sebuah anggapan dimana masyarakat negara anggota EU yang tidak percaya integrasi Eropa dan menganggap keberadaan integrasi tersebut dapat melemahkan negara-bangsanya.¹⁴

Ketidaktertarikan Inggris dalam EU terlihat pada pembentukan EU saat masih berbentuk *European Economic Community* (EEC). Inggris tidak menyetujui ide tentang pasar tunggal dan sistem mata uang tunggal sehingga EU memutuskan untuk memisahkan akses wilayah Inggris, mata uang hingga kehidupan sosial masyarakatnya.¹⁵ Tidak seperti kebanyakan negara Eropa lainnya, Inggris diperbolehkan untuk tidak tergabung dalam perjanjian Schengen sehingga untuk masuk ke wilayah Inggris, diperlukan izin yang berbeda¹⁶ Salah satu alasan mengapa Inggris tidak tergabung dalam perjanjian Schengen adalah Inggris berkehendak untuk menjaga perbatasannya yang sudah ada.¹⁷

Mata uang yang berlaku di Inggris pun berupa mata uang pound sterling dan bukan mata uang euro. Inggris pada awalnya tertarik untuk menandatangani *Economic and Monetary Union* (EMU), sebuah kebijakan kombinasi negara anggota EU dalam sistem ekonomi.¹⁸ Tahap pertama EMU adalah penghapusan kontrol pertukaran, untuk meliberalisasikan pergerakan modal di EEC. Tahap kedua adalah didirikannya *The European Monetary Institute* sebagai pelopor bank sentral Eropa, yang bertugas untuk memperkuat kerjasama moneter negara

¹⁴ Ibid.

¹⁵ “The Treaty on the Functioning of the European Union”, European Union, diakses pada 8 Oktober 2017, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT>

¹⁶ Ibid.

¹⁷ “Schengen: Controversial EU Free Movement Deal Explained,” BBC, diakses pada 24 Agustus 2017, <http://www.bbc.com/news/world-europe-13194723>

¹⁸ “Euro poll question revealed,” BBC, diakses pada 27 Agustus 2017, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/3307487.stm

anggota dan bank nasional. Tahap ketiga adalah penggunaan euro sebagai mata uang tunggal dengan masa transisi tiga tahun, dan secara hukum menghentikan penggunaan mata uang nasional.¹⁹ Inggris menyetujui tahap satu dan dua EMU, dan akan melanjutkan ke tahap tiga apabila kriteria lima tes ekonomi terpenuhi. Lima tes ekonomi pertama kali didefinisikan oleh pembendaharaan Inggris pada tahun 1997, Gordon Brown, yang digunakan untuk menganalisis suatu kebijakan dan dampaknya terhadap ekonomi Inggris.²⁰ Namun, setelah dilaksanakan tes, Inggris dibawah pemerintahan Tony Blair kemudian memutuskan untuk tidak bergabung dan mendapatkan *opt-out* dari perjanjian tersebut.²¹ Protokol 25 dari perjanjian Maastricht menjadi bukti bahwa Inggris dikecualikan dari integrasi mata uang tunggal EMU.²² Puncak dari skeptis Inggris terhadap EU terlihat pada keinginannya untuk keluar dari keanggotaan EU.

Keputusan Inggris untuk keluar dari EU menimbulkan pendapat berbeda; *remain* dan *leave*. Media-media yang berada di Inggris, tidak terkecuali media cetak, kemudian mempunyai opini masing-masing terkait isu Brexit atau *British Exit*. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, di sistem politik yang liberal, media mempunyai kebebasan untuk mengkonstruksi realitas sesuai dengan kebijakan redaksi media tersebut. Karena itulah, media-media cetak yang berada di Inggris pun menampilkan kecenderungan kubu yang variatif. Dari media yang

¹⁹ "Report in economic and monetary union in the European Community", Committee for the Study of Economic and Monetary Union, hlm. 30-36, diakses pada 27 Agustus 2017, http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/pages/publication6161_en.pdf

²⁰ "Economic Tests", HM Treasury, diakses pada 27 Agustus 2017, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.hm-treasury.gov.uk/euro_assess03_repexecsum.htm

²¹ "Euro poll question revealed," BBC, *op.cit.*

²² "United Kingdom: EMU opt-out clause", European Union, diakses pada 27 Agustus 2017, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:125060>

mendukung penuh Inggris untuk *remain* hingga media yang menganjurkan bagi pembacanya untuk memilih *leave*.

Selama kampanye referendum Inggris 2017, media massa menjadi salah satu perantara yang penting dalam membentuk opini publik. Peneliti ingin menganalisa bahwa media massa, terutama media cetak berupa koran, merupakan salah satu faktor penting dalam pembentukan opini publik Inggris, dan hubungannya dengan *British Exit* atau ‘Brexit’.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Opini publik terdiri dan dipengaruhi oleh beberapa hal. Namun, salah satu pembentuk opini publik dilakukan melalui media massa.²³ Media massa pun kemudian dapat dikategorikan lagi menjadi media digital dan media cetak. Salah satu contoh dari pembentuk opini publik melalui media cetak dapat kita ambil dari peristiwa keadaan pers pada era kepemimpinan Soeharto di Indonesia pada tahun 1967 hingga 1998. Pada masa pemerintahan Soeharto, pers di Indonesia sangat dibatasi dan hanya diperbolehkan untuk menulis berita yang tidak merugikan rezim. Salah satu kemampuan media massa dalam membentuk opini publik adalah dengan rutin memberitakan satu cerita yang ‘seragam’. Dengan begitu, publik akan lebih menerima informasi yang mereka biasa lihat dan dengar.²⁴

²³ Catherine Happer dan Greg Philo, “The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change,” *Journal of Social and Political Psychology*, Vol. 1 No. 1 (United Kingdom: University of Glasgow, 2013), <https://jspp.psychopen.eu/article/view/96/37>

²⁴ Ibnu Hamad, *op.cit.*

Begitu pula yang terjadi dalam kasus referendum Inggris pada tahun 2016. Media cetak dapat menjadi salah satu perantara yang mempengaruhi opini publik dalam menanggapi referendum yang pada saat itu akan dilangsungkan. Media-media cetak kemudian saling berlomba untuk menampilkan berita sesuai kepentingan politik dan persepsi masing-masing pihak. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, pemanfaatan media sebagai wadah politik kemudian mau tidak mau membuat media untuk berpihak kepada salah satu pihak. Pemberitaan suatu isu politik secara konsisten menjadi salah satu upaya politik untuk membentuk suatu opini publik.²⁵ Konsistensi itulah yang kemudian menjadi poin penting dalam upaya pembentukan publik masyarakat Inggris selama masa kampanye referendum Inggris 2016.

Sejak diumumkan tanggal referendum pada Februari 2016, perdebatan mengenai apakah Inggris sebaiknya tetap atau keluar dari EU kemudian menjadi perbincangan menarik bagi masyarakat lokal dan masyarakat global.²⁶ Hal ini kemudian mempengaruhi media cetak pemanfaatannya oleh pihak-pihak tertentu dalam menyampaikan opini politik. Selama masa kampanye referendum, dua pendapat tersebut mendominasi media massa dalam membentuk opini publik masyarakat Inggris. Hingga akhirnya hari referendum tiba, pemberitaan mengenai Brexit pun masih mendominasi media massa di Inggris.

Terdapat sepuluh media cetak di Inggris yang terlibat dalam memberitakan isu terkait Brexit; *Daily Telegraph*, *The Independent*, *Financial Times*, *Daily Express*, *The Guardian*, *The Times*, *Daily Mail*, *The Sun*, *Daily Mirror* dan *Daily*

²⁵ Ibid

²⁶ Alex Hunt and Brian Wheeler, *op.cit.*

Star.²⁷ Lima diantara sepuluh media cetak tersebut mempunyai sudut pandang yang pesimis terhadap EU dan fokus pada pemberitaan *leave*. Media cetak yang mendominasi pemberitaan *exit* adalah *Daily Express*, *Daily Mail* dan *The Sun*. Media cetak yang mendominasi pemberitaan untuk *remain* EU adalah *Daily Mirror*, *The Guardian* dan *Financial Times*.²⁸ Dari total sepuluh media cetak di Inggris, penelitian ini hanya akan fokus pada dua media cetak yang berbeda pendapat; *Daily Express* sebagai media cetak yang bias terhadap Brexit dan *The Guardian* sebagai media cetak yang fokus pada pemberitaan untuk tetap tinggal EU. Kedua media tersebut dipilih berdasarkan penelitian kecenderungan yang dilakukan oleh *Reuters Institute* terhadap pemberitaan Brexit di media cetak Inggris.

Referendum Inggris pada 23 Juni 2016 menjadi perbincangan di hampir seluruh dunia.²⁹ Banyak yang mendukung keputusan Inggris untuk keluar dari EU namun banyak pula yang menyangkan tindakan Inggris karena tidak memilih untuk tetap berada di EU. Tidak terkecuali negara anggota EU yang juga menyangkan keputusan Inggris untuk keluar dari EU.³⁰ Isu 'Brexit' kemudian menjadi topik yang sering dibahas bahkan sebulan setelah referendum dilakukan.

Brexit kemudian tidak luput dari peran media cetak dalam membentuk opini publik masyarakat Inggris. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh media

²⁷ David Levy, Billur Aslan dan Diego Bironzo, *UK Press Coverage of the EU Referendum*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016, diakses pada 28 September 2017, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-06/UK%20Press%20Coverage%20of%20the%20EU%20Referendum_0.pdf

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ Jessica McGreal, "Brexit – what the rest of the world thinks," , diakses pada 6 September 2017, <https://www.raconteur.net/current-affairs/brexit-what-does-the-rest-of-the-world-think>

cetak dalam membentuk opini publik akan sulit untuk dilakukan karena banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi hasil. Namun, dengan melihat kecenderungan media cetak dalam memberitakan sesuatu dapat dianalisis menggunakan konsep *frame analysis*. Dengan menggunakan konsep *frame analysis*, media-media cetak di Inggris akan dianalisis berdasarkan opini dan pendapatnya masing-masing dalam memberitakan suatu teks berita mengenai keberadaan Inggris di EU beserta referendum itu sendiri. Konsep ini pun digunakan untuk menganalisis kecenderungan dan konsistensi media cetak dalam memberitakan isu yang berkaitan dengan Brexit. Analisis dilakukan berdasarkan teks berita yang secara resmi dipublikasikan melalui situs resmi masing-masing media.

1.2.2 Pembatasan Masalah dan Waktu

Penelitian ini akan difokuskan pada perbandingan pemberitaan dua media '*The Daily Express*' dan '*The Guardian*' selama masa kampanye referendum Inggris 2016. Perbandingan media merujuk kepada kecenderungan dua media berbeda dalam pemberitaan dan keberpihakan isu Brexit. Pembatasan waktu dalam penelitian ini dibatasi dari bulan Februari 2016 hingga Juli 2016. Dalam kurun waktu tersebut, peneliti kemudian membagi menjadi tiga jenis pembagian waktu yaitu; pada saat tanggal referendum diumumkan di bulan Februari 2016, masa kampanye referendum selama kurang lebih lima bulan dari Februari sampai Juni 2016, serta sebulan setelah referendum berlangsung di bulan Juli 2016. Penulis memilih batasan waktu tersebut agar penelitian ini dapat mengkaji lebih

dalam pembentukan opini publik melalui media cetak selama masa kampanye hingga saat referendum telah terjadi.

1.2.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *framing* ‘*The Daily Express*’ dan ‘*The Guardian*’ di Inggris untuk membentuk opini publik selama masa referendum Brexit 2016 berlangsung?”

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian adalah untuk membandingkan pemberitaan yang dibuat oleh media cetak di Inggris berupa teks berita dan opini mengenai posisi Inggris dalam EU dan referendum Inggris serta menganalisis mengenai pbingkaian berita media cetak terhadap pilihan untuk memilih yang kemudian dipublikasikan menjadi sebuah artikel. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberi gambaran kepada mahasiswa yang memiliki ketertarikan pada isu media melalui pandangan hubungan internasional.

1.4 Kajian Literatur

Pada penelitian yang dilakukan terkait pemberitaan media cetak di Inggris selama masa referendum, terdapat beberapa jurnal dan data laporan yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi.

Referensi pertama adalah jurnal yang berjudul “*EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign*” yang dibuat oleh *Centre for the Study of Journalism, Culture and Community* (CSJCC) Universitas Bournemouth di Inggris pada tahun 2016. Para peneliti di jurnal tersebut membahas berbagai pandangan mengenai referendum 2016, mulai dari perspektif media, politik hingga bagaimana komunikasi kampanye selama masa referendum berlangsung.³¹ Akan tetapi, jurnal CSJCC ini hanya terbatas pada pembahasan topik secara sempit dan fokus pada satu masalah saja. Dalam penelitian yang sedang dilakukan, penulis membahas bagaimana media, politik dan kampanye referendum saling berkaitan menjadi satu topik penelitian baru.

Sumber selanjutnya adalah sebuah tulisan yang ditulis oleh Charlotte Galpin dan Hans-JoergTrenz yang berjudul “*The Spiral of Euroscepticism: Media Negativity, Framing and Opposition to the EU*” pada September 2016. Tulisan Galpin dan JoergTrenz ini menjadi salah satu tulisan yang tergabung dalam *European Consortium for Political Research Press*. Melalui tulisannya, Galpin dan JoergTrenz membahas bagaimana pengaruh media dalam membentuk dan membingkai opini masyarakat EU dan keterkaitannya dengan *Euroscepticism*.³² Pembahasan Galpin dan JoergTrenz mendukung penulis dalam memahami peran media massa di EU. Namun, tulisan ini hanya fokus pada dampak negatif dan

³¹ “EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign”, Centre for the Study of Journalism, Culture and Community (CSJCC), diakses pada 9 Oktober 2017, <http://eprints.bournemouth.ac.uk/24337/1/EU%20Referendum%20Analysis%202016%20-%20Jackson%20Thorsen%20and%20Wring%20v1.pdf>

³² Charlotte Galpin dan Hans-JoergTrenz, *The Spiral of Euroscepticism: Media Negativity, Framing and Opposition to the EU*, European Consortium for Political Research Press, 2010, diakses pada 28 September 2017, <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/3d248d9b-f8c2-4ed8-8824-1aec932073b7.pdf>

jenis media secara keseluruhan saja. Penelitian yang sedang penulis lakukan akan menambah referensi mengenai peran media terhadap *Euroscepticism* dalam EU. Perbedaannya adalah, penulis hanya akan memfokuskan penelitian pada keberadaan media dan dampaknya pada *Euroscepticism* di Inggris sebelum keluar dari EU.

Sumber ketiga adalah sebuah tulisan merangkap data laporan mengenai media cetak di Inggris dalam memberitakan referendum Inggris yang berjudul “*UK Press Coverage of the EU Referendum.*” Tulisan yang dikeluarkan oleh *Reuters Institute for the Study of Journalism* tahun 2016 ini dilakukan oleh David Levy, Billur Aslan dan Diego Bironzo. Melalui tulisan tersebut, Levy dkk. menunjukkan posisi media cetak dalam menanggapi isu referendum beserta data-data yang dapat penulis pakai untuk mendukung penelitian ini.³³ Namun, tulisan Levi dkk. hanya membahas media cetak tersebut secara keseluruhan, baik suara yang pro maupun kontra terhadap referendum. Melalui tulisan tersebut, argumen utama Levy, Aslan dan Bironzo hanya terbatas pada keberadaan media cetak serta posisinya untuk memihak atau tidak terhadap keanggotaan EU. Penelitian yang sedang penulis lakukan akan menambah referensi yang sudah ada dan hanya akan memfokuskan pada komparasi dua media cetak dengan opini yang berbeda mengenai isu referendum. Penelitian ini juga akan membahas bagaimana keberadaan dan posisi media terhadap isu referendum akan mempengaruhi opini masyarakat.

³³ David Levy, Billur Aslan dan Diego Bironzo, *op.cit.*

Dari ketiga jurnal dan laporan yang telah sebelumnya diulas, penulis mencoba untuk menggabungkan bahasan sumber tersebut dan membahas mengenai keberadaan media dan pengaruhnya dalam membentuk opini publik selama masa kampanye referendum berlangsung. Pada pembahasan yang akan dilakukan, tidak hanya terpusat pada satu isu secara umum saja, namun membahas lebih spesifik. Apabila dalam penelitian-penelitian sebelumnya media dibahas secara luas, penelitian ini akan membahas lebih sempit dan terbatas pada dua media cetak yang memiliki kecenderungan yang berbeda dalam menanggapi isu Brexit.

1.5 Kerangka Pemikiran

Terkait dengan penelitian yang fokus pada aspek media serta kaitannya dengan kebebasan untuk berpendapat, teori dalam hubungan internasional yang dapat digunakan adalah teori liberalisme. Penelitian ini akan berfokus pada aspek media sebagai perantara informasi dan secara spesifik membahas bagaimana media, aktor non-negara, mampu menggunakan kebebasannya tersebut untuk membentuk suatu realitas tertentu.

Dalam teori liberalisme, terdapat beberapa asumsi yang dapat digunakan sebagai acuan dasar penelitian. Asumsi pertama adalah pandangan positif

terhadap sifat manusia dimana kaum liberalis percaya bahwa dalam hukum alam sifat manusia adalah baik, rasional dan mampu bekerja sama. Kedua, hubungan internasional dipandang sebagai sesuatu yang bersifat kooperatif. Dalam hal ini, kerjasama tidak terbatas pada aktor negara saja namun aktor non-negara juga bisa terlibat dalam kegiatan internasional. Ketiga, liberalisme berkeyakinan akan kemajuan. Lalu asumsi terakhir, negara pada dasarnya dibentuk oleh manusia sehingga memiliki sifat dasar yang sama dengan manusia.³⁴

Liberalisme pada umumnya memandang manusia sebagai sesuatu yang positif, dimana kaum liberalis meyakini bahwa akal pikiran manusia dan prinsip-prinsip rasional individu dapat digunakan pada masalah internasional.³⁵ Tetapi kaum liberalis juga mengakui bahwa individu memiliki kecenderungan untuk mementingkan diri sendiri dan bersaing terhadap sesuatu. Sehingga individu dilihat melalui pandangan liberalisme mempunyai berbagai kepentingan yang kemudian membuat mereka untuk terlibat dalam berbagai aksi sosial tertentu.

John Locke, seorang filsuf liberal, mengatakan bahwa potensi yang besar dalam kemajuan manusia di *civil society* dan perekonomian kapitalis modern dapat berkembang dalam negara yang menjamin kebebasan individu.³⁶ Modernitas menurut Locke, dapat membentuk kehidupan yang lebih baik karena bebas dari pemerintahan yang otoriter dan membuat tingkat kesejahteraan menjadi lebih tinggi.³⁷

³⁴ Robert Jackson dan Georg Sørensen. *Introduction to International Relations: Theories & Approaches*. 4th Edition. New York: Oxford University Press, 2010. Hlm. 167

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid

³⁷ Ibid.

Liberalisme biasanya dapat diidentifikasi berdasarkan beberapa karakter tertentu, seperti kebebasan individu, partisipasi politik hingga kesetaraan kesempatan.³⁸ Prinsip esensial menurut teoritis politik dalam liberalisme adalah pentingnya kebebasan individu.³⁹ Liberalisme ditandai dengan komitmen bersama terhadap empat institusi esensial.⁴⁰ Pertama, dimana masyarakat mempunyai hak dan kebebasan sebagai warga negara terutama terhadap hal-hal fundamental seperti kebebasan untuk beragama dan berpendapat. Kedua, efektivitas negara berdaulat sebagai representatif masyarakat dalam hubungan luar negeri, dimana warga negara tidak dibatasi oleh suatu sistem tertentu seperti monarki. Ketiga, ekonomi didasarkan pada hak kepemilikan aset pribadi. Keempat, keputusan ekonomi didasarkan pada situasi penawaran-permintaan warga negara dan bukan dibatasi oleh birokrasi.

Penerapan liberalisme dalam penelitian ini, memfokuskan pada aspek kebebasan individu atau kelompok untuk berpendapat dan menghubungkannya dengan dampak dari realitas yang dibangun dan opini yang dibentuk. Lalu penerapan liberalisme bahwa aktor non-negara, dalam hal ini media, mampu berperan dalam lingkungan hubungan internasional. Sebuah negara dengan sistem liberalis, media dapat memberitakan berita tentang pemerintah menurut interpretasinya masing-masing. Media yang bias terhadap pemerintah tentu akan menampilkan berita yang positif, namun media yang fokus akan kritikan terhadap pemerintah akan berperilaku sebaliknya. Oleh sebab itu, penelitian ini akan

³⁸ Bertrand Badie, Dirk-Berg Schlosser, dan Leonardo Morlino, "Liberalism in International Relations", *International Encyclopedia of Political Science* (Los Angeles: Sage, 2011). http://www.stefanorecchia.net/1/137/resources/publication_1040_1.pdf

³⁹ Ibid

⁴⁰ Ibid

menggunakan pendekatan liberalisme dalam menggambarkan bagaimana aktor non-negara, seperti media dengan kebebasan yang dimilikinya dapat membangun suatu realitas tertentu dan kemudian membentuk suatu opini publik terhadap suatu isu.

Media massa sebagai aktor hubungan internasional non-negara, mempunyai beberapa fungsi dalam berinteraksi dalam struktur sosial. Fungsi media massa dalam interaksi sosial suatu struktur adalah sebagai perantara informasi, sebagai agen konstruksi dan sebagai *agenda setting*. Sebagai perantara informasi berarti masyarakat menjadikan media sebagai sumber informasi baik dari pemerintah maupun sumber bertukar opini dengan masyarakat lain. Selain itu media sebagai perantara informasi dijadikan acuan oleh masyarakat dalam menerima informasi yang sebelumnya tidak diketahui. Informasi mengenai isu yang terjadi di Afrika dapat diterima oleh masyarakat yang tinggal di wilayah Eropa melalui media. Media dalam berbagai bentuk pun menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehingga media dituntut untuk memberikan informasi yang akurat dan cepat.⁴¹

Fungsi media yang kedua adalah sebagai agen konstruksi. Media merupakan subjek aktor yang mempunyai pandangan ide serta kepercayaannya sendiri terhadap sesuatu. Media mempunyai kemampuan untuk membangun sebuah realitas sosial dengan memilih isu apa yang akan ditampilkan, narasumber isu tersebut, menampilkan atau menghilangkan suatu informasi tertentu atau bahkan memutuskan untuk menampilkan suatu kejadian atau tidak. Namun

⁴¹ Arie Indra Chandra, "Peran Media Massa sebagai Pencipta Realitas Kedua dalam Politik Global," *Transformasi dalam Hubungan Internasional*, editor Yulius P. Hermawan (2007): 240

apabila dalam mengkonstruksi sesuatu terdapat suatu ideologi tertentu maka hal tersebut bisa disebut sebagai propaganda.

Propaganda dapat diidentifikasi melalui lima hal; yang pertama adalah propaganda bersifat ideologis karena mencoba untuk ‘menjual’ suatu kepercayaan, sistem atau dogma.⁴² Oleh karena itu propaganda dapat bersifat religius, politik maupun ekonomi. Kedua adalah propaganda menggunakan media massa untuk menjual ideologi kepada jumlah orang yang banyak, seperti; pidato, program televisi, poster hingga drama atau musik. Ketiga adalah propaganda menyembunyikan satu atau beberapa hal kepada target audiens, misalnya; tujuan dari sumber, sisi lain dari berita hingga hasil apabila propaganda berhasil dilaksanakan.⁴³ Keempat adalah propaganda bertujuan untuk menyamaratakan pandangan penerimanya. Kelima adalah propaganda menghindari proses penalaran. Propaganda seringkali menggunakan informasi yang bias untuk menghasut audiens.

Media juga mempunyai fungsi sebagai *agenda setting*. Maksud dari fungsi media sebagai *agenda setting* adalah kemampuan media massa dalam membawa satu isu ke suatu massa atau publik, khususnya yang berhubungan dengan politik.⁴⁴ *Agenda setting* juga bisa dijelaskan sebagai suatu agenda yang dibawa oleh aktor tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Agenda

⁴² “The Techniques of Propaganda”, Cengage, diakses pada 5 Agustus 2018, https://www.cengage.com/resource_uploads/downloads/0534619029_19636.pdf

⁴³ Richard Taylor, *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*, Baltimore: Barnes and Noble: 1979, diakses pada 4 Agustus 2018, <https://books.google.co.id/books?id=SQ2ihtMCI5QC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

⁴⁴ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, *The Agenda-Setting Function on Mass Media*, No.2 ed., vol. 26, Summer (Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research, 1972), August 27, 2008, diakses pada 25 Agustus 2017, <http://snschool.yolasite.com/resources/Agenda%20setting%20function-Sanjay.pdf>

tersebut kemudian mengubah kognitif orang yang dipengaruhi dan menyebabkan adanya desakan untuk mengubah sesuatu; dalam hal politik, salah satu contohnya adalah referendum. Media menjadi salah satu sumber informasi politik yang cukup besar karena media mampu membentuk opini masyarakat terhadap suatu isu. Seperti yang diungkapkan oleh Cohen, “Media massa mungkin tidak selalu berhasil dalam memberitahui seseorang untuk berpikir, namun dengan hebat berhasil dalam memberitahu pembacanya untuk memikirkan sesuatu.”⁴⁵

Masyarakat menjadikan media sebagai sumber dan perantara informasi, sehingga sebagian besar masyarakat akan memperhatikan konten berita; apa yang ditampilkan, bagaimana suatu informasi dikemas dan bagaimana pengaruh informasi tersebut kedalam kehidupan mereka. Kelompok masyarakat ini akan bertumpu pada media terhadap berita apa yang penting dan dalam bentuk seperti apa.⁴⁶ Oleh karena itulah media kemudian mempunyai kemampuan untuk membentuk opini masyarakat, terutama apabila berita tersebut ditampilkan secara terus-menerus. Opini publik serta pertimbangan masyarakat terhadap suatu hal ini terbentuk karena ‘kemudahan untuk dapat menerima sesuatu yang tidak asing’.⁴⁷ Interpretasi seseorang mengenai satu realitas dipengaruhi oleh bagaimana sebuah media menginterpretasikan realitas tersebut sehingga salah satu bentuk *agenda setting* adalah *media framing*.

Media framing merupakan salah satu kemampuan dalam komunikasi yang membuat seseorang mempercayai sesuatu hal dibandingkan hal-hal yang lainnya.

⁴⁵ Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, NJ: Princeton, 1963.

⁴⁶ Martha L Cottam et al., *Introduction to Political Psychology* (New York: Routledge, 2016): 140

⁴⁷ Daniel Kahneman dan Amos Tversky, ‘Prospect Theory: an Analysis of Decision Under Risk,’ *Econometrica*, 1979, halaman 208, diakses pada 2 Oktober 2017. https://www.princeton.edu/~kahneman/docs/Publications/prospect_theory.pdf

Fairhurst menyebutkan bahwa ada tiga hal penting dalam konsep *framing*; *language, thought, forethought*.⁴⁸ Media mempunyai kemampuan untuk mengkonstruksi masyarakat terhadap suatu opini. Goffman mengatakan bahwa tidak mungkin bagi seseorang untuk memahami dunia secara ‘utuh dan sebenarnya’; mereka harus, secara konsisten, diberikan skema interpretatif atau kerangka utama dalam mengklasifikasi informasi dan menginterpretasikannya.⁴⁹ Kemampuan media untuk mengkonstruksi opini publik itulah yang disebut sebagai *media framing*. Media dalam *framing* dapat dilakukan melalui, namun tidak terbatas, pada; radio, media cetak, media sosial dan percakapan antar individu maupun grup.

Menurut Eriyanto, terdapat dua aspek dalam konsep analisis *framing*; memilih fakta/realitas dan menuliskan fakta/realitas.⁵⁰ Pada aspek pertama, *framing* didasarkan pada subjektivitas wartawan dalam memilih fakta. Wartawan mempunyai pilihan untuk memberitakan bagian tertentu, membuang bahkan memilih sudut pandang yang digunakan dalam mengambil berita. Kepentingan serta tujuan wartawan yang berbeda-beda akan menimbulkan perbedaan pemberitaan kepada publik. Aspek selanjutnya yaitu menuliskan fakta/realitas, *framing* ditekankan pada proses pengolahan berita dimana jurnalis mengolah dan

⁴⁸ Gail T. Fairhurst, *Reframing The Art of Framing: Problems and Prospects for Leadership*, 168, diakses pada 2 Oktober 2017. <http://www.wbasc.net/wp-content/uploads/2015/06/Fairhurst-2005-Reframing-the-Art-of-Framing.pdf>

⁴⁹ E. Goffman, *Frame Analysis: An Essay in The Organization of Experience* (Boston: Northeastern University Press, 1974), diakses pada 24 Agustus 2017. <https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC571E/um/E.Goffman-FrameAnalysis.pdf>

⁵⁰ Eriyanto. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS, 2001. <https://books.google.co.id/books?id=wGwj0CPSjIQc&pg=PA289&lpg=PA289&dq=bentuk+media+framing&source=bl&ots=gYGDvIcpPR&sig=5Yk-8E2tjT3Ipk0dpnn-VkNpo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj-mumQ7cDXAhWFu48KHf32BX0Q6AEILDAA#v=onepage&q=bentuk%20media%20framing&f=false>

merancang bagaimana berita akan ditampilkan kepada publik. Penggunaan kata maupun istilah tertentu, grafis hingga simbol-simbol merupakan cara yang biasa digunakan oleh jurnalis.⁵¹ Hal ini bertujuan untuk mengedepankan aspek apa yang ingin ditampilkan kepada masyarakat.

Menurut William A. Gamson dan Andre Modigliani, *framing* merupakan metode yang fokus pada bagaimana berita ditampilkan dan bukan permasalahan disetujui atau tidak disetujui dengan hal tersebut.⁵² Gamson dan Modigliani kemudian menggunakan perangkat *framing* dalam menganalisis bagaimana ide yang dipahami bersama muncul dalam sebuah pemberitaan di media massa.⁵³ Perangkat *framing* yang digunakan oleh Gamson dan Modigliani terdiri dari dua bagian; *framing devices* dan *reasoning devices*. Bagian *framing device* adalah hal-hal yang berhubungan langsung dengan gagasan utama yang ingin ditekankan dalam pemberitaan, seperti pemilihan kata, kalimat, grafik, gambar hingga metafora. Bagian *reasoning device* merupakan hal-hal yang berhubungan dengan kohesi dan koherensi gagasan tertentu.⁵⁴

Namun pada penelitian ini akan menggunakan konsep *framing analysis* menurut Zhangdong Pan dan Gerald Kosicki karena cocok untuk membahas isu yang sama dan dapat diinterpretasikan berbeda. Konsep ini membahas bagaimana proses pembentukan dan konstruksi realitas adalah dengan menonjolkan bagian

⁵¹ Eriyanto. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS, 2001, diakses pada 24 Agustus 2017, <https://books.google.co.id/books?id=wGwj0CPSjlQC&pg=PA289&lpg=PA289&dq=bentuk+media+framing&source=bl&ots=gYGDvIcpPR&sig=5Yk-8E2tjT3Ipk0dpnn-VkNpo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj-mumQ7cDXAhWFu48KHf32BX0Q6AEILDAA#v=onepage&q=bentuk%20media%20framing&f=false>

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

tertentu sehingga lebih mudah untuk dikenal. Menurut Pan dan Kosicki, dua konsep *framing* yang saling berkaitan adalah konsep psikologis dan konsep sosiologis.⁵⁵ Konsep psikologis menekankan pada bagaimana seseorang memperoleh informasi yang berkaitan dengan struktur kognitif dari suatu skema tertentu. Dalam hal ini *framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang berbeda sehingga penempatannya lebih menonjol dalam kognisi seseorang.⁵⁶ Kedua, dalam konsep sosiologis, *framing* lebih melihat bagaimana konstruksi sosial pada realitas.⁵⁷

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan konsep psikologis dari konsep *framing* yang dikemukakan oleh Pan dan Kosicki. Dimana dalam konsep psikologis, penggunaan judul, foto maupun kata yang berhubungan dengan psikologi manusia seperti elemen-elemen yang mempunyai unsur kejutan, ingin tahu, menanyakan pertanyaan hingga memiliki unsur kemanusiaan dapat menarik perhatian pembaca.⁵⁸⁵⁹ Melalui konsep ini, peneliti akan membandingkan bagaimana pemberitaan yang dilakukan oleh dua media cetak yang berbeda kepentingan, 'The Daily Express' dan 'The Guardian', dan pengaruhnya terhadap opini publik dalam referendum tahun 2016.

⁵⁵ Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*, Political Communication: Volume 10, pp. 55-75, United Kingdom, diakses pada 24 Agustus 2017, https://www.researchgate.net/publication/248988086_Framing_Analysis_An_Approach_to_News_Discourse

⁵⁶ Ibid, 58.

⁵⁷ Ibid, 56.

⁵⁸ Ibid, 58.

⁵⁹ Courtney Seiter, *8 Winning Headline Strategies and the Psychologies Behind Them*, Huffingtonpost, diakses pada 26 Juni 2018, https://www.huffingtonpost.com/courtney-seiter/8-winning-headline-strate_b_5489550.html

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Definisi metode penelitian kualitatif menurut Creswell adalah metode yang didasarkan pada eksplorasi dan pemahaman makna individu dan kelompok yang dianggap sebagai masalah sosial.⁶⁰ Salah satu metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi *sampling*. Michael Quinn Patton menyebutkan salah satu metode *sampling* yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif adalah *Extreme or Deviant Case Sampling*.⁶¹ Menurut Patton, strategi ini mencoba melihat bentuk yang tidak biasa dari suatu fenomena yang menarik secara berlawanan; misalnya keberhasilan orang yang luar biasa dengan kegagalan seseorang atau seseorang yang juara kelas dengan yang putus sekolah.⁶² Metode penelitian ini kemudian menggabungkan berbagai bentuk data yang saling berlawanan untuk kemudian diteliti dan diolah. Data-data yang telah diuraikan tersebut kemudian disusun untuk melihat perbandingan dua data dari satu contoh kasus yang sama.

⁶⁰ John W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach*, (London: Sage, 2014). 4

⁶¹ Patton, M. Q. (2001). *Qualitative evaluation and research methods* (3rd ed.). Newbury Park, CA: Sage Publications.

https://www.researchgate.net/profile/Karen_Locke3/publication/247720609_Book_Review_Qualitative_Research_and_Evaluation_Methods_3rd_ed_by_Michael_Quinn_Patton_2001_Thousand_Oaks_CA_Sage_688_pages/links/54c7e8d50cf22d626a3794fa/Book-Review-Qualitative-Research-and-Evaluation-Methods-3rd-ed-by-Michael-Quinn-Patton-2001-Thousand-Oaks-CA-Sage-688-pages

⁶² Ibid

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan melalui pemahaman dan pembacaan dokumen resmi seperti *press release*, undang-undang, perjanjian dan lain-lain. Untuk data sekunder, studi pustaka dilakukan untuk memudahkan penelitian dan data yang digunakan berasal dari buku, dokumen, literatur serta pemberitaan yang dipublikasikan melalui internet.

1.7 Sistematika Pembahasan

Pembahasan penelitian ini akan dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain:

Bab I berisi pendahuluan penelitian. Pada pendahuluan terdapat beberapa hal yang menjadi dasar penelitian. Latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data beserta sistematika pembahasan ditulis di Bab Pendahuluan.

Bab II membahas profil “*The Daily Express*” dan “*The Guardian*” sebagai media cetak mulai dari sejarah serta perkembangannya dan penggunaan bahasa yang dipakai dalam pemberitaan.

Bab III membahas lebih dalam mengenai isu Brexit dan referendum di Inggris tahun 2016. Dilihat dari awal mula isu Brexit dan referendum muncul.

Bab IV berisi analisis perbandingan pemberitaan “*The Daily Express*” dan “*The Guardian*” dalam mempengaruhi pendapat publik selama masa referendum menggunakan konsep *framing analysis*.

Bab V berisi kesimpulan.