

## **BAB II**

### **PEMBERITAAN MEDIA MASSA DI INDONESIA TENTANG ISIS**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai karakter media massa *Harian Kompas* dan *Koran Tempo*. Pembahasan terutama akan memberi perhatian pada kedua media massa tersebut. Setelah mengetahui kedua karakter media massa yang menjadi objek penelitian, akan dicoba untuk melihat hubungan antara media massa dan pemberitaan ISIS di Indonesia. Penyajian berita yang dilakukan oleh *Harian Kompas* dan *Koran Tempo* akan memberikan gambaran dasar tentang perbedaan *framing* yang dilakukan oleh media terkait dengan pemberitaan ISIS atau Negara Islam Irak dan Suriah.

#### **2.1 Gambaran Umum *Harian Kompas***

##### **2.1.1 Sejarah Perkembangan *Harian Kompas***

*Harian Kompas* merupakan salah satu bagian dari perusahaan Kompas Gramedia yang didirikan pada tahun 1965. *Kompas* dalam sejarah pers Indonesia memiliki kedudukan yang cukup kuat. Hal ini dikarenakan *Kompas* mampu bertahan dalam tiga periode zaman pemerintahan di Indonesia, yaitu Orde Lama, Orde Baru dan Era Reformasi. Edisi pertama koran *Kompas* terbit pada tanggal 28 Juni 1965 yang diprakarsai oleh tokoh-tokoh Katholik yaitu Jakob Oetama bersama dan P.K Ojong yang memiliki tujuan untuk menyuarakan kepentingan Partai Politik Khatolik.

Saat ini *Harian Kompas* telah bersinergi menjadi salah satu perusahaan konvergensi media terbesar di Indonesia dengan beberapa anak perusahaan media milik Kompas Gramedia yang tergabung dalam Kompas Gramedia Group (KKG).

Kompas Gramedia Group (KKG) memiliki beberapa produk media, antara lain media cetak (Intisari, koran Kompas, Koran Kontan, Tabloid Kontan, majalah Bobo, majalah Nova, majalah Sedap, majalah National Geographic Indonesia, dan lain-lain), media televisi (Kompas TV, KTV), media radio (Sonora FM, Bali FM 98,9, Kalimaya Bhaskara FM-102,10, Radio Palupi FM 103,5 MhZ, dan lain-lain), media percetakan (Grasindo, Kompas Penerbit Buku, Kompas Gramedia Press, M&C, Gramedia Penerbit Buku Utama, dan lain-lain), dan beragam situs online (Kompas.com, Tribunnews, Kompas.id, grid.id, cewekbanget.id, hai-online.com, dan lain-lain).

Kompas Gramedia Group berawal dari lahirnya majalah *Intisari*, hasil dari kerjasama antara wartawan Jakoeb Utama dan PK Ojong pada tahun 1963. Mereka menerbitkan Intisari untuk memuat pandangan politik keduanya. Intisari lahir untuk mendobrak politik isolasi yang dilakukan oleh pemerintahan Soekarno pada saat itu. Ojong dan Jakob merasa bahwa media seperti Intisari perlu untuk dihadirkan di depan masyarakat. Majalah Intisari memuat tulisan tentang humanisme dengan gaya penulisan berbentuk *feature*, sehingga dapat dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dalam jangka waktu lama.

Sayangnya, kehadiran Intisari tampaknya tidak cukup untuk mendobrak kekuatan politik pada saat itu. Masyarakat membutuhkan informasi yang hadir dalam waktu cepat, tapi harganya murah. Untuk itu, Ojong dan Jakob melahirkan koran yang dapat menjadi alternatif bagi masyarakat kelas bawah. Selain itu, koran pun dimaksudkan untuk menjadi pilihan lain dari banyaknya media partisan yang terbentuk akibat kondisi pasca-pemilu 1955. Koran itulah yang dikenal dengan

nama Harian Kompas. Saat itu, Kompas harus ‘bertarung’ dengan beberapa media lain yang dikonsumsi oleh masyarakat setempat, dimana media selain Kompas terbagi menjadi tiga sisi untuk kepentingan ekonomi dan politik satu sama lain. Media dari sisi pertama berasal dari Partai Komunis Indonesia (PKI) yang merapat pada Bung Karno. PKI memiliki sejumlah media yang menyebarkan pemikiran mereka secara massif. Media dari sisi kedua berasal dari Presiden Soekarno sebagai Pemimpin Besar Revolusi, dimana dekrit presiden saat itu menyebabkan konsolidasi kekuasaan dan politik yang terpusat pada Bung Karno. Sementara itu, untuk media ketiga, berasal dari ABRI yang berusaha meredam kehadiran PKI. Pada saat itu, ABRI berusaha menjalin kerjasama dengan masyarakat dan politik yang antikomunis.

Ojong dan Jakob mendirikan Harian Kompas agar surat kabar tersebut hadir di tengah-tengah tiga pihak yang mengejar kekuatan ekonomi politik masing-masing. Kedua wartawan idealis tersebut sepakat bahwa Harian Kompas bukan corong partai, melainkan Kompas berdiri atas semua golongan, bersifat umum, dan menerapkan Bhinneka Tunggal Ika. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Nielsen Consumer & Media View (CMV)* yang dipublikasikan pada tahun 2017, Harian Kompas menempati kategori kedua *Top Daily Newspaper* setelah Jawa Pos dengan jumlah pembaca 751.000 (Dikutip dari koran Jawa Pos edisi 7 Desember 2017, diakses pada 21 Mei 2020). Pada bulan Februari 2020, Harian Kompas meraih berbagai penghargaan dalam Penganugerahan Serikat Perusahaan Pers (SPS) di Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Dalam acara tersebut, Kompas meraih total sembilan penghargaan baik predikat *Gold* maupun *Silver* dengan beberapa kategori.

Salah satunya adalah Kompas meraih penghargaan *Gold* untuk Investigasi Surat Kabar Terbaik dalam kategori Indonesia Print Media Awards (IPMA) (diakses dari <https://korporasi.kompas.id/baca/2020/02/11/harian-kompas-borong-penghargaan-bergengsi-nasional/> pada 1 Juni 2020).

Selain itu, Harian Kompas memiliki 241 wartawan yang tersebar di Indonesia dan mancanegara, serta didukung jalur distribusi yang melibatkan total lebih dari 2.500 agen dan lebih 20.000 looper yang tersebar dari Aceh hingga Papua. Tingginya minat pembaca koran dilandasi dengan konten yang dimuat dalam koran yang dapat dipercaya dan terbebas dari hoax. Dengan mengusung semboyan “*Amanat Hati Nurani Rakyat*”, Kompas dikenal sebagai sumber informasi terpercaya, akurat dan mendalam. Hingga saat ini Koran Kompas masih tetap eksis dan memiliki pelanggan serta pembaca setia yang membutuhkan informasi yang berkualitas dan terpercaya.

Gambar 2.1



Logo Harian Kompas

Perkembangan Harian Kompas dalam masa digitalisasi media dilandasi dengan transformasi media menjadi portal berita digital *subscription* berupa [kompas.id](https://kompas.id) dengan aplikasi berbayar, yang menampilkan ePaper Kompas yang bisa diakses tanpa batas. Kompas ePaper diluncurkan pertama kali pada tanggal 1 Juli 2009. Isi Kompas ePaper tidak sama dengan [kompas.com](https://kompas.com) yang merupakan media

berbasis online dari Kompas Gramedia Grup. ePaper Kompas memiliki isi (berita dan iklan) yang sama dengan Kompas versi cetak.

Platform digital ePaper tersebut dapat diakses menggunakan *mobile phone* yang tersedia pada platform android maupun IOS dan melalui *dekstop* yang diluncurkan pada 20 maret 2013. Mulai tanggal 1 Juli 2010 Harian Kompas edisi cetak seluruhnya telah berganti menjadi ePaper Harian Kompas. Dengan adanya aplikasi tersebut, Kompas tidak hanya menyediakan informasi yang berkualitas melalui media cetak saja tetapi juga merambah ke media digital. Sehingga hal ini menjadi alternatif baru bagi masyarakat yang enggan untuk membeli media cetak namun ingin tetap mendapatkan informasi yang berkualitas dari media yang terpercaya.

Gambar 2.2



ePaper Harian Kompas

### 2.1.2 Struktur Organisasi *Harian Kompas*

Adapun struktur organisasi *Harian Kompas* terdiri dari dua divisi yaitu divisi editorial yang memiliki kewenangan terkait dengan redaksi dan divisi bisnis yang berhubungan dengan kegiatan bisnis periklanan di *Harian Kompas*.

#### Editorial

<b>Pemimpin Umum</b>	Jakob Oetama
<b>Wakil Pemimpin Umum</b>	Lilik Oetama Budiman Tanuredjo
<b>Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab</b>	Ninuk Mardiana Pambudy
<b>Wakil Pemimpin Redaksi</b>	Mohammad Bakir P Tri Agung Kristanto Sutta Dharmasaputra
<b>Redaktur Senior</b>	Ninok Leksono Rikard Bagun
<b>Redaktur Pelaksana</b>	Adi Prinantyo
<b>Wakil Redaktur Pelaksana</b>	Marcellus Hernowo Antonius Tomy Trinugroho Haryo Damardono
<b>Sekretaris Redaksi</b>	Subur Tjahjono Ilham Khoiri
<b>General Manager Litbang</b>	F Harianto Santoso
<b>(Plt.) General Manager SDM-Umum</b>	Budiman Tanuredjo

#### Bisnis

<b>Direktur Bisnis</b>	Lukas Widjaja
<b>General Manager Iklan</b>	Dorothea Devita
<b>General Manager Marketing</b>	Titus Kitot K
<b>General Manager Event</b>	Lukminto Wibowo

### 2.1.3 Karakteristik *Harian Kompas*

*Harian Kompas* memiliki karakteristik yang berbeda dengan surat kabar cetak lainnya. Karakteristik khas dari *Harian Kompas* terletak pada halaman 6 dan 7 yang disebut juga dengan *editorial page*. Halaman tersebut sebagai halaman opini yang

terdiri dari: tajuk rencana, artikel-kolom dan surat pembaca. Ketiganya berisi opini, maka halaman 6 dan 7 juga disebut sebagai halaman opini, untuk membedakan dengan halaman lain yang berisi berita *news*. Distingsi tersebut berasal dari zaman pers yang membedakan antara apa yang oleh editor *Manchester Guardian* disebut: “*facts are sacred, opinion is free*” (Oetama, 1987). Dalam perkembangan pers selanjutnya, terjadi pendekatan dan pembaruan dengan apa yang disebut sebagai fakta dan opini. Namun, distingsi antara *editorial page* dengan halaman berita tetap dipertahankan oleh Kompas sebagai ciri khasnya.

Karakter lainnya dalam Harian Kompas adalah jurnalisme presisi yang digunakan untuk menyajikan informasi berbasis *polling* dari masyarakat. Selain jurnalisme presisi. Jurnalisme presisi pertama kali dikemukakan oleh Philip Meyer pada tahun 1969-1970. Meyer mengaplikasikan konsep dengan membuat manuskrip dengan judul “*The Application of Social and Behavioral Science Research Methods to the Practice of Journalism*” ia menyebutnya sebagai salah satu embrio jurnalisme baru (*new journalism*) dan kemudian menyebutnya sebagai jurnalisme presisi (Nurudin, 2009). Jurnalisme presisi (*precision journalism*) merupakan aplikasi ilmu sosial dalam dunia jurnalistik (Nurudin, 2009). Dengan kata lain, jurnalisme presisi merupakan kegiatan jurnalistik yang menekankan pada ketepatan (presisi) informasi dengan menggunakan pendekatan ilmu sosial dalam proses kerjanya.

Pengaplikasian jurnalisme presisi yang dilakukan oleh Harian Kompas cukup sering dilakukan jika terdapat isu-isu yang cukup kontroversial ditengah masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh





pandangannya, Kompas bergerak seperti keping. Ia mencoba melangkah setapak demi setapak untuk melihat seberapa jauh kekuasaan memberikan toleransi kepada kebebasan pers yang ada (Nurudin, 2009). Jika keadaan aman maka Kompas akan terus maju tetapi jika digigit oleh keping maka akan mundur beberapa langkah terlebih dahulu.

Jurnalisme keping merupakan jurnalisme yang juga mementingkan “jalan tengah” dalam menanggapi persoalan dari cengkaman kekuasaan yang anti kritik. Dapat dikatakan bahwa ia tidak mencoba masuk ke dalam diskusi yang lebih dalam jika memiliki dampak yang buruk bagi lembaga dan karier jurnalistik dirinya. Dalam menanggapi kasus yang punya risiko politik yang sangat tinggi, ia mencoba mendudukan persoalan dengan hati-hati. Ia tetap berpegang teguh pada kenyataan bahwa bagaimanapun juga pers tidak lepas dari sistem politik (Nurudin, 2009). Namun, dengan langkah Jakob Oetama dengan jurnalisme keping-nya telah mampu menjadikan Kompas sebagai koran yang disegani di Indonesia.

## **2.2 Gambaran Umum *Koran Tempo***

### **2.2.1 Sejarah Perkembangan *Koran Tempo***

Hadirnya Koran Tempo tidak lepas dari sejarah panjang lahirnya majalah Tempo. Munculnya Tempo digawangi oleh tokoh wartawan senior Goenawan Mohamad pada tahun 1971 di Jakarta. Bermula dari inisiasi beberapa pemuda idealis yang ingin mendirikan majalah diantaranya adalah Goemwan Mohamad, dan terbentuklah Majalah Ekspres, karena terjadi perbedaan pandangan dan prinsip dengan pemilik modal Goenawan memutuskan untuk keluar dari majalah Ekspres. Pertemuan Goemawan dengan Harjoko Trisnadi yang merupakan pengelola Malaja

Djaja serta Ir.Ciputra sebagai pemilik modal kemudian menelurkan berdirinya majalah Tempo.

Majalah Tempo terbit pertama kali pada 6 Maret 1971, majalah tersebut merupakan majalah mingguan pertama yang tidak berafiliasi dengan pemerintah dan berfokus pada berita dan politik. Dalam perjalannya Tempo pernah dua kali mengalami pembredelan di era orde baru, pemberedelan pertama terjadi pada tanggal 12 April 1982 karena dianggap melanggar kode etik pers. Pembredelan kedua terjadi pada 21 Juni 1994 yang disebabkan oleh ulasan majalah Tempo yang memuat tentang pembelian pesawat eks Jerman Timur oleh BJ Habibie.

Jatuhnya Orde Baru yang ditandai dengan jatuhnya presiden Soeharto pada 21 Mei 1998 menjadi angin sebar bagi kebebasan pers di Indonesia. Tempo kembali mendapatkan izin untuk menerbitkan produk majalahnya. Akhirnya pada tanggal 6 Oktober 1998 Tempo kembali terbit setelah selama empat tahun dibredel oleh pemerintah. Perkembangan Tempo pasca dibredel terus meningkat, oplah mencapai 60 ribu ekslembar setiap kali terbit. Dengan keuntungan yang cukup tinggi, akhirnya Tempo mendirikan Koran Tempo pada tanggal 2 April 2001. Kehadiran Koran Tempo bertujuan untuk mengembalikan prinsip-prinsip jurnalistik harian yang terabaikan, yaitu cepat, lugas, tajam dan ringkas.

Gambar 2.4



Logo Koran Tempo

Setelah mengalami peningkatan yang cukup pesat, Tempo melebarkan sayapnya menjadi perusahaan media yang memiliki berbagai platform. Tidak hanya merambah pada media cetak saja tetapi juga digital. Situs tempo.co menjadi pionir berita online pertama sejak 1995 hingga saat ini situs tersebut berubah menjadi platform digital milik PT Tempo Inti Media. Platform tersebut menyajikan berbagai media digital dari versi cetaknya, seperti majalah Tempo dan Koran Tempo. Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Tempo Inti Media, Direktur Utama Toriq Hadad menyampaikan bahwa sepanjang tahun 2017 Tempo meraup laba bersih sebesar Rp.4,54 miliar atau naik 48,3 persen dibanding tahun sebelumnya. Salah satu unit bisnis perusahaan yang berkembang sangat baik adalah Tempo.co dan produk digitalnya berupa majalah Tempo dan Koran Tempo (diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1215802/pendapatan-tempo-co-dan-produk-digital-melonjak-96-persen/full&view=ok> pada tanggal 1 Juni 2020).

Namun pendapatan unit bisnis Koran Tempo turun 24,7 persen dibanding pada tahun 2017. Hal ini dikarenakan menurunnya pendapatan iklan dan sirkulasi cetak. Namun Koran Tempo memiliki *engagement* yang cukup tinggi di platform digital ePaper korantempo.co. Perkembangan teknologi yang pesat di era digitalisasi media mengharuskan Koran Tempo untuk tetap bertahan dengan mengandalkan platform digital. Hal ini terbukti dengan jumlah pembaca platform digital yang meningkat dari tahun sebelumnya. Sama halnya dengan media cetak lain yang melengkapi platform media cetaknya dengan ePaper berbasis digital, Koran Tempo juga mengalami hal yang serupa dan memiliki aplikasi yang dapat diunduh di platform android dan Ios. Sehingga dengan adanya ePaper Koran Tempo, para

pembaca tidak harus membaca media cetak untuk dapat mengakses informasi pada media cetak karena konten yang diberikan dalam platform digital sama dengan versi cetaknya.

Gambar 2.5



ePaper Koran Tempo

## 2.2.2 Struktur Organisasi Koran Tempo

Adapun struktur organisasi Koran Tempo antara lain :

**Pemimpin Redaksi** Budi Setyarso  
**Redaktur Eksekutif** Jajang Jamaludin

### NASIONAL DAN HUKUM

**Redaktur Pelaksana** Sunudyantoro  
**Redaktur** Efri Ritonga, Rusman Paraqbueq  
**Staf Redaksi** Robby Irfany Maqoma, Maya Ayu Puspitasari, Ahmad Faiz Ibnu Sani, Avit Hidayat, Diko Oktara, Achmad Yani, Rezki Alvionitasari

### EKONOMI

**Redaktur Pelaksana** Yandhrie Arvian

Redaktur  
Staf Redaksi

Ali Nur Yasin, Fery Firmansyah  
Andi Ibnu Masri, Ghoida Rahmah, Larrisa Huda,  
Vindry Florentin, Yohanes Paskalis

### **METRO**

Redaktur Pelaksana  
Redaktur  
Staf Redaksi

Reza Maulana  
Suseno  
Ninis Chairunnisa, Fransisco Rosarians  
Enga Geken, Gangsar Parikesit, Inge Klara Safitri

### **INTERNASIONAL**

Redaktur  
Staf Redaksi

Sukma N. Loppies  
Sita Planasari

### **SENI**

Redaktur  
Staf Redaksi

Mustafa Ismail  
Dian Yuliasuti

### **SAINS DAN SPORT**

Redaktur Pelaksana  
Redaktur  
Staf Redaksi

Firman Atmakusuma  
Irfan Budiman  
Afrilia Suryanis, Indra Wijaya, Nur Haryanto

#### **2.2.3 Karakteristik *Koran Tempo***

Karakteristik *Koran Tempo* tidak berbeda jauh dengan *Majalah Tempo* yang mengusung jurnalisme investigasi. Menurut Steve Weibeerg, jurnalisme investigasi merupakan reportase yang dilakukan atas inisiatif sendiri dan hasil kerja pribadi, yang penting bagi pembaca, pemirsa dan pemerhati. Dalam banyak hal, subjek yang diberitakan menginginkan bahwa perkara yang berada dalam penyelidikan tetap tidak tersingkap (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2005).

Sedangkan menurut Gene Roberts, mantan pemimpin redaksi *Newsdays* Amerika Serikat, jurnalise investigasi merupakan hasil kerja dan inisiatif sendiri yang artinya penting oleh beberapa pribadi dan organisasi yang ingin tetep

dirahasiakan. Tiga dasar unsurnya adalah investigasi merupakan kerja wartawan, bukan laporan investigasi yang dilakukan oleh orang lain; bahwa masalah yang diberitakan melibatkan sesuatu yang sangat penting bagi khalayak dan pihak-pihak lain berusaha menutup-nutupi masalah dari publik. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2005).

Melalui definisi tersebut, jurnalisme investigasi tidak mengikuti agenda orang lain, namun memutuskan agenda secara mandiri dan sistematis untuk dilakukan penyelidikan dalam membuat laporan berupa hasil jurnalistik pada isu-isu tertentu. Koran Tempo seperti juga dengan majalahnya menganggap dirinya sebagai bagian dari ujung tombak modernisasi masyarakat Indonesia "*clearing house*" dan juga dikenal sebagai media yang progresif dan demokratis di skala nasional maupun internasional (Keller, 2009). Banyak wartawan Tempo yang mendapat penghargaan internasional berkat komitmennya pada jurnalisme.

Sebagai media investigatif, Tempo tidak dituntut netralitas dari setiap wartawan, melainkan, menekankan pada keseimbangan sebagai hasil dari keseluruhan dalam surat kabar. Sehingga, wartawan Tempo memiliki kedekatan yang cukup baik dengan narasumber eksklusif karena terdapat pos tertentu dari para reporter. Untuk mencegah terjadinya keberpihakan wartawan, maka sering terjadi perpindahan pos dan rutin dilakukan rotasi setiap 2 hingga 3 tahun sekali (Jurnalis Senior Koran Tempo, wawancara dilangsungkan pada 10 April 2020).

Untuk mendapatkan laporan investigatif terkait dengan isu tertentu, Tempo menugaskan beberapa tim untuk melakukan investigasi terkait dengan suatu

fenomena atau peristiwa, laporan tersebut nantinya akan dipublikasi ke semua media dibawah naungan Tempo, termasuk Koran Tempo. Seperti pada laporan khusus yang dilakukan oleh Hussein Abi Dongoran dalam peliputan eksklusif di Suriah terkait dengan keikutsertaan warga Indonesia yang bergabung dengan ISIS.

Karakteristik lain dari Koran Tempo berupa elemen-elemen *layout* yang tidak konvensional dan memuat banyak grafik informasi, sehingga mudah untuk dipahami tanpa harus membaca keseluruhan tulisan.

Gambar 2.6

---

## **Terserak di Berbagai Negara**

**BADAN** Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) pada 2017 memperkirakan 1.321 WNI bergabung dengan ISIS. Sebanyak 594 orang terdeteksi berada di Suriah dan Irak. Dari jumlah itu, 84 orang di antaranya tewas. Kini, pemerintah harus kembali mendata ulang para WNI yang bergabung dengan ISIS di luar negeri karena mereka terpecah ke berbagai negara setelah kekalahan ISIS di Suriah.

**Jumlah WNI terdata: 689** orang  
**Lokasi pengungsian:** Afganistan, Turki, Filipina, Suriah, dan Pakistan

**Motivasi hijrah:**

- Membela muslim Sunni dari represi rezim Bashar al-Assad.
- Nubuat akhir zaman bahwa perang di Suriah adalah awal dari *al-malhamah al-kubra* atau peperangan akhir zaman.
- Hidup di bawah naungan khilafah.

**Modus WNI berangkat ke Suriah:**

- Umrah
- Pelesenan ke Turki
- Naik haji
- Wisata religi
- Studi luar negeri

**Iming-iming ISIS:**

- Kehidupan yang adil
- Pendidikan gratis
- Kesehatan gratis
- Duit melimpah
- Mati syahid

SUMBER: MAJALAH TEMPO

Grafik Informasi *ePaper Koran Tempo*

### **2.3 Perkembangan Berita ISIS di Media Massa**

ISIS atau Negara Islam Irak dan Suriah dikategorikan sebagai salah satu kelompok teoris lintas batas atau FTF (*Foreign Terrorist Fighter*) karena kelompok tersebut memiliki jaringan aktif di berbagai wilayah batas negara. Menurut *Committee Counter-Terrorism* Dewan Keamanan Perserikatan Bangsa-Bangsa, FTF didefinisikan sebagai individu yang melakukan perjalanan ke suatu negara lain dari negara asal atau kebangsaannya untuk tujuan kejahatan; perencanaan, persiapan dan partisipasi dalam aksi teroris atau penyediaan dan penerimaan pelatihan teroris sehubungan dengan konflik bersenjata (dikutip dari <https://www.un.org/sc/ctc/focus-areas/foreign-terrorist-fighters/> diakses pada 1 Juni 2020).

Berita tentang ISIS kerap menghiasi berbagai media massa sejak kemunculannya di tahun 2014. Berbagai informasi tentang keberadaan ISIS, siapa saja yang menjadi pengikut ISIS, bahkan jumlah serta data resmi orang Indonesia yang bergabung dengan ISIS dapat diketahui oleh khalayak melalui media. Sebagian besar media cetak di Indonesia menempatkan aneka peristiwa tersebut sebagai berita utama. Intensifnya pemberitaan ISIS mengindikasikan bahwa media memiliki perhatian besar terhadap isu terorisme. Sementara aktivitas terorisme tidak akan memiliki makna apapun tanpa publikasi media. Karena itu Birgitte Nacos (Nacos, Bloch-Elkon, & Shapiro, 2011) menyebut relasi media dan teroris sebagai *mass-mediated terrorism*.

Perkembangan tentang berita ISIS di media massa Indonesia cenderung memiliki peran yang cukup tinggi bagi psikologis khalayak. Ahli komunikasi dari Prancis, Sophie Jahel menjelaskan konten kekerasan mengandung ketertarikan



mendua atau paksaan berwajah ganda: menarik sekaligus memuakkan (dikutip dari <https://theconversation.com/wajah-ganda-media-di-indonesia-dalam-memberitakan-kejahatan-100194> diakses pada 2 Juni 2020). Sehingga saat terjadi serangan terorisme khususnya ISIS, media berlomba-lomba menjadi pihak pertama yang menyampaikan perkembangan kasus tersebut kepada masyarakat. Semakin media memiliki informasi yang cepat, reputasi media tersebut akan semakin meningkat dimata publik. Tidak hanya menempatkan berita ISIS di dalam halaman utama surat kabar media cetak, tetapi juga ditempatkan di berbagai platform media termasuk media elektronik. Masifnya pemberitaan tersebut akhirnya mendapatkan simpati dari publik dan menciptakan ketakutan serta chaos.

Aksi-aksi bentuk serangan yang dilakukan oleh ISIS kerap sekali ditunjukkan dalam pemberitaan media, padahal aksi-aksi tersebut tidak bisa dilihat sebagai bentuk dari kekerasan saja. Namun lebih merupakan upaya bentuk komunikasi politik yang berwujud pada penggunaan kekerasan, yang dilakukan diluar prosedur resmi (McNair, 2011). Seperti pada kasus bom Sarinah (2016) yang dilakukan oleh ISIS, dapat dilihat aksi teror yang dilakukan pihak teroris memperhitungkan pola kerja media. Jumlah korban dan kerusakan yang ditimbulkan oleh serangan tersebut memang tidak sebanyak saat serangan aksi bom Bali yang sangat fenomenal, namun insiden tersebut mendapat perhatian beskala besar dalam tingkat nasional maupun internasional. Sehingga, secara tidak sadar media memiliki peran dalam memberikan peliputan terorisme dengan cara sensasional dan memberikan platform media secara gratis kepada teroris.

Meskipun media memiliki ketertarikan dengan isu terorisme khususnya ISIS. Media tetap memiliki prioritas utama saat melakukan peliputan dan menyajikan pemberitaan kepada publik sesuai dengan karakter masing-masing media. Terdapat beberapa media yang memberikan porsi besar terkait dengan informasi seputar ISIS dengan mengangkat isu kekerasan yang dilakukannya. Namun, ada juga media yang memberikan pendekatan humanis dalam menyajikan pemberitaan tentang ISIS yang dilihat dari perspektif lain, seperti alasan seseorang bergabung dengan ISIS. Hal ini dapat diselaraskan dengan tujuan media dan karakteristik media untuk memberikan pengaruh yang cukup kuat kepada publik untuk memahami, memaknai atau mendefinisikan ISIS sebagai kelompok yang dipahami lewat informasi yang didapatkan melalui *framing* media.