



Pembentukan Opini Publik Indonesia oleh Cable News Network (CNN) Indonesia Berkenaan dengan Isu Sampah Plastik

Nadila Satrivi

Program Studi Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran, Indonesia; nadilastrv@gmail.com

Chandra Purnama

Program Studi Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran, Indonesia; cpurnama@rocketmail.com

| Submit: 26-05-2021 | Accept: 08-08-2021 | Publish: 23-08-2021 |

Keywords

Agenda setting, CNN Indonesia, Framing, Plastic waste, Priming.

ABSTRACT

This study aims to identify the efforts to form public opinion carried out by CNN Indonesia regarding the issue of plastic waste through agenda-setting, framing, and priming theories using qualitative research methods. Data collection techniques in the form of interviews, literature-based studies and the internet. The results showed that CNN Indonesia formed public opinion in terms of agenda setting, namely finding out and looking directly at the field, then identifying the emergence of the phenomenon of plastic waste in Indonesia. The result is that the public response to the news of plastic waste is still low compared to other issues. In terms of framing, CNN Indonesia realizes that the problem of plastic waste needs to be paid attention to by the public, so that it packs news of plastic waste in Indonesia as a global environmental threat. Of the 829 news published by CNN, there are 100 news related to plastic waste. The framing effect is the emergence of a non-straw social movement. In terms of priming, CNN emphasizes the issue of the threat of plastic waste to the world and the prevention of plastic waste.

Kata Kunci

Agenda setting, CNN Indonesia, Framing, Priming, Sampah plastik.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya pembentukan opini publik yang dilakukan oleh CNN Indonesia berkenaan dengan isu sampah plastik melalui teori *agenda-setting*, *framing*, dan *priming* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi berbasis literatur dan internet. Hasil penelitian menunjukkan CNN Indonesia melakukan pembentukan opini publik dari sisi *agenda setting*, yaitu mencari tahu dan melihat langsung ke lapangan, lalu diidentifikasi muncul fenomena sampah plastik di Indonesia. Hasilnya adalah respon publik atas pemberitaan sampah plastik masih sedikit dibandingkan dengan isu lainnya. Dari sisi *framing*, CNN Indonesia menyadari permasalahan sampah plastik perlu diperhatikan oleh publik, sehingga mengemas berita sampah plastik di Indonesia sebagai ancaman lingkungan global. Dari 829 berita yang dipublikasikan CNN, ada 100 berita terkait sampah plastik. Efek *framing* adalah muncul gerakan sosial *non straw movement*. Dari sisi *priming*, CNN melakukan penekanan isu ancaman sampah plastik bagi dunia dan penanggulangan sampah plastik.

PENDAHULUAN

Salah satu isu global yang sangat menarik perhatian masyarakat global maupun local adalah isu lingkungan. Isu lingkungan merupakan fenomena yang akan terus menjadi masalah panjang bagi hubungan internasional. Salah satu isu lingkungan terbesar bagi dunia saat ini adalah polusi plastik yang tidak dapat dihindari dan akan terus meningkat di dunia tempat kita tinggal. Penyebab bertambahnya sampah plastik adalah karena seiring bertambahnya populasi dan produksi plastik sekali pakai yang menumpuk dari waktu ke waktu (Earth Eclipse, n.d.).

Di beberapa negara khususnya negara berkembang, masih banyak sampah plastik yang tidak didaur ulang dengan baik; bahkan tempat pembuangan sampahnya pun belum teratur, sehingga tidak sedikit sampah yang berakhir di lautan. Indonesia juga menghadapi masalah sampah plastik ini karena tingginya dalam konsumsi plastik; bahkan Indonesia menjadi penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia setelah China, sebagaimana yang dinyatakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (CNN Indonesia, 2016). Direktur Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah, dan B3 KLHK, Tuti Hendrawati, menyatakan bahwa jumlah sampah plastik di Indonesia mencapai 9,52 juta ton pada tahun 2019 silam (Wahyuni, 2016). Hal ini terjadi karena masih banyak toko, konsumen, atau anggota Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) yang terus menghasilkan sampah plastik sebanyak 10,95 juta setiap tahunnya (Wahyuni, 2016).

Upaya membangun kesadaran masyarakat agar mengurangi penggunaan plastik dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk media massa. Salah satu media yang berperan aktif dalam melakukan pembentukan opini publik Indonesia mengenai isu sampah plastik adalah CNN Indonesia. Tak hanya pemberitaan meningkatnya sampah plastik di dunia maupun di Indonesia, CNN Indonesia juga memberitakan bagaimana cara agar masyarakat Indonesia sadar betapa pentingnya mengurangi

sampah plastik di kehidupan sehari-hari, dengan mengurangi penggunaan plastik. Hingga saat ini, CNN Indonesia terus memberikan kabar terbaru setiap bulannya mengenai isu tersebut.

CNN (*Cable News Network*) adalah salah satu media global yang terkemuka di dunia. CNN adalah saluran berita pertama yang menyalurkan berita selama 24 jam. CNN berasal dari Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1980 oleh konglomerat media Amerika Serikat, Ted Turner dan Reese Schonfeld (CNN, 2000). Secara umum, CNN menjadi media terkemuka karena pemberitaan informasinya dianggap lebih akurat, memiliki *branding* yang kuat, *up to date* dalam menyebarkan informasi, faktual, berita yang disajikan rinci, inspiratif, dan lebih inovatif. CNN tidak hanya semata-mata memberitakan isu tetapi juga memiliki itikad untuk mempengaruhi politik dan masyarakat dalam komunikasi modern (Zingarelli, 2010).

Pada tahun 2015, Transmedia bekerjasama dengan Turner Internasional untuk membentuk CNN di Indonesia yang dinamakan CNN Indonesia. CNN Indonesia adalah bagian dari *CNN International Commercial's Content Sales and Partnerships Group*. Meskipun kedua organisasi ini adalah organisasi yang independen, tetapi tetap bekerjasama dan saling membantu dalam hal meliput berita-berita internasional. CNN Indonesia menyajikan berbagai macam konten lokal dan internasional dengan fokus yang berbeda-beda. Serta, CNN Indonesia sebagai aktor independen yang dapat masuk kedalam ranah HI dengan cara mengangkat isu internasional ini, dapat dikatakan telah meneruskan visi dan misi CNN Internasional namun disiarkan dalam Bahasa Indonesia.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana CNN Indonesia melakukan pembentukan opini publik Indonesia berkenaan dengan isu sampah plastik. Studi terdahulu terkait isu ini telah dilakukan oleh Alya Dalila dalam riset berjudul "Pembentukan Opini Publik oleh Media: *Cable News Network* (CNN) Indonesia dalam 2018

North Korea-United States Singapore Summit" (Dalila, 2020). Selanjutnya, Rizky Rolando Woka menulis riset berjudul "Analisis Framing Pemberitaan Izin Proyek Meikarta pada Media Online CNN Indonesia.com dan Kompas.com Edisi Agustus-September 2017" (Woka, 2017). Chan (1999) telah menulis "*The Media and Environmental Issues in Hongkong 1983-95*"; Syafrikurniasari & Widiani (2020) menulis "Pengaruh Pesan Kampanye *No Straw Movement* Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik"; dan English (2018) menulis riset berjudul "Visibly restricted: public opinion and the representation of immigrant origin communities across Great Britain".

Berbagai riset terdahulu ini secara khusus belum dibahas mengenai bagaimana pembentukan opini publik yang dilakukan oleh CNN Indonesia terkait isu limbah plastik. Penelitian ini menggunakan konsep media global dan konsep pembentukan opini publik.

KERANGKA KONSEPTUAL

Media Global

Di zaman globalisasi, media global dapat dikatakan sebagai aktor non-negara yang memiliki peranan yang lebih penting dibandingkan dengan aktor lainnya. Media global ditafsirkan sebagai jaringan media atau teknologi yang sifatnya global atau setidaknya transnasional, hal ini jika dilihat dari istilah jangkauan geografis. Media global dianggap sebagai jaringan dan teknologi media transnasional yang perlu dilengkapi dengan pendekatan teoretis wacana, serta mencakup media nasional dan mempertimbangkan produksi pengetahuan global (Olausson, 2011). Secara teori, media menggunakan responsibilitas sosial media yang berfokus kepada etika media. Asumsi dari teori ini adalah kemandirian dan komitmen media kepada masyarakat.

Salah satu peranan media global adalah untuk membantu masyarakat mengerti perbedaan masalah lingkungan global dengan lingkungan di dalam negeri (Rantanen, 2008). Dalam hubungan internasional, media tidak

hanya dapat mengkonstruksi masyarakat dunia melalui penyajian informasi, tetapi media juga dapat mempengaruhi publik dalam memandang sebuah citra suatu negara atau fenomena internasional. Selain itu, media juga dapat mempengaruhi sebuah negara untuk melakukan perubahan dan pengambilan kebijakan negara dalam mengatasi permasalahan yang dipublikasikan oleh media. Media juga memiliki peranan khusus dalam membentuk opini publik dengan pesan yang disampaikan melalui berita-berita di seluruh dunia.

Dalam proses menjalankan segala perannya, media dapat membuat sebuah tulisan, suara, dan gambar yang efeknya dapat mempengaruhi kebijakan negara. Pemberitaan yang disajikan kepada publik oleh media secara terus menerus, akhirnya mempengaruhi persepsi publik terhadap isi dari isu yang dipublikasikan oleh media. Tentu dalam menyampaikan segala informasi dan pesan kepada publik harus disesuaikan dengan kode etik jurnalistik yaitu akurat, faktual, dan netral.

Namun di sisi lain, terkadang dalam keadaan tertentu media bersifat tidak netral karena terkadang melihat segala kesempatan yang ada demi mencapai kesuksesannya, sebagaimana setiap media memiliki motivasinya masing-masing dalam mencapai kepentingan.

Pada umumnya setiap media yang menyediakan kerangka interpretatif global kepada audiensnya akan memiliki label "media global". Media global dianggap sebagai kunci utama dari kompresi ruang dan waktu yang salah satu cirinya adalah globalisasi. Media global tak hanya memberikan informasi terkini secara menggloabal, tetapi juga menyadarkan bahwa nation-states merupakan aktor yang tidak sempurna, juga membuktikan betapa beragamnya budaya, bahasa, dan identitas yang beberapa diantaranya bersifat tidak pasti dan dapat berubah dalam jarak dan waktu, serta membuktikan bahwa saat ini media dan komunikasi membuat nation-states yang awalnya tidak berhubungan menjadi berhubungan.

Di samping peranan media global secara umum yang telah dijelaskan diatas, media global juga memiliki beberapa peranan yang didasari berdasarkan sebuah pengagendaaan. Pertama ialah *agenda building*, yaitu media berperan dalam mengekspresikan ide tentang bagaimana cara pandang seseorang terhadap dirinya sendiri dan negara lain. Dalam hal ini, media dapat memilih, mengatur, dan menekankan secara khusus berita yang akan diputuskan untuk dijadikan sebagai topik penting agar didiskusikan oleh publik. Selanjutnya, dalam mengekspresikan ide tersebut, media hendak mempengaruhi publik dengan isu tersebut namun tanpa melalui sebuah paksaan atau dengan memanipulasi publik melalui isu terkait (Coban, 2016).

Kedua *political mobilization*, media berperan sebagai kelompok politik dalam menarik pertemuan publik, demonstrasi protes, dan pemilihan suara partai. Ketiga, *regime legitimation*, media berperan dalam membantu masyarakat sosial untuk menerima norma sosial yang ada dan institusi dengan cara berkontribusi terhadap legitimasi sistem politik.

Opini Publik

Definisi opini publik yang dijelaskan pada buku ensiklopedia John Geer "*Public Opinion and Polling Around The World*" menyatakan bahwa opini publik adalah hal kompleks yang berhubungan dengan pola pikir seseorang pada suatu isu, yang kemudian publik mendiskusikan dan memberikan reaksi atas fenomena tersebut. Serta, opini publik merupakan bentuk ungkapan atas keyakinan yang berasal dari individu atau kelompok dalam menanggapi masalah kontroversial yang menyangkut kepentingan umum.

Ada banyak teori mengenai bagaimana opini publik dilakukan oleh media, antara lain, pendekatan psikologis yang telah berkembang lama di Amerika Serikat, yang memiliki tiga teori yaitu *agenda-setting*, *framing*, dan *priming*. Ketiga teori ini awalnya terbentuk secara terpisah, namun ketiganya saling

berkesinambungan dan melengkapi satu sama lain.

Agenda Setting

Agenda setting adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan dalam mengatur dan memanipulasi agenda politik, serta menciptakan agenda bagi publik. Sejak awal tahun 1980, penelitian *agenda setting* telah difokuskan kepada berbagai macam topik dari segi politik, sosial, hingga lingkungan (Eriyanto, 2018).

Dalam pembentukan opini publik, media berita memiliki kendali penuh dalam menciptakan kesadaran dan kepedulian publik terhadap isu atau subjek tertentu. Sehingga, penetapan agenda ini mencerminkan bahwa tak selamanya media mencerminkan kenyataan isu. Akan tetapi, juga memfilter dan membentuk konsentrasi pada beberapa isu yang akhirnya memberikan pengaruh dalam menentukan isu apa yang akan dilihat lebih penting daripada isu lainnya (Guier, 2014). Namun, penjelasan lebih penting tersebut memiliki dua kemungkinan arti, yaitu antara isu yang dianggap penting oleh media sehingga lebih ditonjolkan, atau isu yang dianggap penting oleh publik sehingga akhirnya disiarkan oleh media.

Pada level mendasar, media melayani fungsi *agenda setting* dalam membawa peristiwa dari lingkungan yang tidak terlihat hingga disadari keberadaannya oleh masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pandangan seorang peneliti politik, Bernard Chine yang menyatakan bahwa mungkin press tidak selalu berhasil dalam menyampaikan pesan apa yang seharusnya tiap individu pikirkan, tetapi press memiliki kemampuan dalam menyampaikan tentang apa yang seharusnya dipertimbangkan oleh tiap-tiap individu (Geer, 2004).

Teori *agenda-setting* berhasil dibuktikan secara empiris oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Keduanya mengatakan bahwa dalam menjalankan teori ini perlu melalui beberapa tahap. Pertama adalah tahap analisis, tahap ini dilakukan oleh media dengan memiliki dua faktor pendorong. Faktor pertama

adalah media mencari tahu topik apa yang akan menjadi perhatian publik ketika isu tersebut diangkat. Faktor kedua adalah media melihat ke lapangan, yang kemudian menyadari bahwa fenomena yang memang sedang terjadi ini perlu disajikan kepada publik. Pada faktor kedua ini, media lebih berfokus hanya ingin memberikan informasi penting kepada publik, agar publik menyadari keberadaan isu tersebut.

Setelah dilakukan analisis sesuai dengan faktor pendorong, kemudian media melakukan penonjolan isu melalui peliputan. Sebagaimana *agenda setting* memiliki gagasan khusus yaitu penonjolan, media akan melakukan peliputan berita dengan memberikan penonjolan berita yang diharapkan dapat memberikan pengaruh kepada publik. Penonjolan tersebut dapat berupa isu, kebijakan, individu, dan lainnya. Dalam melakukan penonjolan ini ternyata *agenda setting* memiliki beberapa tingkat. Tingkat pertama ialah pengidentifikasian objek, tingkat kedua ialah pengidentifikasian kecenderungan pemberitaan atas suatu isu, dan tingkat ketiga ialah *agenda setting* tidak bersifat hierarkis melainkan saling berelasi. Penonjolan isu dilakukan oleh media untuk menjadikan isu ini terlihat lebih penting dari isu lainnya, sehingga dapat meningkatkan minat publik dalam mengonsumsi berita yang dilakukan oleh media tersebut.

Selanjutnya tahap dalam mengurut isu, tahap ini dilakukan dengan cara memilih isu apa yang dalam penyajiannya perlu diprioritaskan hingga yang tidak terlalu prioritas. Dalam hal ini, media biasanya setelah memilih fenomena apa yang akan disajikan kepada publik. Kemudian, media mengurutkan isu apa yang terlebih dahulu perlu publik tahu dari fenomena tersebut.

Atas pernyataan diatas, kemudian McComb dan Donald Shaw menyimpulkan bahwa dengan adanya penonjolan suatu isu, maka media akan mempengaruhi isu apa yang dipandang penting oleh publik, yang kemudian akan menyempurnakan hasil pembentukan opini publik. Di sisi lain, terlepas dari tingginya urgensi sebuah fenomena yang diangkat oleh media untuk disadari keberadaannya oleh

publik, media juga terkadang melakukan penonjolan isu dengan cara memanipulasi berita secara sistematis agar agenda media dapat mempengaruhi agenda publik.

Selanjutnya tahap terakhir dalam *agenda setting* adalah media melihat respon publik dalam menanggapi fenomena yang telah disajikan. Tahap ini juga dapat disebut sebagai evaluasi media yang melihat dari berapa banyak peminat dan bagaimana tanggapan audiens terhadap fenomena tersebut. Tahap terakhir ini melihat efek dari penetapan agenda yang telah dibuat oleh media, dan tentunya memerlukan validitas internal atau eksternal. Validitas internal adalah hasil eksperimen dimana media dan agenda publik dikontrol dan diukur secara ketat. Sedangkan, validitas eksternal adalah analisis isi dan penelitian melalui survey yang meyakinkan bahwa pengagendaaan sebuah isu dapat digeneralisasikan ke luar pengaturan yang lebih besar di dunia nyata (McCombs, 2014).

Framing

Framing adalah teori yang digunakan oleh media dalam melakukan pembentukan opini publik, dengan melalui proses pembingkai. *Framing* adalah bagaimana media menggambarkan sebuah isu dengan cara mencari konteks apa yang sering mengikuti nama dari isu tersebut. Penggambaran melalui sebuah nama, kata, atau sebutan lainnya ini akan berperan sebagai variabel pembanding citra suatu isu di dalam berita. Selain disebut sebagai proses pembingkai, atau pelabelan, *framing* juga sebagai proses penekanan atau mengonstruksi penafsiran untuk memberikan pengaruh kepada penerima pesan. *Framing* diyakini dapat memberikan makna terhadap fenomena tertentu yang mempengaruhi publik, dalam memahami sebuah fenomena. Namun, pengaruh yang terbentuk melalui *framing* ini tergantung individu itu sendiri.

Selanjutnya, terdapat dua perspektif dalam *framing* yaitu makroskopis dan mikroskopis. Pada persepektif makroskopis, media melakukan proses pembentukan opini publik dengan membingkai sebuah isu sesuai dengan

norma jurnalistik yang dianut. Proses pembingkai melalui makroskopis ini dilakukan berdasarkan kerangka kerja yang digunakan oleh seorang jurnalis. Perspektif ini juga dikenal sebagai *central organizing media*, yaitu sebuah berita yang memberikan konteks kepada audiens secara luas.

Dari perspektif mikroskopis, media melakukan proses pembentukan opini publik dengan membingkai berita nasional maupun internasional dengan berfokus kepada sarana pemrosesan individu dan penataan informasi yang masuk. Proses pembingkai melalui mikroskopis ini digunakan untuk membentuk bingkai yang lebih dominan pada sebuah fenomena, sehingga mempengaruhi publik dalam menafsirkan fenomena tersebut.

Selanjutnya, teori pembingkai dalam media dibagi menjadi tiga bidang yaitu *frame building*, *frame setting*, dan efek framing individu dalam masyarakat. Pertama *frame building* atau pembentukan bingkai adalah tahap pembingkai yang lebih mengacu kepada bagaimana proses terbentuknya *framing* dalam media atas dasar internal dan eksternal. Proses tersebut melihat dari bagaimana *framing* suatu isu tertentu dapat muncul dalam media, dan mencari faktor apa saja yang menyebabkan media mempunyai cara pandang sendiri atas suatu isu.

Selanjutnya *frame setting*, adalah tahap mempelajari dan membahas mengenai dampak dari hasil pembingkai yang dilakukan oleh media dalam pemberitaan isu tertentu, terhadap sikap, perilaku, dan cara berpikir. Kemudian, tahap efek *framing* individu dalam masyarakat, adalah mempelajari dampak *frame* individu atas suatu isu yang akhirnya mempengaruhi pihak tersebut untuk melakukan tindakan kolektif atau gerakan sosial di masyarakat. Bidang ketiga ini menunjukkan bahwa individu yang terpengaruh atas framing yang dibuat, akhirnya merasa perlu mengekspresikannya di tempat umum misalnya dalam bentuk aksi protes (Eriyanto, 2018).

Selanjutnya dalam membentuk opini publik, sistem kerja *framing* dilakukan melalui

media dengan sebuah proses yang disebut aplikabilitas. Aplikabilitas ini adalah proses yang bekerja dengan cara menjalankan bingkai yang telah tersimpan sebelumnya di dalam memori seseorang, yang kemudian dievaluasi berdasarkan fakta-fakta yang telah didapatkan oleh diri individu itu sendiri. Aplikabilitas bekerja melalui proses negosiasi (Scheufele & Scheufele, 2013). Dengan kata lain, frame yang dimiliki oleh media melalui pemberitaan suatu isu tertentu sebenarnya tidak semata-mata langsung memberikan pengaruh bagi setiap audiens. Tetapi, awalnya individu tersebut terpengaruh oleh isu yang diberitakan karena telah memiliki bingkai pribadi yang diperoleh melalui pengalaman atau informasi-informasi sebelumnya, yang kemudian dievaluasi dengan frame yang dibawa oleh media.

Dengan begitu, teori *framing* ini bertugas untuk mengubah skema individu melalui frame yang dibuat oleh media, membuat suatu hal atau atribut isu yang awalnya tidak berkaitan menjadi berkaitan, atau bahkan frame media dapat memperkuat skema yang telah dimiliki oleh individu sebelumnya. *Framing* digunakan oleh media untuk memberikan bingkai atau mengemas berita tersebut agar mudah diingat oleh publik. Ketika bingkai yang dibuat oleh media terhadap isu tersebut telah menarik perhatian publik, maka hasilnya adalah publik yang mulai memahami poin penting atau pesan yang ingin disampaikan oleh media.

Priming

Istilah *priming* pertama kali dipakai pada konteks opini publik oleh beberapa penstudi yaitu Iyengar, Peters, dan Kinder pada tahun 1990-an, menginterpretasikan *priming* sebagai suatu standar atau kategori yang digunakan untuk mengevaluasi sebuah kebijakan atau pejabat publik (Iyengar, et.al., 1982). Dalam sistem kerjanya, *priming* bekerja dengan cara mengaktifkan pengalaman dan pengetahuan atau informasi yang telah disimpan di dalam memori seseorang.

Priming secara umum adalah efek yang muncul akibat adanya pemicu atau peristiwa sebelumnya yang kemudian mempengaruhi

seseorang atau kelompok masyarakat untuk berpikir, bertindak, atau mengevaluasi (Ewoldsen & Ewoldsen, 2009). Jika dikaitkan dengan media, teori *priming* adalah kemampuan media dalam menciptakan provokasi pemikiran yang ditargetkan kepada audiens. Lalu, mempengaruhi pola pikir audiens sehingga isu atau subjek tersebut dievaluasi atau dipersepsikan dengan cara yang berbeda-beda (Guier, 2014). Untuk menciptakan provokasi pemikiran, *priming* muncul ketika media memberikan perhatian yang lebih hanya dari satu sisi isu. Dengan memberikan perhatian lebih ini ternyata dapat menciptakan isu yang kemudian digunakan oleh publik sebagai standar dalam melakukan evaluasi. Evaluasi ini dapat dilihat melalui penilaian atau tindakan yang diberikan oleh publik terhadap isu tersebut. Namun evaluasi ini diambil ketika publik sudah memiliki acuan tertentu.

Dalam sistem kerjanya, *priming* bekerja dengan cara mengaktivasi pengalaman dan pengetahuan atau informasi yang telah disimpan didalam memori seseorang. Selanjutnya, *priming* memiliki tiga tahap elemen penting yang saling berhubungan. Elemen pertama yaitu *primed*, bahwa *priming* lebih mengarah kepada sebuah stimulus yang menjadi pemicu. Setelah elemen pertama dilakukan, elemen kedua ialah stimulus yang mempengaruhi konsep, pemikiran, pengalaman, dan pengetahuan di masa lampau dengan isu media tersebut. Kemudian setelah dilakukannya tahap kedua, maka elemen ketiga ialah setiap individu atau kelompok masyarakat telah mendapatkan efek pengaruh dalam bersikap dan berperilaku dengan secara sadar maupun tidak sadar akibat adanya isu tersebut. Stimulus disini maksudnya adalah berupa isu media (Eriyanto, 2018).

METODE RISET

Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan riset melalui metode pengamatan, wawancara, dan studi literatur. Riset ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer

didapatkan melalui wawancara dengan Redaktor Pelaksana CNN Indonesia, dan Konsultan *National Plastic Action Partnership* (NPAP) Indonesia. Data sekunder didapatkan melalui jurnal, artikel, dan berita yang relevan dengan topik artikel ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampah Plastik Indonesia

Jumlah plastik di Indonesia terus meningkat setiap harinya. Setiap hari, Indonesia menghasilkan 175.000 ton sampah dan 24.500 ton nya berasal dari plastik. Berdasarkan *World Bank's Indonesia Marine Hotspots Rapid Assessment*, sampah plastik yang berasal dari Indonesia berakhir di sungai dan lautan.

Pada tahun 2016, Indonesia disebutkan sebagai negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia setelah negara Tiongkok pada tahun 2016 silam. Label “penghasil sampah plastik terbesar kedua di dunia” dilakukan oleh CNN Indonesia dengan dilatarbelakangi oleh munculnya dua penelitian internasional yang akhirnya menggemparkan dunia. Penelitian pertama berasal dari penelitian Jenna Jambeck yang berjudul “*Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean*” (Agustina, 2021). Pada tahun 2015, Jenna Jambeck melakukan penelitian dengan menggunakan metodologi negara yang lokasinya berada 50km dari garis pantai dan menemukan bahwa Indonesia adalah penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia.

Selanjutnya, pada tahun yang sama muncul penelitian internasional kedua yang dilakukan melalui kolaborasi professor dari Universitas California dan Universitas Hasanuddin. Hasil penelitiannya adalah bahwa telah ditemukannya mikroplastik di salah satu pasar ikan di Makassar. Di samping hal itu, Indonesia juga semakin dibicarakan oleh dunia karena ditetapkannya Sungai Citarum sebagai sungai terkotor di dunia dengan jumlah sampah plastik yang paling banyak ditemukan.

Melihat dari perkembangannya, sampah plastik di Indonesia paling banyak ditemukan di

kota berupa limbah padat yakni sekitar 50%-70% dari total konsumsi plastik di Indonesia yang berasal dari kemasan belanja yang terbuat dari bahan plastik, puntung rokok, popok bayi, mainan, dan peralatan rumah tangga lainnya. Pada tahun 2012-2016, pertumbuhan konsumsi plastik di Indonesia meningkat sekitar 5% per tahun nya. Pada tahun 2017 sebanyak 620.000 ton plastik masuk ke perairan Indonesia dan pada tahun 2018 meningkat sekitar 3% dari luar negeri atau sekitar 220.000 ton sampah plastik Indonesia (NPAP, 2021).

Kerjasama Pemerintah Indonesia dengan World Economic Forum (WEF)

Permasalahan sampah plastik di Indonesia yang kemudian menjadi perhatian dunia menyebabkan dipilihnya Indonesia oleh *World Economic Forum* (WEF) sebagai pemegang kunci permasalahan sampah plastik secara regional maupun global. Alasan yang dikemukakan WEF antara lain adalah:

1. Indonesia adalah negara besar yang memiliki wilayah yang luas,
2. Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki kekayaan bahari terbesar di dunia,
3. Indonesia memiliki jalur perdagangan dunia yang strategis,
4. Indonesia memiliki perekonomian terbesar di ASEAN, dan
5. Indonesia memiliki posisi geopolitik yang strategis.

Selanjutnya pada tahun 2018, WEF membentuk sebuah inisiasi bernama *Global Plastic Action Partnership* (GPAP). Setelah dibentuknya GPAP, pada tahun tersebut, Indonesia dalam pertemuan *UN Assembly*, New York, menawarkan diri untuk menjadi negara pertama yang akan mengimplementasikan model dari GPAP. Oleh karena itu, pada tahun 2019, dibentuk *National Plastic Action Partnership* (NPAP) di Indonesia sebagai forum di level nasional (Agustina, 2021).

NPAP ini merupakan bentuk komitmen yang dibuat oleh Indonesia dengan GPAP untuk

mengurangi pencemaran plastik khususnya di laut hingga mencapai 70%. Dibentuknya forum terbuka ini adalah karena World Economic Forum memperkirakan akan lebih banyak plastik di laut pada tahun 2050. Di samping hal itu, karena Indonesia merupakan negara kepulauan yang membuat keadaan laut semakin buruk karena meningkatnya volume sampah plastik di laut, sungai yang kemudian berdampak bagi kesehatan.

Agenda-Setting dalam Pemberitaan Isu Sampah Plastik di Indonesia oleh CNN Indonesia

Secara umum, suatu media memiliki kendali penuh dalam menciptakan kesadaran dan kepedulian publik terhadap isu tertentu melalui penetapan agenda. Dalam melakukan penetapan agenda, media melakukan pemfilteran dan pembentukan konsentrasi isu yang kemudian dapat mempengaruhi publik dalam melihat tingkat kepentingan dari setiap isu. Tingkat kepentingan satu isu dari isu lainnya tergantung apakah dianggap penting dari sisi media atau publik.

Berkenaan dengan isu sampah plastik, dasar utama dari CNN Indonesia melakukan penetapan agenda adalah karena isu ini dianggap penting oleh media sehingga lebih ditonjolkan pada keadaan tertentu. Isu ini dianggap penting karena CNN Indonesia melihat bahwa masih tingginya penggunaan plastik oleh masyarakat di kehidupan sehari-hari, berarti masyarakat belum terlalu menyadari bahaya dampak yang akan diberikan oleh permasalahan sampah plastik. Lalu, maksud dari CNN menonjolkan isu sampah plastik dengan melihat keadaan tertentu adalah ketika memang baru saja sedang terjadi sebuah fenomena akibat sampah plastik atau tidak, atau muncul gerakan dan kebijakan negara tertentu ketika hendak mengatasi permasalahan sampah plastik atau tidak. Setelah munculnya fenomena ini di permukaan, barulah CNN melakukan peliputan langsung. Selain itu, alasan mengapa CNN Indonesia melihat bahwa isu sampah plastik ini penting diangkat adalah

karena CNN Internasional selalu menyajikan berita terkini mengenai sampah plastik sehingga CNN Indonesia melanjutkan kepedulian isu yang dilakukan oleh induk medianya.

Selanjutnya, *agenda setting* memiliki beberapa tahap yang terstruktur dalam menjalankan proses pembentukan opini publik berdasarkan teori McComb. Tahap pertama adalah tahap analisis oleh CNN berkenaan suatu isu. Ada dua hal yang menjadi latar belakang dari mengapa CNN melakukan analisis isu. Alasan pertama adalah untuk mencari tahu topik apa yang dapat menarik minat publik atas isu tersebut. Kedua, karena memang fenomena itu sedang terjadi yang kemudian media ingin menyajikan berita tersebut kepada publik, semata-mata hanya ingin memberikan informasi penting yang perlu publik tahu. Tujuan kedua ini dikarenakan memang terdapat beberapa *concern* isu yang dimiliki oleh CNN agar meningkatkan tingkat kepedulian publik atas isu tersebut, tanpa mengharapkan benefit atau pemasukan finansial yang akan didapat oleh CNN.

Membahas mengenai proses pembentukan opini publik oleh CNN Indonesia berkenaan dengan isu lingkungan melalui tahap analisis, CNN Indonesia melihat atau memantau perkembangan fenomena lingkungan yang sedang terjadi lebih dalam. Proses pemantauan ini dilakukan dengan tujuan agar berita yang disajikan kepada publik tidak semata-mata hanya untuk menakut-nakuti publik atas ancaman keamanan lingkungan global, yang tentunya dapat pula mengancam keamanan manusia kedepannya. Akan tetapi, tetapi juga memiliki nilai untuk membantu publik dalam menghadapi isu tersebut dengan bijak.

Kemudian tahap analisis ini memberikan hasil yaitu CNN mendapati bahwa muncul fenomena meningkatnya sampah plastik di dunia yang salah satunya diakibatkan oleh Indonesia. Fenomena ini berawal dari munculnya dua penelitian internasional yang menyatakan bahwa Indonesia penyumbang sampah plastik terbesar di lautan di dunia. Kemudian diikuti dengan fenomena-fenomena

lainnya seperti matinya satwa laut akibat menelan sampah plastik yang kemudian dapat mengancam ekspor Indonesia ke dunia, sedangkan Indonesia adalah penyumbang ikan nomor dua di Eropa dan nomor empat di dunia. Lalu, terkontaminasinya tanah pertanian oleh mikroplastik yang tertimbun di tanah, dan adanya transaksi ekspor impor sampah plastik Indonesia dengan negara tetangga akibat menumpuknya sampah plastik di Indonesia.

Tahap selanjutnya adalah penonjolan yang dilakukan melalui liputan. Biasanya penonjolan isu ini dilakukan oleh media untuk membuat isu menjadi prioritas utama bagi publik dari isu lainnya. Namun, berkenaan dengan isu sampah plastik, CNN maupun CNN Indonesia tidak melakukan penonjolan isu. Hal ini dilatarbelakangi karena CNN menganggap bahwa isu lingkungan tidak hanya berkenaan dengan sampah plastik. Melainkan masih banyak isu lingkungan global lainnya yang perlu diketahui perkembangannya oleh publik, seperti perubahan iklim, pemanasan global, penipisan lapisan ozon, deforestasi, dan lain-lain. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa isu sampah plastik di Indonesia sudah menarik perhatian dunia. Karena itu CNN meliput berita berkenaan dengan isu sampah plastik ketika memang fenomena itu sedang terjadi.

Selanjutnya, dalam melakukan peliputan berita, CNN Indonesia melakukan dua cara peliputan; pertama, menerjemahkan berita-berita internasional yang telah diliput oleh CNN Internasional melalui CNN Wire, termasuk beberapa isu sampah plastik di Indonesia yang telah diliput oleh CNN Internasional. Kedua, melakukan kontak langsung dengan pihak yang terlibat dengan fenomena tersebut, misalnya diplomat atau WNI yang berada di luar negeri. Untuk cara peliputan kedua, sejauh ini CNN Indonesia tidak melakukan kontak langsung atau wawancara dengan pihak yang berada diluar negeri. Karena hanya cukup melihat peliputan yang telah dilakukan oleh CNN Internasional saja (Simbolon, 2021).

Selanjutnya tahap pengurutan isu, dengan memilih bagian yang paling penting hingga yang dianggap kurang penting. Berkenaan

dengan isu sampah plastik, CNN tidak mengurutkan fenomena sampah plastik seperti apa yang harus publik tahu terlebih dahulu, baik antara fenomena alam yang diakibatkan oleh sampah plastik, ataupun tindakan sosial yang dilakukan oleh pihak tertentu. Seperti sebelumnya yang telah dijelaskan, untuk isu sampah plastik ini tidak ada penonjolan khusus yang dilakukan oleh CNN.

Tahap terakhir dari *agenda setting* adalah melihat respon dari audiens dengan melihat berapa banyak peminat atau bagaimana tanggapan audiens terhadap berita tersebut. Setelah melihat dari segala peliputan dan penyajian berita mengenai isu sampah plastik, CNN melihat bahwa peminat untuk isu ini masih sedikit, mungkin hal ini dilatarbelakangi karena berita isu lingkungan yang terlalu membosankan bagi publik dibandingkan dengan isu politik, ekonomi, dan hiburan. Di samping kurang menariknya isu ini, CNN juga menyadari bahwa memang tidak adanya penagendaan khusus untuk isu sampah plastik, dikarenakan peliputan yang berjalan secara natural ketika sedang terjadi.

Framing dalam Pemberitaan Isu Sampah Plastik di Indonesia oleh CNN Indonesia

Framing dapat dianalogikan sebagai bingkai pada jendela rumah. Bingkai adalah bagian yang memiliki peranan penting dalam menentukan pandangan kita terhadap sesuatu hal atau bahkan membatasi pandangan tersebut. Jika dikaitkan dengan media, *framing* media berfungsi untuk memberikan gambaran atau citra suatu isu kepada publik. Pada dasarnya, *framing* ini memberikan kemudahan kepada audiens dalam memahami atau mengingat sesuatu, dengan cara memberikan aspek yang lebih mencolok. Sehingga, media dapat menyederhanakan realitas atau sebuah fenomena agar mudah diterima oleh publik.

CNN maupun CNN Indonesia menggunakan pembingkai makroskopis; bukan mikroskopis. CNN melakukan pembingkai berdasarkan kerangka kerja yang digunakan oleh seorang jurnalis. Perspektif ini

dikenal sebagai *central organizing media* yaitu sebuah berita yang memberikan konteks kepada audiens secara luas. Pembingkai makroskopis ini dilakukan oleh CNN Indonesia dalam mengemas berita sampah plastik kepada publik secara umum sesuai dengan standar jurnalistik yang ada.

CNN tidak menggunakan perspektif mikroskopis karena pembingkai ini digunakan untuk membentuk *frame* dominan yang muncul pada setiap individu saat memproses informasi suatu isu sehingga mempengaruhi cara audiens menafsirkan fenomena tersebut. Sedangkan CNN tidak membentuk *frame* dominan pada isu sampah plastik.

Selanjutnya, framing memiliki tiga tahap yaitu *frame-building*, *frame-setting*, dan efek *framing*.

Pertama *frame building*, yaitu tahap pembingkai yang lebih mengacu kepada bagaimana proses terbentuknya *framing* dalam media atas dasar internal dan eksternal. Dalam tahap ini, CNN maupun CNN Indonesia lebih mengacu kepada faktor internal yang didasari atas nilai-nilai yang dimiliki oleh CNN. CNN Indonesia selalu berusaha untuk mempertahankan standar editorial dan nilai yang dianut oleh CNN dalam memandang sebuah fenomena global serta menyesuaikan dengan etika jurnalistik.

Pada tahap *frame building* biasanya dilakukan oleh CNN Indonesia bersamaan ketika para tim redaksi sedang rapat menyiapkan *budgeting* isu, yang selalu dilakukan secara rutin setiap hari pada sore hari. Setelah CNN Indonesia melihat dan menyadari bahwa permasalahan lingkungan atau sampah plastik perlu diperhatikan oleh semua pihak agar ditangani segera, kemudian CNN maupun CNN Indonesia melakukan perundingan bagaimana mengemas pemberitaan sampah plastik di Indonesia. Kemudian perundingan ini menghasilkan bahwa sampah plastik akan dikemas sebagai ancaman lingkungan global.

Setelah dilakukan perundingan, kemudian baik hasil dari *framing* maupun pengagendaan

berita yang hendak disajikan kepada publik ini diseleksi oleh sistem yang bernama “Mata Kedua”. Mata kedua dapat disebut sebagai *gatekeeper*, yakni bertugas untuk menyeleksi apakah berita tersebut sudah memenuhi standar berita di CNN atau tidak. Setelah melalui tahap seleksi, kemudian peliput mulai menjalankan tugasnya untuk meliput pemberitaan sampah plastik di Indonesia yang telah mengglobal sesuai dengan pengemasan yang telah ditetapkan. Pengemasan berita ini dilakukan melalui beberapa pemberitaan fenomena alam yang terjadi akibat volume sampah plastik di Indonesia terus meningkat setiap harinya, tentu dalam proses pengemasan berita ini disesuaikan dengan standar editorial yang dimiliki oleh CNN.

Tahap kedua yaitu *frame-setting*, tahapan dalam mempelajari dan membahas dampak dari hasil pembedakan yang dibentuk oleh media global kepada publik dalam pemberitaan isu. Berkenaan dengan isu sampah plastik, *frame-setting* dilakukan oleh CNN maupun CNN Indonesia dengan menakutkan publik bahwa isu sampah plastik di Indonesia sudah menjadi ancaman lingkungan global yang seharusnya menjadi perhatian bagi semua pihak. Baik individu maupun negara, diharapkan lebih peduli dalam mengatasi permasalahan ini dan memiliki solusi yang konkret untuk kedepannya.

Guna menakutkan publik betapa pentingnya permasalahan ini, CNN maupun CNN Indonesia tidak hanya memberikan pemberitaan fenomena sampah plastik di Indonesia maupun di dunia, tetapi juga mempublikasikan berita-berita beberapa tindakan negara-negara di dunia, organisasi internasional, dan komunitas terkait pentingnya untuk menyadari bahwa permasalahan sampah plastik di Indonesia sudah menjadi masalah serius. Pemberitaan ini berupaya membangun kesadaran bahwa permasalahan sampah plastik di Indonesia adalah masalah serius dan juga bagian dari permasalahan sampah plastik di dunia. Riset ini menemukan bahwa terdapat 100 dari 829 artikel yang dipublikasikan oleh

CNN Indonesia sebagai bentuk *framing* sampah plastik.

Tahap ketiga bertujuan untuk mempelajari dampak *frame* individu atas suatu isu yang akhirnya mempengaruhi pihak tersebut untuk melakukan tindakan kolektif atau gerakan sosial di masyarakat. Tahap ketiga ini melihat bahwa publik terpengaruh atas *framing* yang dibuat oleh CNN Indonesia. Di tahap ketiga ini, tidak dapat dipastikan berdasarkan data yang jelas apakah pemberitaan CNN Indonesia memberikan efek sehingga publik melakukan gerakan sosial; terutama karena tidak hanya CNN Indonesia yang melakukan peliputan berita mengenai fenomena sampah plastik ini. Namun terlepas dari hal itu, tentunya upaya pembedakan isu yang dilakukan oleh CNN Indonesia dengan mengemas berita sampah plastik ada pengaruhnya kepada publik.

Priming dalam Pemberitaan Isu Sampah Plastik di Indonesia oleh CNN Indonesia

Priming adalah sebuah bentuk efek dari isi berita yang dipublikasikan oleh suatu media terhadap fenomena yang sedang, hendak, atau akan terjadi. *Priming* memiliki tiga elemen penting. Pertama primed, ialah stimulus pemicu yang terdapat di dalam isi pemberitaan oleh media. CNN maupun CNN Indonesia melakukan penekanan dua isu dalam pemberitaannya. Dua penekanan isu tersebut adalah ancaman sampah plastik di dunia dan penanggulangan sampah plastik. Penekanan dua isu ini dilakukan oleh CNN Indonesia, dilatarbelakangi karena kondisi TPA (tempat pembuangan akhir) dan sistem penanggulangan sampah yang masih sangat buruk di Indonesia. Sehingga tidak hanya merugikan negara Indonesia, tetapi juga telah merugikan negara-negara tetangga.

Kedua stimulus yang memicu konsep, pemikiran, pengetahuan atau pengalaman. Dalam hal ini CNN Indonesia memberitakan fenomena sampah plastik yang telah mendunia, dan kemudian mendapatkan respon dari berbagai pihak. Seperti dari negara-negara barat, ASEAN, *World Economic Forum* (WEF) sebagai salah satu organisasi internasional yang

peduli terhadap permasalahan sampah plastik Indonesia.

Elemen ketiga ialah efek pengaruh yang baik bersikap atau berperilaku dengan secara sadar maupun tidak sadar akibat adanya fenomena sampah plastik. Seperti *World Economic Forum* (WEF) menyadari bahwa permasalahan sampah plastik di Indonesia sudah menjadi perhatian dunia, kemudian memilih Indonesia sebagai pemegang kunci permasalahan sampah plastik di dunia. Selanjutnya muncul gerakan sosial *non straw movement* sebagai bentuk dari pengurangan penggunaan plastik dengan tidak menggunakan sedotan plastik. Lalu, terbentuk gerakan *zero waste* Nusantara, untuk mengajak masyarakat Indonesia agar dapat menjalani gaya hidup yang lebih ramah lingkungan, khususnya dengan gaya hidup nol sampah. Dengan dibentuknya komunitas ini diharapkan dapat meminimalisir produksi sampah yang dihasilkan oleh individu setiap harinya, termasuk penggunaan plastik sekali pakai.

KESIMPULAN

Riset ini menganalisis upaya pembentukan opini publik yang dilakukan CNN Indonesia berkenaan dengan isu sampah plastik. Riset ini menyimpulkan bahwa CNN Indonesia melakukan *agenda setting*, dalam beberapa tahap. Tahap pertama adalah tahap analisis dimana CNN Indonesia melihat langsung ke lapangan lalu mengidentifikasi bahwa adanya fenomena lingkungan yang menjadi perhatian dunia, yaitu meningkatnya sampah plastik di Indonesia. Setelah dilakukan analisis, CNN maupun CNN Indonesia memutuskan bahwa isu ini penting untuk disajikan kepada publik.

Tahap kedua *agenda setting* adalah penonjolan melalui peliputan; namun hal ini tidak dilakukan oleh CNN maupun CNN Indonesia. CNN Indonesia hanya melakukan peliputan berita ketika fenomena sampah plastik sedang terjadi saja. Tahap ketiga adalah pengurutan isu. Berkenaan dengan isu sampah plastik, CNN Indonesia tidak melakukan tahap ketiga ini. Tahap terakhir dari *agenda setting*

ialah melihat respon dari audiens. CNN melihat bahwa minat pembaca atau penonton berkenaan dengan sampah plastik masih sedikit, yang dipercayai karena isu lingkungan kebanyakan hanya diberitakan ketika sedang terjadi bukan sebuah fenomena yang pada dasarnya dibuat secara khusus untuk menarik perhatian publik.

Selanjutnya proses pembentukan opini publik oleh CNN Indonesia berkenaan dengan isu sampah plastik melalui *framing*. Pada proses *framing*, CNN Indonesia menggunakan pendekatan makroskopis yaitu melakukan pembingkaihan isu berdasarkan standar jurnalistik yang dianut oleh CNN Internasional. Dalam *framing* terdapat tiga tahap yaitu pertama *frame building*, *frame setting*, dan efek dari *framing* individu dalam masyarakat. CNN Indonesia melakukan tahap pertama dan kedua itu, tapi untuk tahap ketiga, tidak dapat dipastikan bahwa segala bentuk tindakan maupun gerakan sosial yang muncul adalah bentuk dari *framing* yang dibuat oleh CNN Indonesia. Hal ini karena tidak hanya CNN Indonesia yang melakukan peliputan berita mengenai fenomena sampah plastik.

Dari segi *priming*, CNN Indonesia melakukan penekanan dua isu dalam pemberitaannya yaitu ancaman sampah plastik di dunia dan penanggulangan sampah plastik; sehingga memunculkan respon dari masyarakat berupa sejumlah gerakan sipil maupun dari organisasi internasional seperti WEF.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, C. & Ainley, K. 2005. *Understanding International Relations : A source book (3rd ed.)*. New York: Palgrave Macmillan. Tanggal akses 18 Agustus 2020
- CNN Indonesia. 2016. Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Ke-dua Dunia. Tanggal akses 24 Februari 2021, melalui web CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160222182308-277-112685/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-ke-dua-dunia>
- CNN Indonesia. 2020. *Sampah Plastik Meningkat Tajam Saat Pandemi*. Tanggal

- akses 20 Juli 2020, melalui CNN Indonesia: HYPERLINK
<https://www.cnnindonesia.com/tv/20200611211141-410-512448/video-sampah-plastik-meningkat-tajam-saat-pandemi>
- Coban, F. 2016. The Role of the Media in International Relations: From the CNN. *Journal of International Relations and Foreign Policy*, hlm.46-47. Tanggal akses 20 Agustus 2020
- Dalila, A. 2020. Pembentukan Opini Publik oleh Media: Cable News Network (CNN) Indonesia dalam 2018 North Korea–United States Singapore Summit. Indonesian Perspective Universitas Diponegoro, hlm.1-22. Tanggal akses 20 Maret 2020
- Earth Eclipse. n.d. Plastic Waste: Environmental Effects of Plastic Pollution. Tanggal akses 20 Juli 2020, melalui Earth Eclipse:
<https://www.eartheclipse.com/environment/tips-for-creating-eco-friendly-gardens.html>
- English, P. 2018. Visibly restricted: public opinion and the representation of immigrant origin communities across Great Britain. Routledge Taylor & Francis Group, hlm.1-19. Tanggal akses 18 Agustus 2020
- Entman, R. M. 1993. Framing : Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, Vol 3, hlm.51-58. Tanggal akses 19 Agustus 2020
- Eriyanto. 2018. Media dan Opini Publik. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Tanggal akses 20 September 2020
- Ewoldsen, R. D. & Ewoldsen, B. R. 2009. Current Research in Media Priming. In Robin L. Nabi dan Mary Beth Oliver (ed), *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, hlm.177-192. Tanggal akses 20 September 2020
- Gamson, W. A. & Andre, M. 1987. The Changing Culture of Affirmative Action. *Research in Political*, hlm.137-177. Tanggal akses 21 September 2020
- Geer, J. G. 2004. Public Opinion And Polling Around The World. California: ABC-CLIO. Tanggal akses 20 Juli 2020
- Guier, L. 2014. Public Opinion Polling, Priming, Framing, Agenda Setting. Tanggal akses 18 September 2020, melalui Guier Law: <http://guierlaw.com/public-opinion-polling-priming-framing-agenda-setting/>
- Henn, P., Olaf, J., & Gerhard, V. 2016. The Traditional Paradigm of Political Communication Research Reconstructed. Dalam Gerald Vowe dan Philipp Henn (eds.), *Political Communication in the Online World: Theoretical Approaches and Research Designs*, hlm.11-23. New York: Routledge. Tanggal akses 10 September 2020
- Iyengar, S., Mark, D. P., & Donald, R. K. 1982. Experimental Demonstrations of the "Not-So-Minimal" Consequences of Television News Programs. *The American Political Science Review*, Vol. 76, No.4, hlm.848-858. Tanggal akses 28 September 2020
- Iyengar, S. 1991. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. *University of Chicago Press*. Tanggal akses 16 April 2020
- Kim, S. T. & Young. H. L. 2006. New Functions of Internet Mediated Agenda Setting: Agenda Ripping and Reversed Agenda setting. *Korea Journalism Review*, Vol.50, No.3, hlm.175-205. Tanggal akses 27 September 2020
- Machin, D., & Theo, V. L. 2007. *Global Media Discourse- A Critical Introduction*. Milton Park: Routledge. Tanggal akses 23 April 2020
- Olausson, Ulrika. 2010. *Explaining Global Media: A discourse Approach*. University Sweden. Tanggal akses 25 Desember
- Rantanen, T. 2008. From international communication to global media studies. What next?. *NORDICOM*, No.29, hlm.31-34. Tanggal akses 9 November 2020
- Reese, S. D. 2001. Prologue: Framing Public Life, A Bridging Model for Media Research. In Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy dan August E. Grant (eds), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, hlm.7-31. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Tanggal akses 11 September 2020
- Scheufele, B. & Scheufele, D. A. 2013. Framing and Priming Effects: Exploring Challenges Connected to Cross-Level Approaches in Media Effects Research. Dalam Erica Scharrer (ed), *The International Encyclopedia of Media Studies Vol.V (Media Effects/Media*

- Psychology*). Oxford: Blackwell. Tanggal 2 April 2020
- Syafrikurniasari, N. & Widiani, S. P. 2020. Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media. *Lugas*, hlm. 1-10. Tanggal 11 Agustus 2020
- Wahyuni, T. 2016. *Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Ke-dua Dunia*. Tanggal akses 11 Juli 2020, melalui CNN Indonesia:
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160222182308-277-112685/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-ke-dua-dunia>
- Woka, R. R. 2017. CNN, Analisis Framing Pemberitaan Izin Proyek Meikarta pada Media Online. *Jurnal Kajian Media Universitas Dr. Soetomo*, hlm.1-8. Tanggal akses 12 Agustus 2020
- Zingarelli, M. E. 2010. The CNN effect and the Al Jazeera effect in global politics and society. George Town University. Tanggal akses 12 Agustus 2020

BIOGRAFI

Nadila Satrivi adalah mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran angkatan 2017. Tertarik mengkaji tentang media komunikasi global dan isu sampah plastik.

Chandra Purnama adalah dosen Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran. Tertarik mengkaji tentang Diplomasi Publik, Kebijakan Luar Negeri, dan Media Komunikasi Global.