

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

Mahmudi. 20020530136

Kontroversi Pembelian Panser Prancis di Media, Analisis Framing Media Indonesia dan Kompas

Tahun Skripsi : 2008. IX+ 123 hal + 6 tabel + 8 diagram + 12 lampiran + Daftar Kepustakaan : 15 buku + 20 sumber online ( 2006 )

### ABSTRAKSI

Penelitian mengenai Kontroversi Pembelian Panser Prancis Tahun 2006 ini, dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana Kompas dan Media Indonesia membingkai isu mengenai pengadaan alat-alat militer tentang pembelian panser Prancis serta besarnya dana operasional yang dikeluarkan mendasari pembedaan tentang masalah tersebut. Kerangka Teori dalam penelitian ini melihat komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna. Adapun objek penelitian adalah surat kabar Kompas dan Media Indonesia pada tanggal 09 sampai 30 September 2006. Metodologi yang digunakan dalam penelitian adalah analisis framing model William A. Gamson.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dasarnya baik Kompas dan Media Indonesia sama-sama mengkritisi adanya pengadaan atau pembelian panser tersebut, tetapi penekanan dan porsi yang diberikan pada masalah ini berbeda. Kompas dalam pemberitaan terkesan lebih terbuka dan lebih berani sedangkan Media Indonesia dalam masalah ini menggunakan bahasa yang lebih santun. Pemberitaan Kompas menekankan adanya penolakan-penolakan yang muncul dari berbagai kalangan dan mengacu pada satu poin bahwa pembelian panser tanpa tender tidak seharusnya dilakukan. Sedangkan hal yang ditonjolkan oleh Media Indonesia yaitu bahwa pembelian panser VAB bisa tanpa tender

Terjadinya perbedaan pembedaan pada pemberitaan mengenai pembelian panser 2006 dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut antara lain perbedaan sudut pandang dari kedua media dalam menerjemahkan realitas sesungguhnya yang terjadi di lapangan, perbedaan pemilihan nara sumber, perbedaan penekanan aspek tertentu dari realitas yang ada, serta pengaruh ideologi dominan nara pemiliknva

MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA  
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE FACULTY  
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT  
PUBLIC RELATION CONCENTRATION

Mahmudi, 20020530136

Controversy of Purchasing Panzer VAB from France in Media, Framing Analysis in Daily "Media Indonesia" and "Kompas"

Final Task Year : 2008. IX + 123 pages + 6 tables + 8 diagrams + 12 annexes

Reference : 15 books + 20 online sources (2006)

### ABSTRACT

Research concerning controversy of purchasing Panzer from France in 2006, was aimed to know how both daily "Kompas" and "Media Indonesia" framed issue on procurement of military equipment about purchasing Panzer from France, and how large operational fund expedited to frame this problem. Theoretical framework of the research considered communication as producing process and meaning exchange. Therefore, object of the research was both daily "Kompas" and "Media Indonesia" on 9 till 30 September 2006. Methodology of the research was framing analysis with William A. Gamson Model.

Result of analysis indicated that either "Kompas" or "Media Indonesia" basically criticized together presence of procurement and purchasing the Panzer, but intention and portion provided in this matter was different. "Kompas" in their news had more open image and more encouraged, while "Media Indonesia" in this matter used more polite language. "Kompas" news intended presence of rejection from various sides and referred to one point that purchasing Panzer without a bid did not have to perform. Meanwhile "Media Indonesia" intended that purchasing VAB's Panzer could be done without a bid.

Incidence of difference in framing of news concerning purchasing Panzer of 2006 was influenced by some factors. Those factors included difference of point view from both media in translating the real reality at field, difference of respondent selection, difference in intending given aspect and reality, and effect of dominant