

Abstraksi

12 gambar karikatur nabi Muhammad SAW pertama kali di muat oleh surat kabar *Jylland Posten* di Denmark pada bulan September 2005. Pemuatan karikatur Nabi Muhammad SAW ini menjadi berita di bulan Februari karena 12 gambar karikatur ini dimuat ulang oleh beberapa surat kabar di Eropa. Pemberitaan ini menjadi berita hangat baik di surat kabar Internasional maupun Nasional. Penulis memilih surat kabar *Kompas* dan *Republika* karena kedua surat kabar tersebut memiliki pembaca yang yang banyakyang mempunyai latar idcologi yang berbeda dimana sebuah ideologi di dalam surat kabar sangat berpengaruh terhadap pemberitaan yang dihasilkan. Salah satunya pemberitaan pemuatan Karikatur Nabi Muhammad SAW di Surat kabar *Jylland posten* di Denmark. Dari permasalahan di atas peneliti mengangkat rumusan masalah bagaimana *framing* yang dilakukan *Kompas* dan *Republika* dalam membingkai pemberitaan Kartunisasi Nabi Muhammad SAW di Denmark?

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori-teori tentang Komunikasi sebagai Proses Produksi Pesan dan produksi Makna, Media dan Konstruksi Realitas, Media dan Proses Produksi Berita serta faktor-faktor yang mempengaruhi isi media. Dimana peneliti menggunakan metode analisis *Framing* Model Zhongdang Pan Gerald M. Kosicki. Model ini di pilih karena merupakan salah satu model yang paling populer dan banyak di pakai selain itu elemen yang di pakai untuk menganalisis data lebih lengkap di bandingkan model-model lain dimana *framing* di bagi dalam 4 dimensi besar sehingga mempermudah peneliti untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang yang dilakukan, *Kompas* dan *Republika* terlihat perbedaan dalam penulisan. Dimana *Kompas* terlihat jelas memperlihatkan pemuatan karikatur Nabi adalah kebebasan berekspresi yang tidak sengaja dilakukan untuk menghina umat muslim sedangkan *Republika* dengan jelas melihat bahwa pemuatan karikatur Nabi tersebut adalah sebuah kesengajaan yang di buat oleh Negara Barat untuk menghina dan melecehkan umat Muslim. Kedua media ini sangat berbeda-beda dalam memilih peristiwa untuk dijadikan berita. Selain itu dalam proses produksi dan pertukaran makna mempunyai strategi sendiri-sendiri dalam menekankan suatu makna. Sehingga hal-hal yang di anggap mereka penting di beri tekanan takanann dan porsi yang banyak. Hal ini dilakukan agar pikiran & emosi