

## AMBIGUITAS STRATEGI IDENTITAS CNN TERHADAP ISLAMOPHOBIA DAN ANTI-AMERIKA (KASUS: CNN.COM DAN CNNINDONESIA.COM)

Sabda Ningsih

Hubungan Internasional, Universitas Airlangga  
Surabaya, Indonesia  
sabda.ningsih-2021@fisip.unair.ac.id

### INFO ARTIKEL

#### Article History

#### Received

17 June 2022

#### Revised

22 August 2022

#### Accepted

30 August 2022

**Keywords:** CNN Indonesia; identity; news media competition; United States of America.

**Kata Kunci:** CNN Indonesia; identitas; persaingan media berita; Amerika Serikat.

#### Abstract

*This study analyzes the constructivist view of CNN's strategy on Islamophobia and Anti-American issues. Taking a case study of Islamophobia globally and Anti-Americanism in Indonesia, CNN provides two different identities regarding each issue that contradicts the assumptions of constructivism. Through descriptive qualitative research techniques and data collection documentation, the authors found that the strategy with two different identities for Islamophobia and Anti-Americanism is CNN's effort as a framing for the interests of the United States in the war on terror, as well as differentiating them from other news media. With news characteristics that are skeptical of the Middle East, CNN provides an identity as a supporter of Islamophobia and encourages the movement to grow. It's different if you switch to Indonesian news, CNN abandons its previous identity and builds a new identity with a narrative that supports Muslims from the point of view of Western countries. For constructivism, this dual identity strategy shows that CNN is a weak actor because they do not know who they really are and the ambiguity of the main interests they want to achieve.*

#### Abstrak

Penelitian ini menganalisis pandangan konstruktivisme tentang strategi CNN terhadap isu Islamofobia dan Anti-Amerika. Mengambil studi kasus Islamophobia secara global dan Anti-Amerika di Indonesia, CNN memberikan dua identitas yang berbeda terkait isu yang bertentangan dengan asumsi dari konstruktivisme. Melalui teknik penelitian kualitatif deskriptif dan pengumpulan data dokumentasi, penulis menemukan bahwa strategi dengan dua identitas yang berbeda untuk Islamophobia dan Anti-Amerika merupakan upaya CNN sebagai framing untuk kepentingan Amerika Serikat dalam perang melawan teror, juga upaya mereka bertahan dari media berita lainnya. Dengan karakteristik berita yang skeptis terhadap Timur Tengah, CNN memberikan identitas sebagai pendukung Islamophobia dan mendorong gerakan tersebut semakin berkembang. Berbeda jika beralih ke pemberitaan Indonesia, CNN menanggalkan identitas sebelumnya dan membangun identitas baru dengan narasi mendukung Umat Islam dalam sudut pandang negara Barat. Bagi konstruktivisme, strategi dua identitas ini menunjukkan bahwa CNN sebagai aktor yang lemah karena tidak mengetahui siapa diri mereka sebenarnya dan ambiguitas kepentingan utama yang ingin mereka capai.



## PENDAHULUAN

Media berita tidak hadir dengan sendirinya dan apa adanya, melainkan memiliki identitas tersendiri meskipun bersifat ambigu. Hal ini disebabkan identitas media tersebut dibentuk oleh kepentingan-kepentingan kelompok tertentu yang memanfaatkan media berita untuk tujuan tertentu. Identitas sebuah media berita menjadi menarik karena memiliki kemampuan untuk memengaruhi pola pikir masyarakat secara luas hingga membentuk sebuah komunitas sendiri.

Fenomena media berita seperti demikian telah banyak diteliti. Seperti yang dilakukan oleh Barker (1995), menunjukkan dalam hasil penelitiannya bagaimana media berita dijadikan sebagai politik identitas kelompok feminisme Amerika Serikat 1966-1975. Atau penelitian Stamps (2021) yang menemukan media berita Amerika Serikat yang memberikan identitas bahwa kelompok kulit hitam memiliki citra buruk. Sementara artikel ini berfokus pada analisa bagaimana strategi identitas media CNN (*Cable News Network*) sebagai strategi yang berkenaan dengan Islamophobia. Penelitian berfokus pada dua kasus yang berbeda. Pertama adalah strategi berkaitan penolakan dari gerakan anti-Amerika di Indonesia dengan pemanfaatan CNN Indonesia. Gerakan anti-Amerika di Indonesia sendiri dipicu oleh kejadian 9/11 yang saat itu Presiden

Goerge W. Bush memerintahkan pembentukan koalisi Milenium untuk melawan terorisme. Karena secara tidak langsung menunjukkan negara-negara Muslim di Timur Tengah yang bertanggung jawab atas terorisme, maka memicu reaksi terhadap Muslim di Indonesia. Seperti yang ditunjukkan oleh Lestari (2017), bahwa sejumlah organisasi massa Islam melakukan demonstrasi sebagai bentuk penolakan kebijakan Amerika Serikat yang menuduh terorisme sebagai identitas Muslim di Timur Tengah. Sikap Amerika Serikat yang anti-terorisme kemudian menjadi pembenaran negara tersebut untuk masuk dalam politik dan keamanan Timur Tengah yang pada akhirnya berakhir pada konflik baru. Selain itu, Indonesia juga dianggap tempat bersembunyinya kelompok teroris karena tragedi Bom Bali tahun 2002. Tindakan Amerika Serikat memancing respon negatif masyarakat Indonesia untuk menjadi anti-Amerika (Lestari, 2017).

Kedua adalah strategi membangun Islamophobia di Amerika Serikat menggunakan CNN. Mengambil argumen dari Elsheikh, Sisemore dan Lee yang telah melakukan survei Islamophobia di Amerika Serikat, menyatakan bahwa peristiwa 9/11 menjadi faktor pendukung peningkatan jumlah Islamophobia. (Elsheikh, Sisemore, & Lee, 2017). Senada dengan argumen tersebut, Carl Ernst (2013) dalam bukunya

menjelaskan bahwa stigma negatif terhadap agama Islam di Amerika Serikat sebenarnya telah lama ada jauh sebelum 9/11. Namun hancurnya gedung *World Trade Center* di New York dan Pentagon di Washington menjadi awal mula kebangkitan cerita lama Islamophobia. Islamophobia yang semakin meningkat dipercaya oleh Kastolani (2020) telah diprovokasi oleh pemberitaan media karena beriringan dengan perkembangan media sosial yang semakin masif (Ogan, Willnat, Pennington, & Bashir, 2014). Ini juga dikemukakan oleh Wijaya (2010) bahwa pemberitaan media massa, khususnya berasal dari Amerika Serikat telah memberikan efek persuasif mengenai perkembangan Islamophobia.

Berdasarkan dua kasus tersebut, artikel ini beragumen bahwa CNN sebagai media dari Amerika Serikat memberikan dua identitas yang berbeda untuk kasus anti-Amerika di Indonesia dan Islamophobia di Barat. Ini bertolak belakang dengan apa yang dipahami oleh kaum konstruktivisme yang berpandangan bahwa seorang aktor seharusnya memiliki satu identitas. Melalui argumen tersebut, penulis bertujuan untuk memberikan pandangan baru bahwa sebuah media berita dapat memiliki dua identitas, khususnya CNN, dalam satu isu dan mereka saling bertolak belakang. Ini kemudian menjadi

kasus baru dalam topik identitas dan media berita.

## LANDASAN TEORITIS

### Identitas dalam Konstruktivisme

Mengutip definisi konstruktivisme dari Heywood (2017), adalah sebuah konsep pendekatan yang menganalisis dunia sosial dan politik dengan sebuah asumsi utama bahwa norma dan nilai bermain peran dalam pembentukan realitas. Bagi konstruktivis, dunia sosial dan politik bukanlah sebuah unit yang pasti karena melekat didalamnya sebuah intersubjektif. Maka struktur normatif dan idealis memiliki nilai yang sama dengan struktur material. Terutama ketika hal normatif dan idealis ini memengaruhi identitas dan kepentingan mereka. Sejalan dengan pendapat dari Alexander Wendt (1992), konstruktivisme melihat antara agen dan struktur tidak memiliki makna yang sama. Agen sebutan untuk seseorang yang melakukan sebuah aksi, sedangkan struktur adalah sistem internasional yang terdiri dari material dan idealis. Di sini bisa dikatakan bahwa idealis juga memiliki peran bersama material dalam membangun sebuah sistem internasional. Bahkan ada di suatu kondisi, idealis berperan lebih dalam menentukan perilaku agen dibanding material yang akan berpengaruh bagaimana sistem internasional itu terbentuk (Theys, 2017).

Selanjutnya, isu utama yang diangkat oleh konstruktivisme adalah persoalan identitas dan kepentingan. Mereka menolak sebuah agen memiliki identitas lebih dari satu. Identitas adalah representasi dari pemahaman aktor tentang siapa mereka, yang akan menggambarkan kepentingan mereka. Identitas sendiri berasal dari norma sosial yakni sebuah standar dari sebuah perilaku yang telah diterima oleh aktor. Norma sosial yang telah diterima kemudian akan menjadi sebuah identitas dari aktor tersebut (Theys, 2017). Secara singkatnya norma sosial yang membentuk identitas menjadi pondasi utama dari terbentuknya kepentingan dari sebuah aktor. Identitas sendiri tidak hanya tentang siapa diri aktor, namun oleh juga “siapa” yang berada di luar aktor. Maka terkadang identitas membentuk sebuah komunitas tertentu yang anggotanya tidak saling mengenal namun telah menerima norma sosial sama sebagai sebuah identitas. Mereka kemudian bersatu dengan kepentingan yang sama. Pada kasus tertentu pula, komunitas yang terbentuk dari identitas sehingga mencapai tujuan bersama juga melakukan tindakan kriminal. Ada alasan dijelaskan konstruktivisme mengapa terkadang sebuah komunitas melakukan sebuah kejahatan yang secara harfiah bertolak belakang dengan identitas mereka. Mereka mengharapkan sebuah timbal balik dari dunia luar komunitas. Apa yang mereka

percaya seharusnya dunia luar juga memberi respon positif, jika tidak maka mereka akan bersifat anarkis (Jackson & Jones, 2012). Ini menunjukkan bahwa kemungkinan ke depannya negara atau aktor lainnya akan membuka diri dari persepsi kepentingan pribadi menuju sebuah kosmopolitanisme, namun juga akan terkurung dalam ekspansionis dan perilaku agresif (Heywood, 2017). Lebih mudahnya adalah fenomena pembentukan komunitas yang diawali persamaan norma hingga menciptakan identitas, kemudian bersifat saling menyerang antar komunitas dengan alasan sebuah perbedaan identitas mereka. Melihat dari argumen konstruktivis mengenai makna identitas dan kepentingan, maka berlawanan dengan apa yang realis dan liberal pahami. Konstruktivisme juga melengkapi kekurangan mereka dalam menganalisis perilaku negara atau aktor yang banyak dipengaruhi oleh identitas yang dipakai.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model deskriptif-analisis. Mengutip dari Neuman (2014), maksud penelitian deskriptif analisis adalah penelitian yang berfokus pada analisa suatu studi kasus secara rinci kemudian mencari proses kausal didalamnya. Untuk teknik pengumpulan data, penulis melakukan komperatif histori, mengumpulkan data

dari dokumen, baik berupa penelitian terdahulu, laporan, hasil survei atau artikel di internet yang kemudian digabungkan menjadi data deskriptif. Sedangkan teknik analisa data, ada tiga tahapan yang digunakan diantaranya konseptualisasi, pengkodean data dan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hubungan Amerika-CNN dan Dua Identitas dalam CNN *Effect*

*Cable News Network* atau CNN adalah jaringan berita televisi 24 jam yang paling pertama di dunia dan masih beroperasi hingga sekarang. Dengan menandatangani kontrak di kantor pusat Atlanta, Georgia, CNN memulai debut pada 1 Juni 1980 dengan pemberitaan percobaan pembunuhan pemimpin hak-hak sipil Vernon Jordan. Perkembangan CNN terbilang bagus melihat di awal diluncurkan hanya tersedia di dua juta rumah Amerika Serikat dan pada tahun 2021 sudah terlihat lebih dari 90 juta rumah Amerika Serikat. CNN baru mendapatkan perhatian ketika berhasil meliput secara langsung Perang Teluk Persia tahun 1991, meningkatnya popularitas TV kabel serta era milenium baru (Gilbert, 2013).

Sebagai media berita, CNN telah bermitra dengan lebih dari 1000 organisasi berita lokal dan internasional yang tersebar di seluruh dunia. Mereka juga mulai menyediakan berita dari berbagai bahasa

seperti Spanyol, Arab dan Yunani. Ada pula jaringan berita independen yang melisensikan merek CNN sehingga mereka memiliki akses konten, pelatihan dan layanan CNN selama 24 jam sebagai bentuk perjanjian lisensi. Salah satunya adalah CNN Indonesia yang dimiliki oleh PT. Trans Media. Situs web CNNIndonesia.com diluncurkan pertama kala pada 20 Oktober 2014 kemudian disusul saluran televisi 24 jam saat 17 Agustus 2015. Perkembangan media CNN hingga dapat dinikmati secara global bahkan hingga memiliki hubungan kerja sama dengan media di negara tertentu, menguatkan pengaruh berita CNN dalam penyebarluasan informasi. Ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Filiz Coban (2016) mengungkapkan bahwa CNN telah tumbuh menjadi hegemoni di pemberitaan internasional bersaing dengan Al-Jazeera oleh Timur Tengah, RT milik Rusia dan CCTV di China.

Namun dibalik kesuksesan CNN, Jean-Marie Guehenno (1998), mengungkapkan Amerika Serikat telah menggunakan CNN untuk menguatkan hegemoninya di negara-negara di bawahnya setelah Perang Dunia II. Strategi Amerika Serikat yang memanfaatkan media pemberitaan CNN adalah dengan memonopoli berita yang tersebar untuk menggiring opini. Ini kemudian lebih dikenal dengan CNN *effect*.

Sedangkan dalam tulisan Steven Livingston (1997), mengungkapkan sejak pasca Perang Dingin, para pengamat kebijakan luar negeri Amerika Serikat menyimpulkan bahwa adanya kecenderungan kepada pembangunan citra melalui media televisi dengan tujuan agar negara demokrasi lainnya tunduk kepada negara tersebut. Kemudian ini memicu pertanyaan bagi pengamat apakah media memiliki akuntabilitas untuk mempengaruhi aktor lain. Namun, Livingston melihat bahwa fenomena CNN *Effect* telah mengambil peran sebagai agen penentu kebijakan, penghalang pencapaian tujuan tertentu serta aktor yang mampu mempercepat pengambilan keputusan. Livingston juga menjelaskan bagaimana media CNN pada pasca Perang Dingin lebih ditujukan kepada dorongan Amerika bagi negara Barat untuk mendukung adanya intervensi militer di kawasan Timur Tengah.

Sependapat dengan Livingston, Peter Viggo Jakobsen (2000) juga melihat CNN *Effect* yang terjadi menjadi manajemen konflik dan faktor pemicu pertandingan antara Barat dan Amerika Serikat pasca Perang Dingin. Jakobsen beragumen bahwa CNN *Effect* mampu memengaruhi tindakan negara Barat untuk melakukan intervensi kemanusiaan sebagai penguatan pengaruhnya di negara konflik. Hal ini dikarenakan berita yang dikeluarkan CNN

memberitahukan secara luas kondisi dan lokasi daerah yang berkonflik dan upaya Amerika Serikat di dalamnya. Namun efek ini tidak sekuat serta lingkupnya terbatas dibanding dampak penghalang intervensi kemanusiaan yang berasal dari Amerika Serikat.

Antara Guehenno, Livingston dan Jakobsen, mereka menunjukkan bahwasannya strategi menggunakan media CNN oleh Amerika Serikat antara tahun 1980- 1990an bertujuan untuk menguatkan pengaruhnya sebagai negara adidaya dalam tatanan global dengan menasar isu politik. Memasuki tahun 2000-an, media CNN didominasi keinginan Amerika Serikat untuk menyetir opini publik terhadap suatu kawasan atau negara tertentu mengenai suatu isu.

Perubahan tujuan strategi mengikuti pergantian abad tersebut sudah menjadi rahasia umum seperti yang dinyatakan oleh Sydney Resnick dalam tesisnya. Menurut Resnick (2021), penggunaan media massa atau komunikasi dalam mewujudkan propaganda memiliki perbedaan antara abad 19, 20 dan 21. Seperti di abad 19 lebih kepada propaganda untuk mendorong pembangunan masyarakat dan ini didominasi oleh Eropa. Memasuki abad ke 20 hingga ke 21, khususnya ketika berakhirnya Perang Dingin, propaganda seringkali dikaitkan dengan isu hak asasi manusia, validasi opini publik serta

pembentukan kebijakan luar negeri. Resnick juga menyoroti bagaimana Amerika Serikat memberikan propagandanya mengenai negara mayoritas Muslim untuk mempengaruhi opini masyarakat, terutama mengenai terorisme.

Perubahan arah propaganda media, termasuk CNN dimulai ketika setelah kejadian 9/11. Hal tersebut mengikuti kebijakan luar negeri Amerika Serikat yang berfokus pada perang anti terorisme pasca serangan pesawat di gedung WTC dan Pentagon. CNN *Effect* dijadikan sebagai alat bagi Amerika Serikat dalam memerangi terorisme dengan mengubah stigma masyarakat terhadap Islam sebagai identitas kawasan Timur Tengah yang dipercaya sebagai asal dari para terorisme. Astinana Yuliarti (2017) bersama penulis lainnya, melihat bahwa CNN telah menjadi propaganda Amerika Serikat terhadap rakyatnya mengenai stigma negatif terhadap al-Qaeda. Penelitian Astiana menghasilkan sebuah statemen mengenai strategi CNN.com yang cenderung mengutip narasumber tunggal atau referensi tanpa melakukan konfirmasi. Mereka berfokus terhadap tujuan mereka dalam pengendalian opini publik. Selain itu, Astiana juga menemukan CNN yang memberikan porsi lebih banyak mengenai pemberitaan ISIS. Dari hasil penelitiannya, Astiana berpendapat Amerika Serikat

melalui CNN.com menasar pada peningkatan Islamophobia.

Temuan dari Astiana mengenai strategi CNN penggiringan opini terhadap dunia Islam diperkuat dengan penelitian Rayekeh Alitavoli (2019) yang mengungkapkan bagaimana Amerika Serikat membangun propaganda dalam Perang Suriah melalui cnn.com. Artikel yang ditulis cnn.com pada 20 Agustus hingga 17 Spetember 2013 berfokus pada pemberitaan Bashar al-Assad adalah penjahat seorang penjahat. Ini memberikan ketakutan tersendiri kepada pembaca terhadap Suriah yang didominasi pemeluk agama Islam. Berbeda dengan *New York Times* dan *USA Today* yang merujuk pada *Human Right Wacth*, *Amnesty International*, CODEPINK dan ACLU sehingga pemnberitaannya didominasi menunjukkan kondisi sebenarnya dalam perang yang diisi oleh serangan kimia, pesawat tak berawak serta kritik untuk Obama yang gagal dalam intervensi Suriah.

Menurut Rena Razanah (2017), CNN menjadi salah satu faktor penyebaran Islamophobia di Amerika Serikat terutama pada kasus serangan terorisme Paris pada tanggal 13 November 2015. Di CNN Amerika Serikat, pemberitaan terorisme yang memberikan efek ketakutan berlebih pada kelompok Muslim cukup banyak. Terutama pemberitaan mengenai 9/11 dan upaya Amerika melawan terorisme.

Sebagai contoh lainnya adalah serangan terorisme di Paris dan Turki dapat ditemukan dengan mudah.

Eman Mohammed Soliman bersama dua penulis lainnya (2021), mengamati bahwasannya CNN Amerika memiliki respons tersendiri mengenai peristiwa penembakan di masjid Christchurch. Dari penelitiannya, Soliman membandingkan pemberitaan antara BBC, CNN dan DW. BCC berfokus pada reaksi dari kelompok Islam dan negara lain mengenai penembakan. Begitu pula dari DW yang fokusnya lebih kepada reaksi internasional. Ini berbeda dengan CNN yang lebih menunjukkan pemberitaan tentang kejadian secara detail serta respons dari masyarakat lokal. Pendapat dari Soliman sendiri bawa CNN menjadi representasi media AS yang menyukai pemberitaan kekerasan serta promosi terorisme.

Pemberitaan yang didominasi oleh kejadian teror secara detail berpengaruh pada peningkatan kasus Islamophobia. Seperti dalam artikel yang ditulis oleh Muhammad Fawwaz Syafiq Rizqullah dan Antar Zidane (2019), mengungkapkan bahwa terjadi kekerasan atau kerusakan fasilitas umum oleh Islamophobia yang disebabkan oleh berita aksi penembakan di Masjid Christchurch di Selandia Baru. Menurut laporan dari *Australian Broadcasting Corporation* (ABC), yang dikutip mereka, terdapat 247 kerusakan

yang disebabkan oleh kelompok Islamophobia terhitung sejak serangan Christchurch. Mereka juga melakukan penyerangan terhadap warga Muslim. Serangan ini kemudian menjadi pemicu semakin tersebar masyarakat yang memiliki ketakutan serta kebencian terhadap pemeluk Islam. Noshina Saleem, dan rekan (2021) juga berpendapat bahwa pemberitaan dari media sangat mempengaruhi oleh perkembangan Islamophobia di negara minoritas Muslim. Ia melihat berita dari pers yang menampilkan info kekerasan berkaitan dengan Islam dan Muslim menjadi faktor utama. Pendapat dari Saleem jika dikaitkan dengan argumen Soliman maka dapat diambil sebuah pernyataan bahwa CNN yang menyukai informasi kekerasan serta terorisme memiliki hubungan terhadap peningkatan Islamophobia.

CNN dengan pemberitaan yang mayoritas menyorot pada info kekerasan dan terorisme, sejalan dengan fokus Amerika Serikat dalam memerangi terorisme dengan strategi penggiringan opini mengenai Islamophobia. Namun, jika menelisik ke arah pemberitaan di CNN Indonesia, ciri khas CNN Amerika Serikat yang didominasi oleh berita kekerasan serta terorisme lebih sedikit ditemukan. Ini dipengaruhi adanya gerakan anti-Amerika di Indonesia yang cukup berpengaruh pada agenda Amerika Serikat.

Anti-Amerika di Indonesia sendiri masuk kedalam kelompok negara-negara dengan masyarakat yang kontra Amerika cukup besar. Mengutip data observasi dari Matthew A. Gentzkow dan Jesse M. Shapiro (2004), dari sembilan negara mayoritas Muslim, Indonesia menduduki peringkat ke empat dengan nilai 88,9 untuk tidakpercayaan dengan pelaku serangan 9/11 yang diduga orang Arab. Sedangkan pemikiran anti-Amerika di Indonesia berada di peringkat tertinggi yang memiliki poin 0,88 dengan jangkauan nilai 0-1. Kemudian dalam penelitian Saiful Mujani (2005) menunjukkan data mengenai perkembangan gerakan anti-Amerika di Indonesia. Melalui survei dari Lembaga Survei Indonesia tahun 2004, Mujani menulis sejak kejadian 9/11, terdapat peningkatan kebencian oleh masyarakat Indonesia terhadap Amerika. Berdasarkan survei tersebut, pada tahun 2004 sebanyak 42 persen orang mendukung adanya penolakan kebijakan luar negeri Amerika Serikat. Ini lebih banyak dengan mereka yang pro-Amerika dengan nilai 40,6 persen. Alasan mereka yang memiliki rasa anti-Amerika adalah keyakinan mereka bahwa Amerika telah mengkampanyekan sebuah gerakan anti-Islam dalam kebijakan perang melawan teror (Mujani, 2005).

Pemicu Anti-Amerika di Indonesia semakin tinggi adalah kebijakan Presiden Donald Trump mengenai Yerusaalem

sebagai ibu kota Israel, seperti yang dikatakan oleh Helmy Faishal Zaini, Sekretaris Jenderal NU (Salsabila, 2017). Kebijakan tersebut berimbas pada respons dengan demonstrasi serta rencana pemboikotan produk Amerika Serikat. Larangan imigran dari beberapa negara mayoritas Islam oleh Trump juga memancing peningkatan stigma negatif masyarakat Indonesia (Wardah, 2017):

Gerakan anti Amerika Serikat yang mulai tumbuh memengaruhi persepsi buruk terhadap negara adidaya tersebut dan kepentingannya di Indonesia. Dalam survei yang dilakukan oleh *Pew Research* mengenai skor positif terhadap Amerika Serikat tahun 2019, Indonesia memberikan skor positif sebanyak 42 persen dan skor negatif 32 persen. Dari survei tersebut terlihat masyarakat yang pro Amerika Serikat lebih banyak dibanding anti-Amerika (Kurnia, 2020). Kendati demikian pandangan negatif tersebut tidak bisa diremehkan pengaruhnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Duta Besar Rusia untuk Indonesia, Lyudmila Vorobieva, bahwa mayoritas masyarakat Indonesia lebih memberikan dukungan kepada Moskow daripada untuk Kyiv. Pernyataan ini diperoleh dari hasil analisisnya dari penggunaan media sosial masyarakat Indonesia. Analisa Vorobieva juga menunjukkan pengaruh stigma negatif masyarakat terhadap Amerika Serikat yang

semakin meluas (Erina, 2022). Narasi dukungan masyarakat Indonesia terhadap Rusia dalam konfliknya dengan Ukraina, menurut Radityo Dharmaputra, Peneliti Studi Rusia dan Eropa Timur Universitas Airlangga, difaktori oleh kekecewaan Amerika dengan sikap anti-Islam serta citra dari Rusia yang bersahabat dengan Islam (CNN-Indonesia, 2022).

Dengan memperkuatnya pengaruh gerakan anti-Amerika di Indonesia bisa menjadi halangan terhadap kepentingan Amerika Serikat di Indonesia. Selain itu, kemungkinan menjadi peluang bagi sekutu Rusia dan Cina untuk memperkuat posisinya di Indonesia. Oleh karenanya dibutuhkan strategi persuasif untuk mengubah pola pikir gerakan anti Amerika untuk lebih terbuka dengan Amerika Serikat. Salah satu diantaranya adalah penggunaan media berita CNN di Indonesia yang bertujuan untuk menggiring opini masyarakat terkait Amerika Serikat.

Dalam memenangkan pemikiran anti-Amerika, Amerika Serikat berusaha menunjukkan karakteristik negara yang baik melalui berita CNN. Sebagai contoh dalam kasus konflik Palestina-Israel. Berita mengenai hubungan Palestina-Israel di [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) menunjukkan posisi Amerika Serikat yang mendukung Palestina sebagai bangsa terjajah. Sebagaimana dalam artikel berita tanggal 3 April 2021 yang berisi upaya Amerika

Serikat melakukan mediasi di antara ke dua negara serta meningkatkan bantuan kemanusiaan di Palestina (CNN-Indonesia, 2021). Atau artikel yang diterbitkan pada 14 Oktober 2021 yang membicarakan revolusi kebijakan Amerika Serikat terhadap Palestina, di antaranya pembukaan kantor konsulat AS untuk Palestina di Yerusalem (CNN-Indonesia, 2021).

Berbanding terbalik dengan apa yang tertulis di [cnn.com](http://cnn.com), berita Palestina-Israel mayoritas artikel ditulis dari sudut pandang Israel serta menunjukkan superior dari Israel atas Palestina. Ini dibuktikan dengan sejarah konflik Israel-Gaza, tertulis bahwa latar belakang konflik adalah keinginan Israel untuk mendapatkan tanah yang dijanjikan (Greene & Lieberman., 2021). Kemudian di artikel lain memperlihatkan ketegasan Israel dalam mempertahankan tanah yang dijanjikan serta perjuangan Israel dalam melawan terorisme afiliasi dengan ISIS di Tel Aviv (Lyons & Calzonetti, 2022). Bahkan dalam suatu artikel pada 18 Mei 2021, meski menyatakan dukungan gencatan senjata namun tidak ada pernyataan Biden menyuarakan gencatan senjata serta mengancam Israel untuk mundur dari Gaza. Biden juga masih bersikukuh untuk menganggap bahwa serangan Israel di Gaza adalah tindakan pertahanan diri terhadap Hamas (Liptak, 2021). Jenis pemberitaan

yang menggambarkan keberpihakan Amerika pada Israel tidak dapat ditemukan dalam *website* CNN Indonesia.

Selanjutnya di CNN Indonesia, publikasi artikel mengenai dunia Islam lebih kepada laporan mengenai kehidupan Muslim di Amerika Serikat. Dalam pencarian di *website* CNN Indonesia, dengan kata kunci Muslim dan Amerika, berita yang ditampilkan mayoritas mengenai penerimaan dari kalangan artis dan politikus terhadap Muslim serta kebaikan warga negara Muslim Amerika. Sebagai contoh, artikel yang ditulis tahun 2018 tentang keterlibatan Muslimah dalam pemilihan kongres (CNN-Indonesia, 2018). Atau dalam isu anti-Muslim oleh Donald Trump, CNN Indonesia tetap memberikan fakta tersebut dalam pemberitaan namun diakhiri dengan upaya politisi lainnya untuk tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat Muslim di Amerika (Mukti, 2017). Amerika juga menggambarkan dirinya dalam sebuah artikel bahwa usahanya untuk menegakkan keadilan dari diskriminasi terhadap Muslim dengan penegakan hukum jika dilaporkan telah meresahkan (Susatha, 2016).

Dari perbandingan *framing* oleh CNN dan CNN Indonesia terlihat perbedaan dari keduanya. Untuk stereotip anti-Amerika di Indonesia, CNN Indonesia lebih banyak menampilkan pemberitaan yang berhubungan tentang upaya Amerika

dalam membangun negara-negara mayoritas Muslim, menekan Islamophobia serta kehidupan Muslim yang damai di Amerika Serikat. Sedangkan terkait Islamophobia di Amerika Serikat dan negara dengan minoritas Muslim, CNN memberitakan secara detail setiap kejadian terorisme serta ketidakstabilan politik di negara-negara mayoritas Muslim. CNN *Effect* kemudian bekerja memengaruhi pandangan Islamophobia di kawasan tersebut. Ini berkaitan dengan Kepentingan Amerika Serikat mengenai agenda perang untuk terorisme. Sedangkan di Indonesia, sebagai negara mayoritas Muslim yang demokrasi, Amerika memilih langkah berbeda melihat gerakan anti-Amerika yang cukup besar.

### **Dua Identitas CNN sebagai Respons terhadap Persaingan Media Internasional dan Indonesia**

Persaingan CNN dengan Media Internasional terbilang cukup ketat. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa dalam penelitian Fliz Coban bahwa CNN pada penelitiannya telah menjadi hegemoni pemberitaan internasional mengalahkan Al-Jazeera, RT dan CCTV. Ini bukan berarti CNN tetap berada pada posisi atas di tahun berikutnya. Pada tahun 2022, Press Gazette menyediakan data dari *platform* interlijen digital Similarweb, bahwa The New York Times menjadi situs berita dari

Amerika Serikat yang paling banyak dikunjungi dengan kenaikan 76,5 persen. Baru diikuti oleh [dailymail.co.uk](http://dailymail.co.uk) dan CNN yang kedua mengalami persentase sebesar 17 persen. Sedangkan dalam lingkup global, BBC menjadi peringkat pertama, di bawahnya terdapat [dailymail.co.uk](http://dailymail.co.uk) dan [theguardian.com](http://theguardian.com). Untuk kategori Live Universal Awareness Map, Al Jazeera menduduki persentase tertinggi dengan 168 persen, kemudian terdapat [reuters.com](http://reuters.com) 76 persen, [nytimes.com](http://nytimes.com) dan [RT.com](http://RT.com) 58 persen (Majid, 2022)

Sebagai sebuah perusahaan media, diperlukan sebuah strategi untuk memenangkan persaingan dengan media lain. Salah satunya bekerja sama dengan pihak penyiaran negara lain yang memiliki peluang pembaca tinggi. Dari sekian banyak negara, Indonesia menjadi negara dengan tingkat peluang pembaca media berita *online* yang diperhitungkan. Dalam survei yang dilakukan oleh Reuters Institute tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara dengan masyarakat yang membayar berita daring premium terbanyak se-Asia Pasifik 19 persen. Hal ini mengalami perkembangan bahwa Indonesia menempati peringkat tinggi di kawasan Asia Pasifik jika disandingkan dengan survei yang dilakukan oleh Nielsen Indonesia. Pada tahun 2014-2017, masyarakat Indonesia baru mengalami

masa peralihan dari pembelian koran untuk mendapatkan berita menjadi pembaca situs jaringan berita (Ramadhanty, 2021).

Kesempatan ini disadari oleh CNN sebagai perusahaan media yang telah berdiri sebelum Perang Dingin untuk tetap bertahan di tengah persaingan media berita secara global. CNN masuk ke Indonesia tepat ketika masyarakatnya mengalami masa peralihan di tahun 2014-2015. Kendati demikian, meski telah mendapatkan pasar di Indonesia, tidak menutup kemungkinan adanya persaingan dari media internasional yang juga masuk ke Indonesia atau media berita lokal.

Seperti The British Broadcasting Company (BBC) merupakan saluran penyiaran berasal dari Inggris dengan menargetkan pasar internasional yang memiliki prinsip untuk tidak berpihak dan mandiri (Mytton, 2008). BBC dapat diakses dalam *website* BBC Indonesia, sama halnya dengan CNN. Jauh sebelum adanya BBC Indonesia dalam bentuk *website*, BBC sudah memiliki siaran khusus di Indonesia melalui radio sejak tahun 1949 (BBC-Indonesia, 2003). Selain BBC, media internasional dan Indonesia juga mengenal Al Jazeera sebagai satelit *network* yang menyediakan informasi terkait peristiwa global. Awalnya Al Jazeera berfokus kepada dunia Timur Tengah dengan menggunakan bahasa Arab. Baru di tahun 2006, Al Jazeera mulai

mengembangkan diri salah satunya dengan mengeluarkan versi bahasa Inggris. Karakteristik informasi atau berita dari Al Jazeera adalah menyoroti kejadian atau suara kelompok yang jarang dipublikasi media lainnya (Usher, 2013). Ciri khas aljazeera lainnya adalah berita yang ditayangkan merupakan representasi dari ragam budaya, baik Timur dan Barat.

Al Jazeera sendiri baru bekerja sama dengan pemerintah Indonesia, perusahaan siaran dan televisi Indonesia pada tahun 2018, tepat ketika diresmikannya kantor Televisi Al Jazeera di Jakarta (Novianty, 2018). Sebelum bekerja sama dengan Indonesia, Al Jazeera telah menjadi pilihan beberapa Muslim di Indonesia karena menampilkan pemberitaan Timur Tengah dengan sudut pandang berbeda dengan media berita yang berasal dari Barat. Seperti mengenai aktivis demo di Kairo, Mesir, Al Jazeera menyiarkan secara langsung peristiwa tersebut. Mereka juga mampu mewawancarai secara langsung para aktivis pro-demokrasi Mesir. Bahkan ketika pemerintah Mesir telah memblokir siara Al Jazeera, saluran berita tersebut mengubah strategi pada pemberitaan yang terkoneksi di Internet untuk pembaca internasional (Lubis, 2011). Ada pula media berita internasional yang memiliki kerja sama dengan penyiaran berita Indonesia lainnya, di antaranya VOA

Indonesia (Amerika Serikat) dan CNBC Indonesia (Amerika Serikat).

Dengan adanya kerja sama BBC atau Al Jazeera dengan Indonesia, menjadi pesaing CNN dalam menggaet pembaca Indonesia dalam menyediakan berita internasional. Keduanya memiliki ciri khas masing-masing, BBC dengan kenetralan berita atau Al Jazeera yang menarik pembaca Muslim dari Timur Tengah dari sudut pandang orang lokal. CNN juga harus berkompetensi dengan media berita *online* dari Indonesia yang telah memiliki kepercayaan pembaca lebih dulu, diantaranya Tempo.co, Kompas, Magdalena, The Jakarta Post, Vice Id, Kumparan, Tirto.id, Mojok.co, IDN Times, Whiteboard Journal (GetCraft, 2020). Media berita *online* Indonesia terkenal dengan kolaborasi antara berita dan media sosial sehingga mudah menarik perhatian pembaca. Ini berbeda dengan media berita Internasional yang cenderung formal dalam penyiaran atau publikasi.

Dengan menyoroti persaingan ditingkat global atau Indonesia, CNN mengambil strategi dengan menawarkan identitas berita yang disesuaikan karakteristik pembacanya. Dalam artikel yang ditulis Mohd Faizal Kasmani (Kasmani, 2013), strategi dengan identitas yang berbeda dengan media lain dalam dunia pemberitaan adalah hal umum terjadi dalam persaingan saluran berita Barat.

Mereka saling menunjukkan sudut pandang yang berbeda satu sama lain dalam melaporkan peristiwa sebagai bentuk nilai jual mereka kepada pembaca. Faizal juga menilai di antara sekian banyak media berita global, CNN dan Al Jazeera menjadi perusahaan media yang paling kompetitif, sedangkan untuk BBC mereka lebih mementingkan reputasi berita mereka kepada pembaca.

Dari argumen Faizal, bisa dipahami alasan jika melihat dari sudut pandang CNN sebagai sebuah perusahaan yang lebih menyoroti isu Islamophobia untuk pembaca global. Ini menjadi strategi untuk membentuk sebuah identitas bahwa CNN berpihak kepada kelompok Islamophobia yang jarang disentuh oleh media internasional. Dengan menargetkan kelompok Islamophobia melalui *framing* identitas, CNN menghindari persaingan dari media berita internasional lainnya terutama dari Al Jazeera. Identitas kemudian berubah ketika melihat CNN Indonesia yang pemberitaannya lebih bersahabat dengan kaum Muslim sebagai mayoritas. Dengan pertimbangan anti-Amerika serta banyak penelitian yang menyoroti CNN sebagai media yang menjadi tangan kanan kepentingan Amerika Serikat, perubahan identitas berita yang lebih pro-Muslim di Indonesia diambil oleh CNN. Meski identitas yang ditawarkan berbeda dengan apa yang mereka berikan

kepada pembaca internasional, bagi CNN ini adalah seni mereka untuk bertahan dari media internasional yang juga masuk ke Indonesia dan media lokal.

### **Ambiguitas Identitas dalam CNN Effect**

Dari perbandingan *framing* oleh CNN dan CNN Indonesia terlihat perbedaan dari keduanya. Untuk stereotip anti-Amerika di Indonesia, CNN Indonesia lebih banyak menampilkan pemberitaan yang berhubungan tentang upaya Amerika dalam membangun negara-negara mayoritas Muslim, menekan Islamophobia serta kehidupan Muslim yang damai di Amerika Serikat. Sedangkan terkait Islamophobia di Amerika Serikat dan negara dengan minoritas Muslim, CNN memberitakan secara detail setiap kejadian terorisme serta ketidakstabilan politik di negara-negara mayoritas Muslim. CNN *Effect* kemudian bekerja memengaruhi pandangan Islamophobia di kawasan tersebut. Ini berkaitan dengan kepentingan Amerika Serikat mengenai agenda perang untuk terorisme. Sedangkan di Indonesia, sebagai negara mayoritas Muslim yang demokrasi, Amerika memilih langkah berbeda melihat gerakan anti-Amerika yang cukup besar dan memiliki kesempatan untuk menghalangi kepentingannya di Indonesia. Dua identitas yang dibentuk oleh CNN untuk masyarakat internasional dan Indonesia juga dimanfaatkan oleh media

tersebut agar bertahan dari persaingan sesama media berita. Mereka menyesuaikan narasi berita dengan kultur sosial masyarakat setempat. Jika melihat apa yang disajikan dalam CNNIndonesia.com, karakteristik berita CNN Internasional dengan dominasi narasi penuh kekerasan dan keberpihakan pada kelompok Islamophobia, berubah menjadi lebih hangat terhadap Muslim. Hal ini untuk menarik minat pembaca Indonesia yang mayoritas Muslim serta mengubah persepsi anti-Amerika yang mungkin menjadi faktor ketidak-tertarikan masyarakat dengan berita dari media Amerika Serikat.

Bagi konstruktivis, perilaku CNN dengan membentuk dua identitas sebagai sebuah baik karena didorong adanya kepentingan dari Amerika atau perusahaan itu sendiri, tidak bisa diterima. Konstruktivisme percaya bahwa seorang aktor hanya memiliki satu identitas yang dibangun dari norma sosial dan kemudian disetujui oleh aktor lain untuk membentuk sebuah komunitas. Dengan dua identitas dari CNN mengenai isu Muslim dan terorisme juga menunjukkan bahwa CNN sebagai media berita tidak mengetahui sebenarnya “siapa” mereka dan menunjukkan betapa lemahnya kepentingan mereka dengan identitas yang beragam.

Hal ini akan berpengaruh pada ambiguitas terhadap pesan yang ingin

disampaikan kepada pembaca, baik mereka yang anti-Amerika atau pendukung Islamophobia. Akibatnya membawa kepada ketidakefektifan dan tujuan strategi media akan tidak tercapai. Terutama ketika CNN harus bersaing dengan media yang lebih berkarakter, seperti yang telah dibahas pada diskusi sebelumnya. Media Internasional dengan identitas yang tidak berubah meski telah memiliki kerja sama dengan beberapa negara, justru lebih menarik perhatian dibandingkan CNN yang berusaha menyajikan dua identitas. Hal ini dibuktikan dengan data yang disajikan Press Gazette tahun 2022 bahwa CNN berada dibawah BBC atau Al Jazeera. BBC sendiri membentuk sebuah identitas berita yang netral dalam waktu cukup lama hingga media berita tersebut menjadi pencarian masyarakat dalam informasi peristiwa dengan sudut pandang netral. Kemudian Al-Jazeera spesialisasi pemberitaan dunia Islam yang berani menampilkan narasumber beragam, baik kelompok ekstrim, pemberontak atau negara. Ini kemudian membawa identitas bagi Al Jazeera yang kemudian menarik pembaca yang menginginkan narasi “berani” terkait dunia Islam.

Identitas yang dibentuk Al Jazeera dan BBC membantu mereka menarik orang-orang menjadi sebuah komunitas pembaca. Identitas tersebut juga menjadi pembeda kepentingan mereka dengan

media lainnya. Ini merupakan strategi mereka untuk bertahan di tengah persaingan media internasional atau lokal. Berbeda dengan CNN, yang menurut penulis, justru membawa pada identitas yang ambigu, antara pendukung Islamophobia atau pendukung Muslim.

## SIMPULAN

CNN *effect* memerlukan sebuah ketegasan terkait identitas yang ingin mereka bangun dan mempersempit tujuan politik jika narasi berita yang dibawa terdorong oleh kepentingan Amerika Serikat. Dalam hal ini, antara membangun identitas sebagai fasilitator *war of Terror* atau meredam kelompok anti-Amerika. Kendati demikian, dua identitas yang saling bertolak belakang hanya berpengaruh bagi pembaca Indonesia yang memiliki akses berita CNN dengan narasi Islamophobia dan CNN Indonesia untuk meredam anti-Amerika. Ini menimbulkan ketidakjelasan komunitas apa yang hendak dibentuk melalui dua identitas tersebut. Kepentingan melalui strategi CNN pada akhirnya tidak dapat disampaikan kepada target yakni pembaca Indonesia. Sedangkan bagi pasar global, CNN *Effect* dengan dua identitas dari CNN internasional dan CNN Indonesia tidak terlalu berdampak bagi komunitas Islamophobia atau anti-Amerika. Alasannya CNN Internasional telah menetapkan identitas sebagai media yang

menggiring opini negatif terhadap Timur Tengah dan mereka tidak mengakses narasi berita dari CNN Indonesia.

Dari kasus tersebut, maka ambiguitas terhadap dua identitas dalam sebuah strategi bisa berpengaruh dan terasa bagi kelompok yang menyadarinya. Mereka sadar sehingga memunculkan kebingungan “siapa” dan “apa yang dituju” dari aktor tersebut. Sedangkan bagi komunitas yang tidak sadar bahwa seorang aktor memberikan dua identitas tidak akan berdampak apapun.

## REFERENCES

- Alitavoli, R. (2019). Framing the news on the Syrian War: A comparative study of antiwar.com and cnn.com editorials. *Media, War & Conflict*, 13(4), 1-19.  
doi:<https://doi.org/10.1177/1750635219850326>
- Astiana Yulianti, M. T. (2017). ISIS dan Stigma Islamophobia: Framing tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 6(2), 285-293.  
doi:<https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5329>
- Barker-Plummer, B. (1995). News as a political resource: Media strategies and political identity in the U. S. women's movement , 1966–1975. *Critical Studies in Mass Communication*, 12(3), 306-324.  
doi:10.1080/15295039509366939

- BBC-Indonesia. (2003, Oktober 29). *Sekilas tentang BBC*. Retrieved Mei 17, 2022, from BBC Indonesia:  
<https://www.bbc.co.uk/indonesian/institutional/printable/aboutus.shtml>
- CNN-Indonesia. (2018, Agustus 3). *Wanita Muslim Pertama di Ajang Pemilihan Kongres AS*. Retrieved Mei 16, 2022, from CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20180803112418-134-319170/wanita-muslim-pertama-di-ajang-pemilihan-kongres-as>
- CNN-Indonesia. (2021, April 03). *AS Minta Israel Perlakukan Palestina Setara*. Retrieved April 24, 2022, from CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20210403144837-134-625568/as-minta-israel-perlakukan-palestina-setara>
- CNN-Indonesia. (2021, Oktober 14). *Konsulat AS di Yerusalem dan Motif Biden "Lirik" Palestina*. Retrieved April 24, 2022, from CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20211014161247-120-707881/konsulat-as-di-yerusalem-dan-motif-biden-lirik-palestina>
- CNN-Indonesia. (2022, Maret 13). *Alasan Banyak Warga Indonesia Dukung Invasi Rusia*. Retrieved Mei 16, 2022, from CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20220313082445-106-770473/alasan-banyak-warga-indonesia-dukung-invasi-rusia>
- Coban, F. (2016). The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the AI –Jazeera Effect. *Journal of International Relations and Foreign Policy*, 4(2), 45-61.  
doi:<https://doi.org/10.15640/jirfp.v4n2a3>
- Elsheikh, E., Sisemore, B., & Lee, N. R. (2017). *Legalizing Othering: The United States of Islamophobia*. Berkeley: Haas Institute for a Fair and Inclusive Society.
- Erina, R. (2022, Maret 26). *Sentimen Anti-Amerika Pengaruhi Suara Dukungan Masyarakat Indonesia untuk Rusia*. Retrieved Mei 13, 2022, from RMOLD.ID Republika Merdeka:  
<https://dunia.rmold.id/read/2022/03/26/528155/sentimen-anti-amerika-pengaruhi-suara-dukungan-masyarakat-indonesia-untuk-rusia>
- Ernst, C. W. (2013). *Islamophobia in America: The Anatomy of Intolerance*. Macmillan: Palgrave Macmillan.
- Gentzkow, M. A., & Shapiro, J. M. (2004). Media, Education and Anti-Americanism in the Muslim World. *Journal of Economic Perspectives*, 18(3), 117-133.  
doi:10.1257/0895330042162313
- GetCraft. (2020, Maret 17). *10 Media Digital Top Indonesia yang Populer Di Mata Pembaca*. Retrieved Mei 16, 2022, from Crafters:  
<https://crafters.getcraft.com/id-articles/10-media-digital-top->

- indonesia-yang-populer-di-mata-pembaca
- Gilbert, S. (2013). *The Story of CNN: Built for Success*. Minnesota: Creative Education.
- Greene, R. A., & Lieberman., O. (2021, Mei 15). *Tensions between Israel and Palestinians are sky-high. Here's what you need to know*. Retrieved April 24, 2022, from CNN World: <https://edition.cnn.com/2021/05/12/middleeast/israel-palestinian-explainer-intl-cmd/index.html>
- Guehenno, J.-M. (1998). The Impact of Globalisation on Strategy. *Survival*, 40(4), 5-19.  
doi:<https://doi.org/10.1080/713660009>
- Heywood, A. (2017). *Politik Global* (2nd ed.). (A. L. Lazuardi, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jackson, P. T., & Jones, J. S. (2012). Constructivism. In A. B. Richard Devetak (Ed.), *An Introduction to International Relations* (2nd ed., pp. 104-118). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jakobsen, P. V. (2000). Focus on the CNN Effect Misses the Point: The Real Media Impact on Conflict Management is Invisible and Indirect. *Journal of Peace Research Replication Data*, 37(2), 131-143.  
doi:<https://www.jstor.org/stable/424916>
- Kasmani, M. F. (2013). How Competitive are the Global News Networks. *Journalism Studies*, 14(4), 584-601.  
doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.726491>
- Kastolani. (2020). Understanding The Delivery of Islamophobic Hate Speech Via Social Media In Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(2), 247-270. doi:DOI: 10.18326/ijims.v10i2.247-270
- Kurnia, T. (2020, Januari 15). *7 Negara Paling Pro dan Anti-Amerika Serikat di Dunia, Indonesia?* Retrieved Mei 13, 2022, from liputan6: <https://www.liputan6.com/global/read/4156327/7-negara-paling-pro-dan-anti-amerika-serikat-di-dunia-indonesia>
- Lestari, I. S. (2017). *Pengaruh Gerakan Anti Amerika Serikat di Indonesia terhadap Prospek Hubungan Indonesia - Amerika Serikat*. Retrieved from <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/83093>
- Liptak, K. (2021, May 18). *Biden 'expressed his support for a ceasefire' in call with Israeli Prime Minister, White House says*. Retrieved April 24, 2022, from CNN politics: <https://edition.cnn.com/2021/05/17/politics/biden-israel-hamas-gaza/index.html>
- Livingston, S. (1997). Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention. *Public Policy*, 1-19. Retrieved from <https://shorensteincenter.org/wp->

- content/uploads/2012/03/r18\_livinston.pdf
- Lubis, U. Z. (2011). Kata Pengantar. In U. Z. Lubis, *Era Media Online, New Media : Antara Kemerdekaan Berekpresi dan Etika* (pp. v-vii). Jakarta: Dewan Pers.
- Lyons, E., & Calzonetti, C. (2022, April 20). *Israeli PM Naftali Bennett says Security Decisions Taken in Jerusalem and Gaza are not political*. Retrieved April 24, 2022, from CNN World: <https://edition.cnn.com/2022/04/20/world/israel-bennett-temple-mount-gaza-intl/index.html>
- Majid, A. (2022, April 28). *Top 50 news sites in the world: Almost all the biggest sites see traffic boosts amid war in Ukraine*. Retrieved Mei 16, 2022, from PressGazette: <https://pressgazette.co.uk/most-popular-websites-news-world-monthly/>
- Mujani, S. (2005). Anti-Americanism in Contemporary Indonesia. *Studia Islamika*, 12(2), 193 - 217. doi:10.15408/sdi.v12i2.588
- Mukti, H. (2017, Mei 27). *Untuk Pertama Kalinya, Gedung Putih Tolak Penyambutan Ramadan*. Retrieved Mei 16, 2022, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20170527225450-134-217747/untuk-pertama-kalinya-gedung-putih-tolak-penyambutan-ramadan>
- Mytton, G. (2008). The BBC and ITS cultural, social and political framework. *Historical Journal Of Film Radio and Television Radio and Television*, 4, 569-581. doi:DOI:10.1080/01439680802311926
- Neuman, W. L. (2014). *Social research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Novianty, D. (2018, April 26). *Televisi Al Jazeera Buka Kantor di Jakarta*. Retrieved Mei 16, 2022, from suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2018/04/26/053155/televisi-al-jazeera-buka-kantor-di-jakarta>
- Ogan, C., Willnat, L., Pennington, R., & Bashir, M. (2014). The rise of anti-Muslim prejudice: Media and Islamophobia in Europe and the United States. *International Communication Gazette*, 76(27). Retrieved from ANTARANEWS.COM.
- Ramadhanty, D. A. (2021, Desember 15). *Indonesia Peringkat 2 Negara dengan Konsumsi Berita Berbayar Terbanyak di Asia Pasifik*. Retrieved Mei 17, 2022, from Good News from Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/12/15/indonesia-peringkat-2-negara-dengan-konsumsi-berita-berbayar-terbanyak-di-asia-pasifik>
- Razanah, R. (2017). *CNN dan Islamophobia di Amerika Serikat (Studi Kasus: Pemberitaan Serangan Terorisme di Paris 13 November 2015)*. Bandung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik

- Parahyangan. Retrieved from <http://hdl.handle.net/123456789/5654>
- Resnick, S. (2021). The CNN Effect and State Violence Againsts Muslim Ethnic Minorities. *International Political Economy Theses*, 1-37. Retrieved from [https://soundideas.pugetsound.edu/ipe\\_theses/28](https://soundideas.pugetsound.edu/ipe_theses/28)
- Rizqullah, M. F., & Zidane, A. (2019). Terorisme di Selandia Baru dan Islam. *Senas POLHI ke-2 Tahun 2019*. 6, pp. 7-12. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wahid Hasyim. Retrieved from [https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info\\_singkat/Info%20Singkat-XI-6-II-P3DI-Maret-2019-183.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XI-6-II-P3DI-Maret-2019-183.pdf)
- Saleem, N., & Zahid Yousaf, E. A. (2021). Framing Islamophobia in International Media: An Analysis of Terror Attacks against Muslims and Non-Muslims. *Journal of Statistics, Computing and Interdisciplinary Research*, 3(2), 225-244. doi:<https://doi.org/10.52700/scir.v3i2.59>
- Salsabila, H. (2017, Desember 9). *Sikap Trump dapat Tingkatkan Sentimen Anti-Amerika*. Retrieved Mei 16, 2022, from medcom.id: <https://www.medcom.id/nasional/politik/aNrVxGgN-sikap-trump-dapat-tingkatkan-sentimen-anti-amerika>
- Soliman, E. M., Korany, H. B., & Maghraby, S. S. (2021). Media coverage of Christchurch mosque attacks in Western News Websites: Thematic Analysis on BBC, CNN and DW. *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*(21), 1-25. doi:10.21608/SJOCS.2021.177764
- Stamps, D. (2021). Media literacy as liberator: Black audiences' adoption of media literacy, news media consumption, and perceptions of self and group members. *Journal of International and Intercultural Communication*, 14(3), 240-257. doi:10.1080/17513057.2020.1789692
- Susatha, R. D. (2016, November 16). *Insiden Anti-Islam di AS Capai Angka Tertinggi Sejak 2001*. Retrieved April 24, 2022, from CNN-Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20161115154152-134-172805/insiden-anti-islam-di-as-capai-angka-tertinggi-sejak-2001>
- Theys, S. (2017). Constructivism. In R. W. Stephen McGlinchey (Ed.), *International Relations Theory*. Bristol: E-International Relations Publishing.
- Usher, N. (2013). Al Jazeera English Online. *Digital Journalism*, 1(3), 335-351. doi:DOI:10.1080/21670811.2013.801690
- Wardah, F. (2017, Februari 5). *Protes Kebijakan Anti Imigran Muslim Trump Digelar di Jakarta*. Retrieved Mei 16, 2022, from VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/pr>

otes-kebijakan-anti-imigran-  
muslim-trump-digelar-di-  
jakarta/3706280.html

Wendt, A. (1992). Anarchy is what States  
Make of it: The Social  
Construction of Power Politics.  
*International Organization, Vol.*  
*46, No. 2 (, 46(2), 391-425.*

Wijaya, S. H. (2010). Media dan  
Terorisme (Stereotype Pemberitaan  
Media Barat dalam Propaganda  
Anti-Terrorisme oleh Pemerintah  
Amerika Serikat di Indonesia tahun  
2002. *The Messenger, 2(1), 27 -*  
*41.*  
doi:[http://dx.doi.org/10.26623/the  
messenger.v2i1.280](http://dx.doi.org/10.26623/the-messenger.v2i1.280)