

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN

“DESTINASI WISATA HALAL”

PADA MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN DETIK.COM



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial pada
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Dina Ariyani

NIM. 12321185

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2019

SKRIPSI

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN

DESTINASI WISATA HALAL

PADA MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN DETIK.COM

Disusun Oleh :

DINA ARIYANI

NIM. 12321184

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal 29 April 2020

Dosen Penguji

1. Ketua

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom, M.A.
NIDN 153210506

2. Anggota

Raden Narayana Mahendra, S.Sos., M.A.
NIDN 0520058402

Mengesahkan

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Ketua



Dina Ariyani, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

SKRIPSI

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN
"DESTINASI WISATA HALAL"
PADA MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN DETIK.COM

Disusun Oleh
Dina Ariyani
12321184

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi.

Tanggal

Dosen Pembimbing Skripsi


Holy Rafika Dhona Sili Kom., M.A.

NIDN : 153210506

كَلِمَاتُهَا تَنْقِذُ الْعَالَمِينَ

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : DinA Ariyani

No. Mahasiswa : 12321184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian ini dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta,

Yang Menandatangani,



MOTTO

فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَهُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ

Jika mereka berpaling (dari keimanan), maka katakanlah: "Cukuplah Allah bagiku; tidak ada Tuhan selain Dia. Hanya kepada-Nya aku bertawakkal dan Dia adalah Tuhan yang memiliki 'Arsy yang agung". (Q.S. At Taubah : 129)

**“Teruslah bermimpi, teruslah bermimpi, bermimpilah selama engkau dapat bermimpi!
Bila tiada bermimpi, apakah jadinya hidup! Kehidupan yang sebenarnya kejam”**

— *Kartini, Brieven Aan Mevrouw R.M. Abendanon Mandri En Haar Echtgenoot Met Andere Documenten*

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُوْلُهُ

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur hanya pada Allah SWT yang telah melimpahkan semua rahmat dan hidayahnya pada saya. Sehingga saya bisa menyelesaikan karya sederhana saya ini dan yang akan saya persembahkan untuk orang-orang terkasih saya.

Bapak Waluyo dan Ibu Hutami, Bapak Wiyoto dan Mami Maryati, Mamah Puji Dan Papah Pur orang tua tercinta saya.

Mbahkung Wiryo, kakek saya yang tercinta.

Adik dan kakak- kakak saya. Varis, Mas Ari, Mbak Tri dan Mbak Lia

Keponakan tercinta saya Anin, Tata, Bima dan Fifi.

Orang tercinta saya Inshaallah until Jannah Mas Yusuf.

Teman seperjuangan saya Yesika Puspa Amanda

Teman pendukung dan penyemangat agar saya segera lulus Nulul.

Terimakasih untuk semua dukungan dan bantuannya.

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis mengucapkan syukur yang luar biasa kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Destinasi Wisata Halal pada Media Online Kompas.com dan Detik.com” alhamdulillah dengan lancar. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari semua dukungan baik moril maupun materiil dari orang – orang di samping saya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT
2. Orang Tua tercinta saya yang selalu mendukung saya.
3. Semua keluarga saya yang terus menyemangati saya untuk menyelesaikan kuliah saya.
4. Bapak Holy selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu sabar menghadapi saya.
5. Bapak Nara dosen pembimbing kemahasiswaan saya.
6. Semua staff prodi Ilmu Komunikasi, Mas Yudi, Mas Ono, Mbak Putri.
7. Teman – teman saya dari prodi ilmu komunikasi UII.
8. Serta semua pihak yang membantu saya dalam penyusunan skripsi dan segala bentuk dukungan yang telah diberikan pada saya sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban saya. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Mei 2019

Dina Ariyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

..... i

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

..... ii

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

..... iii

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

..... iv

HALAMAN PERSEMBAHAN

v

MOTTO

vi

KATA PENGANTAR

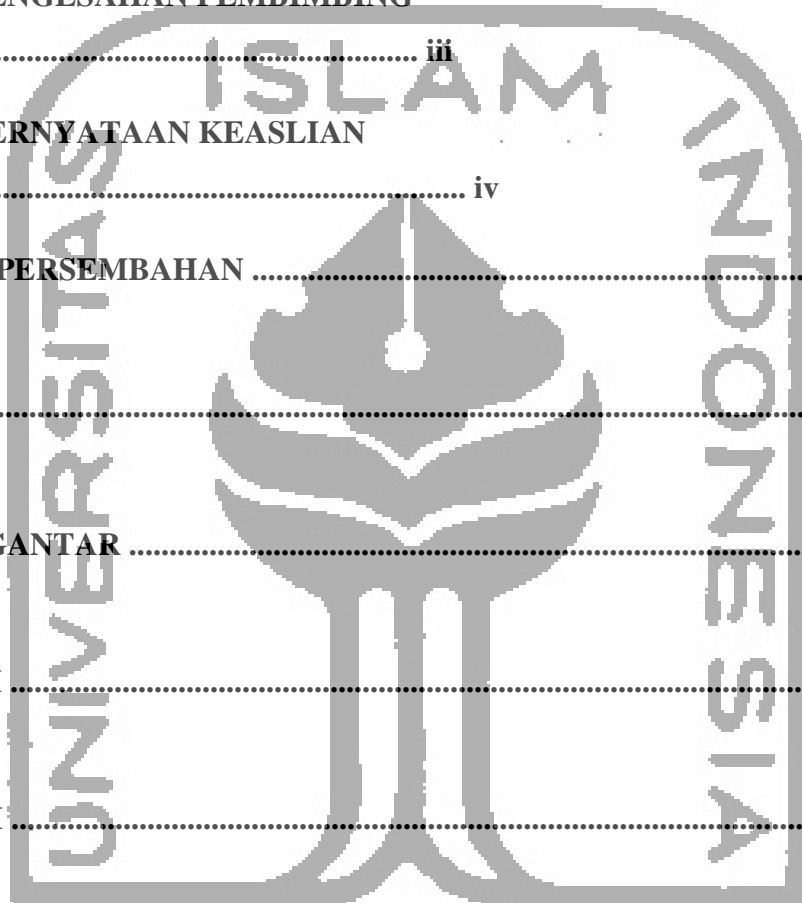
vii

DAFTAR ISI

viii

ABSTRAKSI

x



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

..... 1

B. Rumusan Masalah

..... 6

C. Tujuan Penelitian

6

D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori	8
G. Metodologi	16

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Destinasi Wisata Halal	20
B. Profil Kompas.com	23
C. Profi Detik.com	30
D. Kategorisasi	37

BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN

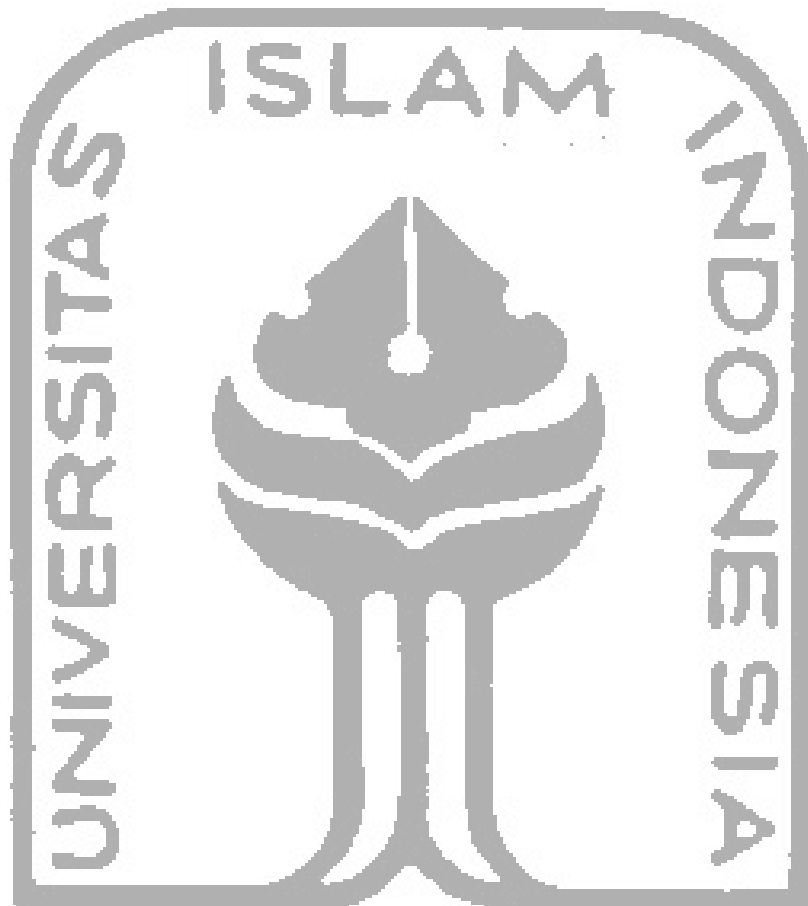
A. Temuan	45
B. Komparasi Analisis	71
C. Pembahasan	79

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian	83
C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN
xii



ABSTRAK

Dina Ariyani. 12321184. Analisis Framing Pemberitaan Destinasi Wisata Halal Pada Media Online Kompas.com dan Detik.com. program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2019

Wisata halal adalah sebuah tempat, wilayah atau area yang spesifik yang dipilih oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan untuk berkunjung dan tinggal dalam beberapa waktu yang dikhususkan untuk pengunjung muslim terutama dalam fasilitas publik, fasilitas hotel dan masalah makanan. Untuk pengembangan wisata di suatu wilayah, membutuhkan strategi tertentu dan dan perlu adanya kebijakan kebijakn tertentu dalam bidang wisata.

Fungsi analisis framing ini adalah untuk melihat bagaimana media membentuk pemberitaan tentang wisata halal, yang kemudian membentuk pesan tertentu pada para pembaca, yang kemudian menimbulkan dampak tertentu baik itu dampak positif maupun negatif. Konsep analisis framing oleh Entman ini digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas yang dibangun oleh media massa terutama pada kompas.com dan detik.com.

Kata kunci : Wisata Halal, analisis framing oleh Entman, berita, kompas.com dan detik.com

Dina Ariyani. 12321184. Analisis Framing Pemberitaan Destinasi Wisata Halal Pada Media Online Kompas.com dan Detik.com. program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2019

“Wisata Halal” is a places, regions, specific areas that people have chosen either individually or in groups as the purpose of the visit in some time where these destinations prioritize services to Muslim tourists in terms of personal facilities, public facilities, hotel buildings, tourist attractions to consumption. For the development of tourism in the region, certain strategies and new policies in the field of tourism are needed.

Framing analysis functions to shape how the media frames news about halal tourism, which then shapes the meaning of a particular message to the reader, which then creates a certain impact and builds a certain thought, both positive and negative. The concept of framing by Entman is also used to describe the selection process and highlight certain aspects of the reality that was built by the mass media, especially in the news kompas.com and detik.com.

Keywords : Wisata Halal, Framing Analysis by Entman, News, kompas.com, detik.com.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini wisata halal telah menjadi perbincangan warga dunia. Banyaknya jumlah penduduk muslim membuat jumlah wisatawan muslim semakin bertambah dari tahun ke tahun. Kajian dari *Thomson Reuters* dalam *State of the Global Islamic Economy (2013)* menunjukkan, total pengeluaran masyarakat muslim dunia untuk keperluan makanan halal dan gaya hidup (*lifestyle*) mencapai US\$ 1,62 triliun pada tahun 2012. Sementara *Pew Research Center Forum on Religion and Public life* mengungkapkan bahwa populasi penduduk muslim di dunia akan terus bertambah dari 1,6 miliar atau sekitar 23,4 persen dari jumlah penduduk dunia yang mencapai 6,9 miliar pada tahun 2010. Di perkirakan rata-rata pertumbuhan penduduk muslim di dunia terus meningkat hingga 1,5 persen setiap tahunnya. Sehingga pada tahun 2030 penduduk muslim dunia diperkirakan menjadi 2,2 miliar atau sekitar 26,4 persen dari keseluruhan seluruh penduduk dunia yang mencapai 8,3 miliar.

Dengan bertambahnya penduduk muslim di dunia tersebut membuat wisata halal tentu memiliki peningkatan jumlah konsumen. Pada tahun 2015 diperkirakan ada sekitar 117 juta wisatawan muslim yang berbagai perjalanan keseluruhan penjuru dunia. Dengan jumlah tersebut maka wisatawan muslim menduduki 10 persen wisatawan yang melakukan perjalanan-perjalanan di seluruh dunia dan di perkirakan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini yang kemudian memicu banyaknya negara di dunia yang mengangkat tema wisata halal pada objek destinasi wisata mereka. (www.gomuslim.co.id)

Pemahaman tentang pengertian wisata halal sendiri tentu akan berpengaruh pada sukses dan tidaknya tema wisata halal yang diangkat oleh berbagai destinasi wisata di dunia. Wisata halal sering diartikan secara konvensional sebagai wisata yang hanya menyangkut soal makanan saja. Dengan pengertian tersebut tentu akan membatasi ruang gerak berkembangnya wisata halal. Wisata halal padahal tidak hanya mengangkat destinasi wisata yang bersangkutan dengan muslim saja. Namun mengangkat tentang perjalanan wisata yang ramah dengan penduduk muslim sekaligus sesuai syariat agama islam biarpun objek yang di kunjungi tidak ada sangkut pautnya dengan muslim.

Edisi pertama dari *MasterCard CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI)* yang dipublikasikan tahun 2015 lalu mencatat wisata halal memiliki 100 destinasi wisata yang tersebar di dunia, namun destinasi wisata tersebut meningkat menjadi 130 destinasi wisata

halal pada tahun 2016. GMTI juga mempublikasikan 10 negara terbaik dengan destinasi wisata halal pada tahun 2016 yang tergabung dalam *Organisasi Of Islamic Cooperation (OIC)*, yaitu : Malaysia (skor 81,9), Uni Emirat Arab (skor 74,7), Turki (skor 73,9), Indonesia (skor 70,6), Qatar (skor 70,5), Arab Saudi (skor 70,4), Oman (skor 70,3). Maroko (skor 68,30, Jordan (skor 65,4), Bahrain (skor 63,3)

Sedangkan untuk peringkat negara dengan destinasi wisata halal terbaik yang tidak tergabung dalam *Organisasi Of Islamic Cooperation (Non-OIC)* yaitu : Singapura (skor 68,4), Thailand (skor 59,5), Inggris (skor 59,0), Afrika Selatan (skor 53,1), Hongkong (skor 53,0), Perancis (skor 51,6), Taiwan (skor 50,1), Jepang (skor 49,1), Srilanka (skor 49,0), Amerika Serikat (skor 48,9).

Negara yang telah bergabung dalam OIC memiliki keuntungan besar karena telah memiliki banyak fasilitas dan pelayanan untuk pemeluk agama Islam. Konferensi internasional wisata halal yang pertama di dunia di gelar di Indonesia pertengahan Juni 2014 lalu. Forum ini adalah tindak lanjut dari pertemuan para menteri pariwisata yang negaranya tergabung dalam OIC di Banjul, Gambia 6 desember 2013. Pertemuan para menteri tersebut menggagas suatu forum yang akan membahas pengembangan wisata halal diantara negara-negara yang tergabung dalam OIC. Indonesia sendiri telah tergabung dengan OIC sejak tahun 1969, oleh sebab inilah Indonesia juga memiliki kemudahan dalam meningkatkan destinasi wisata halal yang dimiliki.

Bagi Indonesia, destinasi wisata halal bukan hanya untuk pasar luar negeri saja, tapi juga untuk pasar dalam negeri yang terus mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data yang di dapatkan dari Badan Pusat Statistik Indonesia survei tahun 2010 jumlah penduduk muslim di Indonesia tahun 2010 sudah mencapai 207.176.162 (dua ratus tujuh juta seratus tujuh puluh enam ribu seratus enam puluh dua jiwa), hal tersebut memicu dipromosikanya wisata halal secara gencar oleh pemerintah Indonesia.

Di Indonesia sendiri wisata halal sudah di bentuk sejak tahun 2014 dimana hingga saat ini total destinasi wisata halal tingkat nasional dan internasional di Indonesia sudah mencapai 113 tempat. Dadang Rizky, salah satu anggota kementerian pariwisata , selaku deputi pengembangan destinasi dan industri pariwisata mengatakan jika Indonesia memperoleh tiga penghargaan pada *world halal travel award* di *Uni Emirat Arab* pada oktober 2015. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia merupakan destinasi favorit wisata halal berkelas internasional.

Tiga penghargaan yang di dapat dari world halal travel tersebut berupa *The World's Best Halal Tourism Destination*, *The World's Best Halal Honeymoon Destination* dan Sofyan hotel sebagai *The World's Best Halal Family Friendly Hotel*. Tahun lalu total pemasukan pasar wisata halal mencapai US\$200 miliar dimana pencapaian tersebut belum mencakup tentang fashion, food, dan industri jasa keuangan maupun asuransi. Sementara kemampuan Indonesia dalam merebut pasar tersebut baru sekitar 1.2 persen, dimana hal tersebut masih sangat jauh tertinggal dari negara tetangga yaitu Thailand dan Malaysia yang masing – masing memperoleh 25 persen dan 245 devisa halal di Dunia. (www.kemenpar.go.di)

Pemasaran Destinasi Wisata adalah sebuah pilar utama berkembangnya dan berlanjutnya sebuah tempat wisata mengingat semakin mengglobalnya dan banyaknya persaingan di bidang ini (UNWTO, 211). Proses penyebarluasan informasi atau pemasaran tentang destinasi wisata halal pada masyarakat Internasional maupun pada masyarakat Indonesia sendiri tentu tidak lepas dari media. Berdasarkan pengertian dari Mc Luhan media secara umum diartikan sebagai penerus kerja alat indra manusia. Dimana dengan media kita memperoleh informasi tentang benda, orang, dan tempat yang tidak kita pahami secara langsung karena keterbatasan jarak maupun waktu. Dunia ini terlalu luas untuk kita masuki satu persatu, memiliki banyak keterbatasan geografis dan media datang menyampaikan berbagai pesan dan informasi tentang lingkungan sosial dan politik.

Kahadiran media mendorong retorika, propaganda, agitasi dan kontruksi realitas. Penggunaan media sangat penting karena media memiliki pengaruh yang kuat terutama dalam membangun opini dan pengetahuan bagi khalayak. Pada masa ini, media memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Peranan penting tersebut kini tidak lagi digolongkan berdasarkan strata sosial. Semua masyarakat yang dapat mengakses media akan merasakan pentingnya media bagi hidup mereka. Terutama pada generasi modern saat ini, media telah berkembang pesat salah satunya adalah media baru, yaitu internet.

Menurut Mc Quail (1994 : 20-6) media baru pada umumnya memiliki karakteristik yang melibatkan *desentralisasi channel* dimana semua kanal media baru diatur oleh pusat baik untuk distribusi pesan maupun penambahan kapasitas untuk penyampaian pesan, serta melibatkan audiens secara langsung dalam proses penyampaian pesan yang kemudian menyebabkan adanya komunikasi interaktif. Yaitu komunikasi yang saat ini sangat mudah di akses secara digital oleh manusia dan membuat audiens lebih fleksible dalam menilai suatu pesan dari media.

Hal ini kemudian yang membuat media online begitu cepat menyebar luaskan informasi dan isu yang sedang terjadi di Indonesia. Dan dengan adanya media online ini pemerintah mendapat kemudahan dalam publikasi wisata halal sebagai destinasi unggulan di Indonesia. Melalui portal berita online berbagai macam informasi wisata halal Indonesia dapat diakses oleh masyarakat.

Pengamat sosial politik, Ferry Liando, dalam wawancaranya terhadap BeritaManado.com (11/10/2015) mengungkapkan bahwa 80% penduduk dunia pernah mengakses internet. Data ini menjelaskan bahwa media online bisa memudahkan akses masyarakat untuk mendapatkan informasi-informasi. Media online sangat mudah diakses karena tidak dibatasi ruang dan waktu. Orang kota hingga orang desa begitu mudah mengakses media online. Media online merupakan salah satu alternatif pendidikan politik masyarakat. Ferry mengungkapkan salah satu contoh penggunaan positif media baru yaitu untuk akses berita politik melalui rubrik online.

Namun sebagaimana kita ketahui tidak hanya dalam lingkup politik saja kita dapat memperoleh berita dari media online, tapi juga tentang wisata yang salah satunya ialah wisata halal di Indonesia. Portal berita online banyak mengangkat wisata halal sebagai berita utama yang mereka publikasikan. Hal ini tentu memiliki banyak tujuan, selain bertujuan untuk publikasi dan promosi yaitu tujuan untuk membentuk pesan kepada masyarakat seperti apa wisata halal yang ada di Indonesia. Penilaian masyarakat yang terbentuk dari pesan yang mereka dapat dari portal berita online tersebut tentu feedbacknya sangat berguna bagi semua pihak terutama penyedia media online dan juga pemerintah.

Salah satu Jurnal studi komunikasi yang ditulis oleh Hafizah Awalia ini tentang “komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia. Destinasi wisata halal menjadi brand terbaru untuk Nusa Tenggara Barat. Pluralitas etnis dan agama lokal yang kuat memperoleh label pariwisata halal. Penting untuk menilai apakah pemerintah melihat dominasi objek wacana kekuasaan melalui sektor ekonomi dan pariwisata. Oleh karena itu, wacana pariwisata halal ini dapat dievaluasi menggunakan perspektif teori sosial pasca modern dan kekuasaan Michael Foucault : The power elit that is capable of creating a new discourse (Halal Touris) to strengthen it than political dominance. Kemudian menggunakan perspektif teori baudrillard tentang munculnya masyarakat yang konsumtif di NTB sebagai hasil dari komodifikasi modal dan dominasi kaum kapitalis. (Jurnal Hafizah Awalia : Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia. 2017)

Media komunikasi juga sangat berguna untuk akses informasi yang menyangkut potensi pariwisata maupaun kegiatan-kegiatan pemerintah dalam bidang pariwisata. Atau dalam hal ini media bisa disebut juga sebagai penunjang penting dalam program promosi wisata. Saluran atau media komunikasi juga merupakan sarana untuk membangkitkan motivasi komunikasi dan mempermudah penyampaian pesan pada masyarakat. Dalam hal ini termasuk pemanfaatan media komunikasi dalam ajang promosi destinasi wisata halal.

Ada beberapa portal berita online yang juga mengangkat tentang wisata halal antaralain kompas.com dan detik.com. Kedua situs online tersebut merupakan situs yang sudah cukup terkenal di Indonesia dan memiliki angka view pages yang sudah cukup tinggi. Berdasarkan data dari situs Alexa yaitu situs penyedia informasi data statistik trafik visitor pada suatu website yang merupakan anak perusahaan dari Amazon.com yang berbasis di California, menunjukkan bahwa dari 2 portal online diatas yang menduduki peringkat view page terbanyak adalah kompas.com dengan viewer sekitar 1.783.651 pengunjung dalam sehari. Urutan kedua angka viewpage portal online tersebut diduduki oleh detik.com dimana pengunjung mencapai 1.400.354 dalam satu hari. (<https://www.alex.com/topsites/countries/ID>)

Selain angka view pages yang cukup tinggi, kedua situs tersebut memiliki latar belakang pemilik yang berbeda mulai dari segi pekerjaan hingga agama. Sebagaimana kita ketahui bahwa kompas.com adalah versi digital dari surat kabar Kompas yang dinaungi perusahaan Kompas Gramedia dimana pendirinya merupakan seorang jurnalis yang sudah senior yaitu Jakob Oetama. Jakob Oetama adalah pionir pendiri Surat Kabar Kompas yang lahir di Magelang pada 27 september 1931 dan merupakan seorang katolik. Untuk portal online kedua adalah detik.com, sejak tanggal 3 Agustus 2011, detik.com menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Pemilik perusahaan tersebut adalah Chairul Tanjung. Chairul Tanjung adalah seorang pengusaha yang sudah terjun dibidang bisnis sejak dia masih berada dibangku kuliah. Kini perusahaan yang dia dirikan masuk dalam kategori perusahaan besar di Indonesia. Chairul Tanjung lahir di Jakarta pada 16 juni 1962 dan memiliki latar belakang agama Islam.

Oleh karena perbedaan-perbedaan latar belakang tersebut peneliti ingin menganalisis bagaimana kedua portal online tersebut dalam membingkai pemberitaan tentang Destinasi Wisata Halal di rubrik mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat penulis rumuskan adalah sebagai berikut : Bagaimana bingkai pemberitaan “Destinasi Wisata halal” pada media online kompas.com dan detikcom?

C. Tujuan Penelitian

Segaris dengan rumusan masalah yang hendak di jawab, maka peneliti dalam mengemukakan tujuan penelitian adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui bagaimana bingkai pemberitaan Destinasi Wisata Halal pada media online kompas.com dan detikcom.

D. Manfaat Penelitian

Tercapainya tujuan diatas diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara sosial.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah pengetahuan baru di dunia komunikasi, khususnya tentang analisis framing dalam melihat konstruksi pesan sebuah media. Juga tentang bagaimana media mengkonstruksi masyarakat melalui pesan yang di sampaikan. Mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan media ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

2. Manfaat Praktis

Sebagai pengetahuan bagi masyarakat dan praktisi media dalam menyerap dan menyampaikan pesan media online.

E. Tinjauan Pustaka

a. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Farid Rusdi, salah satu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Taruma Negara Jakarta. Dengan judul Analisis Media Online Dalam Pemberitaan Pariwisata : Studi kebijakan Redaksi Detik Travel dan Tribunnews Travel. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa redaksi media yang fokus pada pemberitaan pariwisata memiliki rutinitas yang berbeda

dibandingkan dengan redaksi berita politik, hukum, ekonomi, atau berita pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media massa online khususnya media yang fokus pada pemberitaan pariwisata (travel) dalam menyiapkan kebijakan redaksinya. Dalam penelitian ini digunakan pola pencarian informasi oleh wisatawan dari Pan, kebijakan redaksi, dan optimalisasi web traffic. Metode yang digunakan ialah kualitatif deskriptif dengan wawancara bersama redaktur pelaksana dari kedua media yang diteliti. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa redaksi kedua media online mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan dari pengguna dalam menyajikan kontennya.

2. Penelitian oleh Muharrir T. Fikri, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penelitian dengan judul Konstruksi Media Cetak Kompas Dalam Berita Aktivitas Pariwisata Indonesia (Studi Analisis Wacana Terhadap Teks Berita Pariwisata Indonesia di Harian Umum Kompas Periode Januari 2016). Berita pariwisata saat ini telah banyak mewarnai pemberitaan di berbagai media massa di Indonesia. Hampir semua media yang ada di Indonesia terdapat pemberitaan tentang aktivitas pariwisata Indonesia yang mana setiap daerah memiliki sektor pariwisata yang berbeda – beda. Dalam hal pemberitaan realita di masyarakat, media massa tidak hanya memberitakan apa yang terjadi, tetapi juga mengkonstruksi realita dengan penyampaian pesan, baik secara tersurat maupun tersurat. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana Teun A. Van Dijk dengan elemen – elemen yang dimiliki seperti tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Hasil dari penelitian ini adalah dari delapan teks berita tentang Aktivitas Pariwisata di Indonesia menunjukkan Kompas menyajikan wacana secara positif.
3. Penelitian oleh Winda Dwi Astuti Zebua, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Dengan judul Konstruksi Pemberitaan Wisata Syariah pada Republika Online. Media online memiliki banyak kelebihan dalam menyampaikan berita, salah satunya kecepatan publikasi berita kepada Khalayak. Menurut paradigma konstruksionis, berita yang disampaikan media adalah hasil dari konstruksi sosial. Proses konstruksi tersebut dipengaruhi oleh ideologi, kepentingan dan perspektif masing-masing wartawan yang terlihat dari framing berita yang dilakukan media. Metode

analisis framing yang digunakan adalah analisis framing model zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil yang di dapatkan adalah media yang di teiliti yaitu republika online menyampaikan kepada pembaca bahwa pariwisata syariah layak untuk di kembangkan di Indonesia karena memiliki prospek bagus. Jadi Republika Online memberi inspirasi kepada masyarakat muslim bahwa kita bisa mengembangkan pariwisata syariah.

4. Penelitian oleh Nurdianti Rahayu, penelitian ini menganalisis tentang proses pengambilan keputusan dan Preferensi konsumen terhadap Wana Wisata Curug Nangkat (WWCN), berlokasi di desa Sukajadi, Kecamatan Taman Saei, Kabupaten Bogor. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampling 110 responden. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor dan regresi logistik ordinal. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar pengunjung berjenis kelamin lelaki (70,09%) dengan kisaran umur 15 hingga 24 tahun. Tingkat pendidikan terakhir pengunjung kebanyakan adalah lulusan SMA/SMK.
5. Penelitian oleh Anggita S. Mahadewi, mahasiswi Program Studi Sosiologi, Universitas Udayana, Bali. Penelitian berjudul Analisis Isi Media Berita Online Tentang Pengembangan Wisata Syariah di Pulau Bali dalam Kajian Sosiologi Pembangunan. Dalam penelitian ini menyebutkan pro dan kontra yang menyelimuti pengembangan pariwisata syariah di Bali yang banyak diberitakan melalui media berita online Indonesia. Wisata syariah yang kental dengan nuansa islami, sulit diterima masyarakat Bali yang memiliki kearifan lokal berbasis hindu. Tulisan ini mengkaji empat media berita online yang menyajikan berita terkait dengan wisata syariah di Bali, yang selanjutnya dilakukan analisis terhadap isi berita tersebut. Berdasarkan analisis di dapatkan hasil bahwa, secara khusus pengembangan wisata syariah di Bali belum dapat dilaksanakan karena perbedaan nilai – nilai budaya dan kearifan lokal yang dimiliki penduduk Bali. Secara umum pengembangan wisata syariah tetap dapat dilaksanakan di daerah – daerah lainya di Indonesia.

F. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teori sebagai landasan penelitian terkait dengan isu yang diangkat.

1. Destinasi Wisata Halal

Destinasi adalah kata lain dari tempat tujuan, suatu kawasan dan daerah yang ingin kita kunjungi. Sedangkan Destinasi Wisata adalah tempat, kawasan, daerah spesifik yang telah dipilih orang baik secara individu atau kelompok sebagai tujuan kunjungan dalam beberapa waktu. Destinasi wisata biasanya menyajikan perbedaan kebudayaan dan kondisi geografis yang berbeda-beda. Bidang wisata sendiri juga memiliki potensi untuk mempengaruhi perubahan budaya serta dapat memodifikasi organisasi sosial dan menyebabkan perubahan dalam nilai-nilai kebudayaan dan mungkin memiliki implikasi untuk penentuan status sosial (Cukier Snow and Wall 1993). Namun hal tersebut kembali lagi pada pengelola dan strategi pengembangan sebuah tempat yang ini dijadikan Destinasi Wisata, jangan sampai hal-hal negatif menjadi dampak dari pengembangan sebuah destinasi wisata.

Destinasi Wisata Halal sendiri tentu memiliki pengertian yang hampir sama yaitu tempat, kawasan, daerah spesifik yang telah dipilih orang baik secara individu atau kelompok sebagai tujuan kunjungan dalam beberapa waktu dimana tempat tujuan tersebut lebih mengedepankan pelayanan terhadap wisatawan muslim dari segi fasilitas pribadi, fasilitas umum, bangunan hotel, bangunan tempat wisata hingga konsumsi.

Pariwisata atau wisata yang dalam bahasa Inggris disebut *tour* secara etimologi berasal dari kata *torah* (Ibrani) yang berarti belajar. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata (Suyitno, 2001). Namun menurut pendapat yang dikemukakan *Yoeti* (1996 : 103) pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang mana dalam bahasa Inggris juga disebut *tour*.

Jika kita membicarakan pariwisata secara umum maka tidak lepas dari pengertian tentang seluruh kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani wisatawan. Di Indonesia pengembangan pariwisata masuk dalam skala prioritas terutama untuk pengembangan daerah-daerah miskin akan sumber daya alam. Seperti dalam pernyataan Union of Official Travel Organization (IUOTO) dalam konferensi di Roma tahun 1963 bahwa pariwisata adalah penting bukan hanya dari segi penghasil devisa, tetapi juga sebagai faktor yang menentukan

dalam pengembangan daerah-daerah yang miskin dan juga berperan penting dalam pemerataan pembangunan nasional.

Pada dasarnya peningkatan pariwisata di suatu daerah akan berpengaruh pada peningkatan ekonomi dan lapangan kerja di daerah itu sendiri semenjak diterapkannya otonomi daerah, sehingga daerah memiliki wewenang untuk pengembangan wisata di daerahnya masing-masing.

Untuk pengembangan pariwisata di daerah diperlukan adanya strategi-strategi tertentu maupun kebijakan baru di bidang Pariwisata. Sebuah gagasan menarik dari Sri Sultan HB X yang menyodorkan konsep pariwisata *borderless* dimana pariwisata di suatu daerah tidak hanya menyodorkan satu destinasi saja, tapi semua tempat yang berpotensi akan dikembangkan sebagai destinasi pariwisata daerah. Dan tidak terbatas secara geografis karena pola distribusinya terus dan terus dikembangkan.

Berdasarkan UUD No. 9 tahun 2009 tentang kepariwisataan ada beberapa faktor dimana suatu tempat atau daerah dapat menjadi tujuan wisatawan. Beberapa faktor tersebut adalah daya tarik wisata, fasilitas Umum, fasilitas Pariwisata, aksesibilitas serta kegiatan hidup lainnya yang melibatkan atau terkait dengan masyarakat di tempat tujuan tersebut.

Pemerintah melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (KEMENPORA) menginisiasi adanya program pengembangan destinasi wisata dimana pada jangka waktu 2010 hingga 2015 difokuskan pada 15 destinasi wisata yang terbagi atas 15 Destination Management Organization yaitu Kota Tua Jakarta, Bali, Pangandaran, Bromo, Borobudur, Danau Toba, Rinjani, Toraja, Komodo, Raja Ampat, Bunaken, Derawan, Tanjung Puting, Sabang dan Wakatobi.

Dalam beberapa penelitian juga menjelaskan tentang destinasi wisata halal. Diantaranya adalah :

- 1) Jurnal oleh Kurniawan Gilang Widagdyo ini berfokus pada analisis pasar wisata halal di industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia. Berikut ini adalah pengertian dari fenomena yang sedang terjadi yaitu “wisata halal” dan “Hotel Islami” dari beberapa negara muslim di dunia berdasarkan peraturan secara syariah. Pengembangan standar sesuai “Orientasi Islam” juga di diskusikan sehingga menimbulkan konsep baru yaitu “Sesuai Syariah” yang mengacu pada Islam untuk tidak adanya alkohol, tidak adanya judi dan

tersedianya makanan halal. Dan yang terakhir, jurnal studi ini membahas tentang tantangan masa depan Indonesia terkait dengan pariwisata halal. (Jurnal Kurniawan Gilang Widagdyo : Analisis Pasar Wisata Halal Indonesia. 2015)

- 2) Menurut salah satu mahasiswa dari IAIN Syekh Nurjati Cirebon, pariwisata halal adalah industri wisata yang telah berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Sebenarnya wisata halal di Indonesia sudah ada sejak dulu dengan sebutan ziarah yang dilakukan oleh orang-orang yang dianggap religius. Namun seiring dengan berkembangnya ekonomi Islam secara global wisata halal kini dikemas dalam bentuk yang lebih modern mulai dari fasilitas termasuk hotel dan masih banyak lainnya. Dalam pendekatan fenomenologis dapat disimpulkan bahwa peristiwa halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional untuk memosisikan Indonesia sebagai pusat destinasi wisata halal di dunia dimasa depan. (Jurnal Aan Jaelani : Industri Wisata Halal di Indonesia. 2017)
- 3) Pariwisata Halal Indonesia terus ditingkatkan oleh kementerian pariwisata republik Indonesia untuk menarik wisatawan muslim. Indonesia sebagai negara non-muslim, mencoba untuk menyoroti semangat spiritual Islam sebagai Budaya untuk menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung. Cara yang dilakukan salah satunya adalah menyediakan Hotel yang telah bersertifikat halal, yang hanya menyediakan sedikit atau tidak menyediakan minuman dengan alkohol sama sekali dan hanya menyediakan makanan-makanan yang berstandar halal. Indonesia dalam mengembangkan wisatanya mempunyai tema "Indonesia The Halal Wonders" kemungkinan akan mendapat respon positif maupun negatif. Artikel ini menggunakan tinjauan pustaka untuk menjangkau data tentang pariwisata Halal di Indonesia. Pariwisata halal yang sedang digalakan di Indonesia juga dapat memicu pariwisata di Indonesia kehilangan pengunjung yang bukan muslim. (Jurnal Oktifani Winarti : *Halal Tourism in Indonesia : Does it attract only Muslim Touris*, 2017)

- 4) Pengembangan Pariwisata Halal di Lombok Timur. Penelitian yang dilakukan Miko Rayendra dari Universitas Negeri Padang jurusan S2 Ilmu Geografi ini bertujuan untuk (1) mengetahui persepsi wisatawan terhadap kesiapan pariwisata halal di Lombok Timur. (2) untuk menganalisis perkembangan wisata halal di kabupaten Lombok Timur dengan analisis SWOT. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan data dengan pengukurab objektif dari fenomena tersebut. Selain itu, pendekatan kualitatif digunakan karena peneliti menempatkan teori sebagai titik awal pada rasa ingin tahu peneliti untuk mengukur tingkat kesiapan dalam mengembangkan pariwisata halal di Lombok Timur.

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan potensi destinasi wisata halal di kabupaten Lombok Timur, analisis kesiapan melalui persepsi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata halal di Lombok Timur sekaligus menganalisis pengembangan pariwisata Halal. Dari hasil pengumpulan data, wawancara secara mendalam dengan wisatawan membuah hasil yaitu Lombok Timur cukup optimal meluncurkan pariwisata halal dalam produk turisme dan masih perlu beberapa perbaikan strategi untuk menarik wisatawan. (Jurnal Miko Rayendra : *Halal Tourism Development in East Lombok Regency*. 2017)

Namun berhasil dan tidaknya pengembangan destinasi pariwisata tersebut kembali lagi pada faktor-faktor diatas yang telah disebutkan, apakah dapat terpenuhi dengan baik untuk wisatawan atau belum.

2. Berita dalam Jurnalisme Online

Pengertian berita menurut pakar komunikasi Paul D Maesenner dalam bukunya “*Here the news*” News adalah sebuah informasi yang baru tentang suatu peristiwa yang penting, menarik perhatian serta minat pendengar. Unsur kebaruan peristiwa merupakan unsur penting dalam definisi ini. Apa yang sedang terjadi saat ini, apa yang segera terjadi dan apa yang akan terjadi. Secara empat penjuru mata angin, Timur, Selatan, Barat dan Utara. (<http://books.google.co.id>)

Sedangkan menurut Prof Mitchel V Charnely dalam bukunya “*Reporting News*” News adalah laporan tentang fakta atau opini yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan sekelompok masyarakat.

Berita yang di publikasi haruslah akurat sesuai dengan fakta dimana peristiwa itu terjadi tanpa mengurangi nilai akan isinya, berita harus jujur dengan tidak meniadakan atau mengada-ngada. Berita jujur berarti mempunyai nilai tanggung jawab terhadap diri sendiri dengan memperbesar atau memperkecil, karena berita berkaitan dengan hati nurani. Berita pada komunikasi media massa harus bersifat susila, mengingat sifat pemirsa yang heterogen.

Bersifat terbuka dalam arti berita tersebut diperuntuk untuk khalayak atau publik yang tidak terbatas dan bersifat heterogen. Pemetasan publik sangat geografis tersebar dimana saja, siapa saja dan bersifat heterogen, kreatif, kapan saja. (Eva Arifin. 2010 : 208)

Jadi berita secara umum dapat diartikan sebagai sebuah peristiwa yang terjadi di masyarakat. Kemudian peristiwa tersebut diliput dan di proses oleh pekerja redaksi, lalu di produksi dan di distribusikan kepada khalayak, pembaca atau konsumen. Tidak semua peristiwa yang terjadi dapat di liput, diproses dan di distribusikan, hal ini karena keterbatasan waktu dan masalah urgensi serta aktualisasinya. Beberapa berita masih harus disaring sebelum dipublikasikan. Proses penyaringan tersebut dalam dunia jurnalistik di kenal sebagai *gatekeeping* (Jaga gerbang) wartawan dan redaktur dengan mengacu pada politik redaksi masing-masing media. Para wartawan dan redaktur, yang melakukan penyaringan dan seleksi dalam peliputan dan penyiaran berita, disebut sebagai penjaga gerbang (*gatekeeper*).

Siregar (1999) dalam Bharata (2004 : 171) mengemukakan bahwa : Redaksional media akan berusaha subjektif tentang apa yang menarik dan penting untuknya akan menarik dan penting menurut pembaca. Nilai berita ini apabila diuraikan lebih lanjut adalah *Significane* (penting), *timeliness* (waktu ; *pen : new is new*), *magnitude* (kedekatan), *prominence* (ketenaran) dan *human interest* (ketertarikan manusia).

Namaun khalayak mempunyai penilaian tersendiri atas berita. Berita kini tidak lagi bersifat objektif. Hasil kerja jurnalis dalam membuat berita tidak bisa dinilai dengan sesuatu yang kongkrit. Hal ini karena berita adalah produk yang dihasilkan dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas yang dibingkai sesuai keinginan pihak

tertentu. Konstruksi tersebut juga melibatkan media online sebagai sasaran pembentukannya, hal ini karena penyebarluasan berita online lebih cepat dan adanya berita yang di publikasi media online juga menimbulkan pemaknaan tersendiri bagi konsumen media tersebut. Seperti halnya pemaknaan berita tentang “Destinasi Wisata Halal” yang saat ini banyak dipublikasi media online. Media ingin membuat sebuah konstruksi bagaimana pemaknaan destinasi wisata halal seharusnya di terima masyarakat. Hal inilah yang kemudian ingin di analisis lebih lanjut. Adakah perbedaan dari setiap media online dalam membentuk konstruksi pemaknaan berita destinasi wisata halal.

3. Analisis Framing : Seleksi berita atas realitas

Analisis framing sudah digunakan secara luas dalam ranah dunia komunikasi sejak lama. Analisis framing berguna untuk melihat bagaimana kerja media massa dalam menampilkan sebuah realitas, yakni dengan melakukan penyeleksian dan pemfokusan pada bagian-bagian tertentu dari sebuah realitas. Artikel yang juga ditulis oleh Wisnu Martha Adiputra ini melihat analisis framing dari dua konteks utama. Yakni psikologi dan komunikasi politik. Selanjutnya, Adiputra membahas definisi-definisi analisis framing, cara pandang yang digunakan jurnalis ketika merepresentasikan realitas, model-model analisis framing, dan contoh penerapan analisis framing. (Pitra Narendra, 2008 : xii-xiii)

Awalnya, istilah *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan berbagai kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Kini, *frame* dimaknai lebih luas dan di telaah oleh berbagai bidang pengetahuan dengan lebih mendalam.

Definisi analisis framing yang berguna untuk melakukan analisis adalah definisi yang disampaikan oleh Denis McQuail. Menurutnya, framing memiliki dua pengertian. Pengertian yang pertama adalah bagaimana cara atau proses dimana berita secara terperinci dibentuk dan dikontekstualisasikan oleh para jurnalis sesuai dengan beberapa sudut pandang mereka yang dianggap benar dan tersusun dalam sebuah struktur laten pesan. Sementara pengertian framing yang kedua berdasarkan dampaknya terhadap publik, yaitu kenyataan bahwa audiens terbiasa untuk menerima

atau mengolah pesan sesuai dengan cara pandang (*frame of reference*) yang ditawarkan oleh jurnalis agar memandang realitas dengan cara yang sama dengan jurnalis atau organisasi media yang bersangkutan (McQuail, 2005 : 555)

Hal diatas sejalan dengan definisi analisis framing yang di sampaikan oleh *William A. Gamson*, cara penyampaian pesan realita atau gagasan pemikiran tertentu yang telah diorganisiri sedemikian rupa dan menimbulkan kontruksi makna dari berbagai peristiwa yang berkaitan dengan objek tujuan penulisan berita. Cara penyampaian pesan ini terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*) yang sudah tersusum dengan rapi. Kemasan tersebut seperti skema atau struktur pemaknaan yang digunakan oleh audiens untuk mengkontruksi makna pesan-pesan yang telah di sampaikan, serta untuk menafsirkan pesan-pesan yang diterima.

Framing sendiri dalam ilmu psikologi memiliki pemaknaan yang berbeda. Dari perspektif psikologi framing memiliki tujuan untuk menjaga kelangsungan kebiasaan manusia dalam mengklasifikasi, mengorganisasi dan menginterpretasi secara aktif pengalaman hidup manusia agar dapat dipahami. Berdasarkan paparan tersebut, maka analisis framing berguna untuk meneliti cara-cara individu mengorganisasikan pengalamannya atau kejadian yang pernah mereka alami. Dan dengan cara-cara mereka sendiri yang tidak bisa dipukul rata. Framing juga memungkinkan manusia untuk mengidentifikasi dan memahami peristiwa dan aktivitas kehidupan yang sedang berjalan atau dijalani saat ini.

Framing dalam kajian komunikasi politik memiliki peran yang jauh lebih besar. Framing menjadi sebuah pintu masuk bagi audiens untuk menguak fenomena *agenda-setting* dan propaganda yang sudah dikonstruksi oleh media sesuai kepentingan pihak tertentu secara lebih mendalam. Disinilah letak media dalam kehidupan politik modern saat ini. Apa yang di sampaikan media itulah yang diinginkan menjadi pemikiran para audiens. Dari sini kita bisa melihat bahwa media dan dunia politik seolah seperti dua sisi yang saling berdekatan dalam era keterbukaan saat ini.

Dengan kata lain, media memainkan peran penting dalam konteks politik. Media tidak hanya dapat membuat masyarakat memikirkan sesuatu, tetapi juga cara mengkontruksinya atau membangun pola pikir yang diinginkan, seperti pendapat yang berbunyi : *It may be not succesful much of the time in telling people what to think, but is stunningly seuccesful in telling its readers what to think about* (Protess & McCombs, 1991 : 4)

Tapi pada kenyataannya framing tidak hanya berperan penting dalam komunikasi politik, namun juga berperan penting dalam aspek pariwisata Indonesia. Framing yang melekat pada media mengemas sebuah berita menjadi suatu pesan yang media tersebut inginkan. Termasuk berita tentang “Destinasi Wisata Halal” yang saat ini banyak disorot media, terutama media online. Bagaimana media membingkai berita tentang wisata halal itulah yang kemudian membentuk pemaknaan pesan tertentu kepada pembaca, yang kemudian memunculkan dampak tertentu dan membangun sebuah pemikiran tertentu, baik itu positif maupun negatif dalam menilai adanya pengembangan destinasi wisata halal di Indonesia.

G. Metodologi

1. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah pandangan fundamental tentang apa yang menjadi pokok persoalan (*Subject-matter*) disiplin tertentu. Paradigma juga bisa diartikan sebagai landasan yang dijadikan pijakan untuk membangun sebuah teori dari cara pandang berbeda. Paradigma memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan arah pengembangan dan perubahan suatu ilmu pengetahuan, termasuk ilmu komunikasi. (Teori Sosiologi Modern, 2010 : 697)

Thomas Khun (1970), menyebut perubahan paradigma ini sebagai revolusi ilmiah, yaitu cara mengetahui realitas sosial yang dikonstruksi oleh sebuah pemikiran (*mode of thought*) tertentu yang menghasilkan pengertian tertentu (*mode of knowing*) yang efektif. Jadi ia mengartikan dan menghubungkan berbagai contoh teori dan metode serta instrument yang ada di dalamnya dimana paradigma cenderung menjadi semakin terlihat seiring berjalannya waktu, hingga paradigma tersebut digantikan dengan cara pandang yang baru terhadap dunia yang dilihat masuk akal menurut peneliti. Pola pikir atau sudut pandang masyarakat dalam menilai suatu realitas sosial inilah yang kemudian disebut sebagai paradigma.

Menurut Dedy N. Hidayat paradigma dalam ilmu komunikasi mengikuti paradigma yang banyak dilakukan dalam ilmu sosial. Paradigma - paradigma tersebut yang pertama adalah paradigma klasik, paradigma ini menempatkan ilmu sosial sebagai metode yang sudah tersusun untuk menggabungkan pengambilan pemikiran yang logis dengan pengamatan empiris. Paradigma klasik bertujuan untuk

menemukan hubungan sebab-akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola-pola umum dari gejala sosial tertentu yang ada di masyarakat.

Paradigma yang kedua yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme pada awalnya adalah paradigma yang dikembangkan dalam ilmu komunikasi pada tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Paradigma ini menyatakan bahwa individu melakukan penilaian tertentu atau interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang berada dalam pikirannya (Morison 2009 : 7), yang artinya paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap aksi sosial yang memiliki makna. Jadi paradigma ini memandang jika ilmu diperoleh melalui pengamatan langsung secara rinci terhadap perilaku sosial dalam suasana keseharian yang alamiah agar mampu memahami dan mengartikan bagaimana para pelaku sosial menciptakan atau mengelola dunia sosial mereka. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruktivisme ini sering sekali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

Paradigma yang ketiga adalah paradigma kritis dimana paradigma ini mendefinisikan ilmu sebagai suatu proses yang secara kritis berusaha mengungkap kejadian yang sebenarnya dibalik ilusi atau kesadaran palsu yang ditampilkan dipermukaan. Paradigma ini bertujuan untuk membantu masyarakat membentuk kesadaran sosial agar masyarakat dapat memperbaiki dan merubah pola pikir kehidupannya dalam menilai atau mendefinisikan sesuatu sehingga tidak terpengaruh oleh ilusi yang ditampilkan untuk mengelabui.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivisme. Dimana paradigma ini melihat bahwa realitas sosial yang terjadi saat ini tidak terjadi secara alamiah, namun hasil dari sebuah konstruksi. Jadi paradigma ini digunakan untuk melihat bagaimana sebuah kejadian tertentu di konstruksi oleh pihak yang berkepentingan, dengan cara seperti apa konstruksi tersebut di bentuk dan dengan tujuan apa pihak tersebut membuat sebuah konstruksi.

2. Pendekatan dan Metode

Metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi adalah deskriptif analisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor, metode

kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata dengan penjabaran tertulis ataupun lisan dari objek yang dapat diamati.

3. Analisis Framing

Menurut Agus Sudibyo, Framing adalah metode penyajian realitas dimana kebenaran suatu realitas tidak diingkari secara total, melainkan dialihkan secara halus, dengan memberika sorotan terhadap aspek yang tertentu saja. Dengan menggunakan istilah yang mempunyai konotasi tertentu dengan bantuan foto, karikatur, atau alat ilustrasi lainya (Sudibyo, 2001:168)

Pengunaan analisis framing dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan sebuah media ketika menyeleksi isu berita.

Model analisis framing yang digunakan adalah model *Robert N. Entman*. Konsep framing oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas yang dibangun oleh media massa terutama dalam bidang destinasi wisata halal. Bagai mana media mengajak pembaca untuk memaknai sebuah berita tentang pengembangan destinasi wisata halal di Indonesia.

Skema Analisis Framing Robert N. Entnam

1	Define Problems (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Sebagai masalah apa?
2	Diagnose causes (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
3	Make moral judgement (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?

4	Treatment recommendation (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah
---	---	--

4. Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan konsep *Robert N. Entman* yang mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing, yaitu : *Define problem* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (sumber masalah), *make a moral judgement* (keputusan), dan *treatment recommendation* (penyelesaian).

5. Unit Analisis

Berita tentang Wisata halal mulai mencuat di Indonesia sejak tahun 2014 lalu. Namun mulai hangat dibicarakan dan dipublikasikan di media sejak awal 2016 hingga saat ini 2018. Maka peneliti memilih pemberitaan di portal online dalam rentang waktu tahun 2016 dengan tema ‘destinasi wisata halal’ dalam penelitiannya untuk menganalisis pembingkaihan berita di *kompas.com* dan *detikcom* tentang “Destinasi Wisata Halal”. Peneliti mengambil rentang waktu tahun 2016 karena berdasarkan banyaknya jumlah berita yang di muat di dua media online Kompas dan Detik mereka paling banyak mempubulish berita di tahun tersebut.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Destiansi Wisata Halal

1. Pengertian

Wisata (Irawan, 2010 : 1) memiliki pengertian perjalanan dimana dalam bahasa Inggris disebut *'Travel'*, Wisata secara umum memiliki pengertian dimana orang atau sekelompok orang berpergian kesuatu tempat untuk berekreasi, melepas penat, bersantai dan mengenal budaya tempat lain. Di Indonesia sendiri dunia pariwisata mulai menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dalam banyak bidang pariwisata. Pemerintah mulai mengembangkan pariwisata di daerah-daerah secara merata.

Perkembangan wisata di Indonesia didukung dengan kekayaan alam dan budaya yang sangat potensial. Saat ini pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata sedang gencar mengembangkan pariwisata halal di Indonesia karena di dunia internasional sendiri *Halal Tourism* sedang sangat berkembang. Dalam sebuah laporan yang diterbitkan oleh World Travel Market di London pada tahun 2007 ada potensi yang begitu besar untuk sisi pariwisata bagi kemajuan ekonomi.

Wisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim, dimana destinasi wisata yang dikembangkan bukan hanya tentang tempat yang bersangkutan dengan Islam namun lebih merujuk ke pelayanan dan fasilitasnya. Pelayanan pariwisata dalam wisata halal ini merujuk pada aturan-aturan Islam.

Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman beralkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita. Jadi wisata halal tidak hanya tentang tempat-tempat religius seperti makam, peninggalan Islam tapi juga merujuk ke tempat wisata yang umum seperti pantai, peninggalan sejarah, alam, kuliner dan lain-lain. (<http://dispudat.acehprov.go.id/>)

Selain hotel, transportasi dan kuliner dalam industri pariwisata halal juga memakai konsep Islami. Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan

bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. . Kemudahan ini bisa berupa fasilitas tempat ibadah. Penyediaan tempat sholat di pesawat dan pengumuman waktu ibadah juga harus dipenuhi pihak penyedia jasa transportasi wisata halal. Selain transportasi kuliner juga harus sesuai dengan kebutuhan wisata halal, misalnya menuliskan komposisi makanan yang dibuat dan menunjukkan label halal pada setiap makanan yang dijual. Tulisan lain dalam sebuah artikel yang diterbitkan oleh situs web The Economist (economist.com) juga menyebutkan adanya prospek yang cukup besar bagi industri pariwisata halal, tidak hanya berhubungan dengan produk halal seperti makanan ataupun minuman non-alkohol tetapi juga pelayanan yang halal terutama yang berhubungan dengan interaksi antara wisatawan laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim.

Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) yang menjadi acuan standar wisata halal di dunia, ada 3 kebutuhan pokok wisata halal yaitu yang pertama adalah destinasi ramah keluarga, yang kedua adalah pemenuhan layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim, yang ketiga adalah kesadaran tentang konsep halal dan pemasaran destinasi halal.

2. Perkembangan Wisata Halal

Hingga 2015, pertumbuhan pariwisata halal dapat dikatakan sebagai pertumbuhan terbesar dibandingkan dengan jenis pariwisata lainnya. Pariwisata halal dalam artikel yang diterbitkan oleh traveltourismindonesia.com digambarkan sebagai berikut: Tumbuh 100% lebih cepat daripada sektor wisata lainnya, mencapai \$135 miliar nilai pemesanan perjalanan ke luar negeri (*outbound*), diprediksi akan tumbuh hingga \$200 miliar pada tahun 2020. Akan menjadi sebuah generator besar bisnis langsung dan jangka panjang dengan pendapatan maksimum. (<http://studipariwisata.com>)

Bagi Indonesia, destinasi wisata halal bukan hanya untuk pasar luar negeri saja, tapi juga untuk pasar dalam negeri yang terus mengalami peningkatan signifikan. Berdasarkan data yang di dapatkan dari Badan Pusat Statistik Indonesia survei tahun 2010 jumlah penduduk muslim di Indonesia tahun 2010 sudah mencapai 207.176.162 (dua ratus tujuh juta seratus tujuh puluh enam ribu

seratus enam puluh dua jiwa), hal tersebut memicu dipromosikannya wisata halal secara gencar oleh pemerintah Indonesia.

3. Destinasi Wisata Halal

Destinasi adalah tempat tujuan atau daerah tujuan wisata (Daryanto, 1997) dalam Kamus Bahasa Indonesia. Secara umum destinasi wisata halal bisa juga diartikan sebagai tempat atau daerah yang telah dipilih wisatawan muslim untuk tinggal beberapa waktu ditempat tersebut dalam perjalanan wisatanya.

Berbicara tentang destinasi wisata pasti erat kaitannya dengan pengelolaan sumber daya alam dan juga kemajuan ekonomi suatu daerah. Keseimbangan antara ekonomi dan ekologi merupakan prinsip dasar dalam pengelolaan tempat-tempat wisata baik di Indonesia maupun di negara lain.

Semenjak berkembangnya wisata halal yang mulai mendunia pada tahun 2014 mulai banyak negara-negara yang mengembangkan destinasi pariwisata mereka dalam bidang wisata halal untuk wisatawan muslim. Edisi pertama dari *MasterCard CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI)* yang dipublikasikan tahun 2015 lalu mencatat wisata halal memiliki 100 destinasi wisata yang tersebar di dunia, namun destinasi wisata tersebut meningkat menjadi 130 destinasi wisata halal pada tahun 2016. GMTI juga mempublikasikan 10 negara terbaik dengan destinasi wisata halal pada tahun 2016 yang tergabung dalam *Organisasi Of Islamic Cooperation (OIC)*, yaitu : Malaysia (skor 81,9), Uni Emirat Arab (skor 74,7), Turki (skor 73,9), Indonesia (skor 70,6), Qatar (skor 70,5), Arab Saudi (skor 70,4), Oman (skor 70,3). Maroko (skor 68,30, Jordan (skor 65,4), Bahrain (skor 63,3)

Sedangkan untuk peringkat negara dengan destinasi wisata halal terbaik yang tidak tergabung dalam *Organisasi Of Islamic Cooperation (Non-OIC)* yaitu : Singapura (skor 68,4), Thailand (skor 59,5), Inggris (skor 59,0), Afrika Selatan (skor 53,1), Hongkong (skor 53,0), Perancis (skor 51,6), Taiwan (skor 50,1), Jepang (skor 49,1), Srilanka (skor 49,0), Amerika Serikat (skor 48,9).

Wisata Halal di Indonesia telah digiatkan sejak tahun 2014 dimana hingga kini di Indonesia telah memiliki 113 destinasi dan industri pariwisata nasional. Deputi bidang pengembangan destinasi dan Industri pariwisata, kementerian

pariwisata, Dadang Rizki mengatakan tiga penghargaan yang di peroleh Indonesia pada *world halal travel awards* di Une Emirat Arab pada Oktober 2015 lalu membuktikan bahwa Indonesia merupakan destinasi favorit wisata halal berkelas dunia. Tiga penghargaan tersebut berupa *The World's Best Halal Tourism Destination*, *The World's Best Halal honeymoon Destination*, dan Sofyan Hotel sebagai *The World's Best Family Friendly Hotel*. Tahun lalu total market wisata halal mencapai US\$ 200 miliar (belum termasuk fashion, food, dan industri jasa keuangan dan asuransi), sementara kemampuan Indonesia dalam merebut pasar tersebut baru sekitar 1, 2 persen, masih jauh tertinggal dari negara tetangga yaitu Malaysia dan Thailand yang masing-masing memperoleh 25 persen dan 245 devisa halal di Dunia.

B. Profil Kompas.com

1. Kompas Gramedia

Kompas.com merupakan salah satu anak perusahaan dari Kompas Gramedia atau yang sering disebut KG. Kompas Gramedia adalah perusahaan dari Indonesia mengembangkan usahanya dalam bidang media massa. Kompas Gramedia sendiri berdiri pada tanggal 17 agustus 1963, berawal dari terbitnya majalah intisari, oleh P.K Ojong dan Jakob Oetama. Kehadiran Kompas Gramedia tidak bisa lepas dari sejarah panjang yang mengikutinya demi mencapai Indonesia lebih baik.

Pada tahun 80-an perusahaan ini mulai berkembang pesat, terutama dalam bidang komunikasi. Hingga saat ini Kompas Gramedia memiliki banyak anak perusahaan dari media massa cetak atau daring. Berikut adalah anak perusahaan dari Kompas :

- a. Toko buku dan percetakan: Gramedia
- b. Surat kabar : Harian Kompas, Tribun, kontan, Warta Kota, Surya
- c. Majalah : *National Geographic*, *National Geographic Kids*, Potret Negeriku, Intisari, *Princess*, Barbie, *Cars*, Bobo, Bobo Junior, Hai, Kawanku, Girls Cantik dan Cerdas, Nova,

Chip, Info Komputer, Angkasa, *What Hi-Fi?*, Pc Plus, HotGame, Saji, Sedap, Bola, Soccer, Motor Plus, Digital Camera Indonesia, Citra, Otomotif, Idea, Gaya Hidup Sehat, Forsel, Oto Plus.

- d. Daring : Kompas.com dan Tribunnews.com.
- e. Penyiaran : Kompas TV, Gramedia TV dan KTV
- f. Radio : Sonora, Motion Radio, Smart FM, RAL FM,
- g. Event Organizer : Dyandra Promosindo
- h. Industri : PT. Graha Kerindo Utama
- i. Jaringan Hotel : Santika Indonesia Hotels & Resorts, Amaris, The Kayana & The Samaya dan Royal Ambarukmo.

2. Kompas.com

Perjalanan bisnis Kompas Gramedia saat ini tiba pada perkembangan digital yang menunjuk pada fenomena berkembangnya pengguna jaringan internet di semua lapisan masyarakat. Maka Harian Kompas membuat versi online dari berita yang mereka miliki dengan membuat Kompas Online pada tahun 1995. Pada saat itu Kompas.com masih memiliki nama Kompas Online yang masih berisi versi online dari surat kabarnya saja. Tapi pada saat ini salah satu anak perusahaan Kompas Gramedia yang bergerak dalam bidang media massa atau daring ini portal onlinenya berisi kumpulan berita terkini yang dapat diakses secara langsung selama kita terhubung di internet atau online. Berita-berita yang terdapat dalam Kompas.com tidaklah sama dengan yang terdapat dalam Kompas surat kabar. Akan tetapi melalui Kompas.com kita dapat mengetahui kejadian yang terjadi baru saja atau terbaru terlebih dahulu dengan versi yang lebih singkat tanpa harus menunggu edisi cetak terlebih dahulu.

Kemudian pada tahun 2008 Kompas.com tampil dengan perubahan penampilan yang terbaru. Dengan mengusung ide *'reborn'*, Kompas.com membawa logo, tata letak, hingga konsep yang semuanya tampil baru di dalamnya. Menjadi lebih kaya, lebih segar, lebih elegan dan tentunya tetap mengedepankan unsur *user-friendly* dan *advertiser-friendly*. Sinergi ini

menjadikan kompas.com sebagai sumber informasi lengkap, yang tidak hanya menghadirkan berita dalam bentuk teks, namun juga gambar, video hingga live streaming. Dan adanya perubahan ini kemudian mendorong bertambahnya pengunjung aktif kompas.com di awal tahun 2008 yang mencapai 20 juta pembaca aktif per bulan, dan total 40 juta view pages per bulan. Dan hingga saat ini kompas.com telah mencapai 120 juta view pages per bulan.

Hingga pada tahun 2013 akhirnya kompas kembali melakukan perubahan, yaitu tampilan halaman yang lebih tertata rapi dan bersih, serta fitur baru yang lebih personal.

3. Profil Jajaran Direksi kompas.com

Berikut adalah profil jajaran direksi di kompas.com :

- | | |
|---------------------------|--|
| j. Director | : Andy Budiman. |
| k. GM Sales | : Devie Emza. |
| l. GM Marketing | : M. Trinovita. |
| m. Editorial | : Wisnu Nugroho, Tri Wahono, Heru Margianto,
Amir Sodikin, Moh. Latip, Weshley
Hutagalung, Jalu wisnu. |
| n. Video Manager | : Jerry Eddie Nurcahyo. |
| o. Digital Advertising | : Andrew H. Sinaga, Yulveni Setiadi, Amalia
Nuraini. |
| p. Stategic Patner | : Tommy Anugroho. |
| q. Kompas Karier | : Naomi Octiva. |
| r. Finance Departement | : Holly Emaria. |
| s. Technology Departement | : Ihwan Santoso, Murfi Abbas, Yohanes
Kartiko, MH Prio Agung Wibowo. |
| t. Directors Staff | : Eberhard Nove Ojong, Romi Dandiawan,
Anastasia Angeline. |
| u. Kompasiana | : Pepih Nugraha, Roko Sekar Wening, Iskandar
Zulkarnaen. |

4. Logo gambar kompas.com :



(sumber : <http://id.m.wikipedia.org/wiki/kompas.com>)

5. Penghargaan yang di Peroleh Kompas.com

Kompas.com juga menunjukkan bahwa portal online mereka memang memiliki kualitas yang baik dengan di terimanya beberapa penghargaan untuk Kompas.com. penghargaan tersebut adalah : Majalah SWA 2008 (kategori Portal berita paling populer), Cakram Award 2008 (Kategori Perusahaan Pengelola News Portal), Adam Malik Award 2009 (Kategori Media Online Terbaik Dalam Pemberitaan Luar Negeri), WAN IFRA 2010 (Kategori User Generated Content), Empowering Talent 2010 (Kategori English Debate Competition), Kompas Gramedia Award (Kategori The Best Performance Company 2009), WAN IFRA 2011 (Kategori Best Newspaper Website In Asia), Anugrah Warta Citra Adiwahana 2011 (Kategori Best Online News), Gadget+ 2012 (Kategori The Most Favorit News Portal), Majalah Marketeers dan Markplus Insight 2012 (Kategori Most Popular News Provider Brand). Batikday.com / Kementrian BUMN 2012 (Kategori Most Favorite Portal's Batik Cover Design), Granat Award 2012 (Kategori Pemberitaan Yang Konsisten Memerangi Kejahatan Narkoba).

6. Kumupulan Berita Destinasi Wisata Halal di Kompas.com

Dalam portal online Kompas.com ini peneliti ingin meneliti bingkai pemberitaan tentang 'Destinasi Wisata Halal'. Maka peneliti mengumpulkan data pemberitaan wisata halal di Kompas.com sebagai berikut :

Tabel Berita Destinasi Wisata Halal

Di Kompas.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Selasa, 7 januari 2014	Inilah 9 destinasi Wisata Syariah di Indonesia
2.	Rabu, 18 maret 2015	Tak Mau Kalah dengan Malaysia, Batam Genjot Wisata Halal
3.	Kamis, 23 april 2015	APII Dorong NTB Jadi Pusat Wisata Syariah
4.	Rabu, 13 mei 2015	BAV Siapkan Pendanaan untuk Pengembangan Wisata Syariah Nasional
5.	Rabu, 24 juni 2015	Singapura Luncurkan Buku Panduan Wisata Halal
6.	Rabu, 21 oktober 2015	Indonesia Sabet 3 Penghargaan Wisata Halal Tingkat Dunia
7.	Jumat, 11 desember 2015	Wisata Syariah Belum Memiliki Alat Ukur
8.	Senin, 8 februari 2016	Lombok, Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia
9.	Kamis, 17 maret 2016	Wisata Halal Jangan Sebatas Jargon
10.	Minggu, 3 april 2016	Seperti NTB, Wisata Halal akan dikembangkan di Sumbar
11.	Senin, 11 april 2016	2018, Pasuruan Fokus Kembangkan Wisata Halal
12.	Selasa, 19 april 2016	Tarik Turis Malaysia, Sabang Perlu Galakan Wisata Halal
13.	Kamis, 21 april 2016	Kemenpar Dorong Jabar Kembangkan Wisata Halal
14.	Rabu, 27 april 2016	IDB Dukung Pengembangan Wisata Halal di NTB
15.	Rabu, 1 juni 2016	Potensi besar, Kemenpar kembangkan Wisata Halal
16.	Selasa, 14 juni 2016	Wisata Halal Menyasar Sumbar dan Aceh
17.	Senin, 4 juli 2016	Kompetisi Pariwisata Halal 2016 Siap Ramaikan Industri Pariwisata Indonesia
18.	Kamis, 4 agustus 2016	Filipina, Alternatif Destinasi Wisata Halal di Asia Tenggara
19.	Kamis, 4 agustus 2016	Merancang "Itinerary" Wisata Halal Semakin Mudah

20.	Sabtu, 6 agustus 2016	Tiga Hambatan pengembangan Wisata Halal di Indonesia
21.	Sabtu, 6 agustus 2016	Aceh Tawarkan Sejumlah Destinasi Wisata Halal
22.	Minggu, 7 agustus 2016	Promosikan Wisata Halal, Kemenpar Incar Turis dari Negara Ini
23.	Kamis, 11 agustus 2016	Genjot Kunjungan Wisatawan, Kota Malang Kembangkan Wisata Halal
24.	Kamis, 18 agustus 2016	Incar Wisatawan Indonesia, Selandia Baru Luncurkan Panduan Wisata Kuliner Halal
25.	Minggu, 28 agustus 2016	KBRI Malaysia Siap Promosikan Wisata Halal Indonesia
26.	Kamis, 1 september 2016	Alasan Paket Wisata Halal di Jepang Lebih Mahal
27.	Kamis, 1 september 2016	Awal Tahun 2017, Kota Malang Targetkan Jadi Destinasi Wisata Halal
28.	Senin, 19 september 2016	Menpar : Aceh Berpeluang Kembangkan Wisata Halal
29.	Rabu, 21 september 2016	Aceh, NTB, dan Sumbar Bersaing Ketat dalam Penghargaan Wisata Halal
30.	Rabu, 21 september 2016	10 Pemenang Anugerah Pariwisata Halal Berkesempatan Maju ke Tingkat Dunia
31.	Kamis, 22 september 2016	Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal...
32.	Kamis, 22 september 2016	Indonesia Optimis Menuju Pariwisata Halal Nomor Satu di Dunia
33.	Kamis, 22 september 2016	Terasa, Dampak Positif Wisata Halal Lombok
34.	Kamis, 29 september 2016	Wisata Halal di Indonesia Sebatas “Branding”
35.	Kamis, 8 Desember 2016	Indonesia Menangi 12 Kategori World Halal Tourism Award 2016

36.	Rabu, 4 Januari 2017	Kompetisi Wisata Halal, Indonesia Geser Posisi Para “Legenda”
37.	Selasa, 10 Januari 2017	Xinjiang, Target Wisata Halal Indonesia di China
38.	Selasa, 21 Februari 2017	Borobudur, Joglosemar, dan Wisata Halal Dipamerkan di TITF 2017
39.	Senin, 13 Maret 2017	BNI Syariah Tawarkan Halal Tourism di GATF 2017
40.	Selasa, 21 Maret 2017	BNI Syariah Incar Bisnis Wisata Halal
41.	Kamis, 4 Mei 2017	Cara Indonesia Menjadi Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia
42.	Kamis, 4 Mei 2017	Gorontalo Siapkan Destinasi Wisata Halal
43.	Jumat, 21 April 2017	Potensi Wisata Halal Besar, Patut dikembangkan
44.	Sabtu, 22 April 2017	Wisata Halal Jamin Kenyamanan Pelancong
45.	Kamis, 4 Mei 2017	Cara Indonesia Menjadi Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia
46.	Kamis, 2 November 2017	Sandi Ingin Kembangkan “Halal Tourism” di Jakarta
47.	Jumat, 3 November 2017	Ini Kata Praktisi soal Wisata Halal di DKI Jakarta
49.	Jumat, 3 November 2017	Menpar : Jakarta Masuk Top 5 Pengembangan Wisata Halal di Indonesia
50.	Jumat, 24 November 2017	Dispar Sulsel Berencana Kembangkan Wisata Halal di Toraja
51.	Kamis, 21 Desember 2017	Wisata Halal Kini Makin Mudah
52.	Kamis, 1 Februari 2018	Pemprov DKI dan MUI Tetapkan Lokasi Wisata Halal di Jakarta
53.	Minggu, 4 Maret 2018	Turis Indonesia Bisa Coba Paket Wisata Halal di Afrika Selatan
54.	Rabu, 7 maret 2018	Ingin Terapkan Wisata Halal di Jakarta, Sandiaga Belajar dari Tokyo

55.	Kamis, 22 Maret 2018	Kawasan Setu Babakan Akan Jadi Percontohan Wisata Halal di Jakarta
56.	Kamis, 22 Maret 2018	UPK Setu Babakan : Kami Sudah Jalankan Wisata Halal
57.	Jumat, 23 Maret 2018	Menanti Sandiaga Merealisasikan Wisata Halal di Jakarta
58.	Minggu, 25 Maret 2018	60 Detik Wisata Halal di Jakarta
59.	Sabtu, 7 April 2018	Warga Berdaya dari Wisata Halal
60.	Kamis, 12 April 2018	Wisata halal di Asia akan Berkembang Pesat
61.	Kamis, 12 April 2018	Malaysia Urutan Pertama Wisata Halal Dunia, dimana posisi Indonesia?
62.	Sabtu, 28 April 2018	Gorontalo Berencana Kembangkan Wisata Halal

C. Profil Detik.com

1. Sejarah Detik.com

Detikcom merupakan salah satu portal online yang berisi tentang berita dan artikel daring di Indonesia. Server detikcom sebenarnya sudah siap diakses sejak 30 Mei 1998, namun mulai mengudara dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli tersebut akhirnya ditetapkan sebagai hari jadi detikcom yang didirikan oleh Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Abdul Rahman dan Didi Nugrahadi. Pada awalnya peliputan detikcom hanya terfokus pada berita politik, ekonomi dan teknologi informasi saja, baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detikcom memutuskan untuk melampirkan berita hiburan dan olahraga juga.

Pada Juli 1998 detikcom per harinya menerima 30.000 *hits* (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs) dengan sekitar 2.500 *user* (pengguna internet). Sembilan bulan kemudian, tepatnya Maret 1999, angka jumlah pengunjung per harinya naik hingga tujuh kali lipat atau 214.000 *hits* perhari atau 6.420.000 *hits* perbulan dengan 32.000 *user*. Terakhir, *hits* detikcom mencapai 2,5 juta per harinya.

Pada 3 Agustus 2011 CT Corp mengakuisisi detikcom dan mulai tanggal itulah secara resmi detikcom berada dibawah Trans Corp, yaitu milik salah satu pengusaha

sukses di Indonesia, Chairul Tanjung. Pada awalnya Trans Corp didirikan sebagai penghubung antara stasiun televisi Trans TV dengan stasiun televisi yang baru saja diambil alih 55 persen saham kepemilikannya oleh CT Corp dari kelompok Kompas Gramedia, Trans7 (dulunya TV7).

Chairul Tanjung membeli detikcom secara total (100 persen) dengan nilai US\$60 juta atau Rp. 521.540 miliar. Setelah diambil alih maka semua jajaran direksi detikcom diambil alih oleh CT Corp, sebagai perpanjangan tangan CT Corp di ranah media. Sebelum diakuisisi oleh CT Corp, saham detikcom dimiliki oleh Agranet, Tiger Investment dan Mitsui & Co. Agranet memiliki saham 59 persen, Tiger memiliki saham 39 persen dan Mitsui & Co memiliki 2 persen sisanya.

Salah satu kritik yang sering dilayangkan pada detikcom adalah banyaknya iklan yang memenuhi halaman utama situs ini. Saat diakses pertama kali, halaman muka detikcom pada peramban berukuran 1024x768 akan dipenuhi iklan yang mengisi sekita 80 persen ruangnya. Namun mulai 9 juli 2008, detikcom telah mengubah tampilan halaman mukanya dan menempatkan iklan yang lebih tertata, serta mengurangi jumlah iklan secara drastis.

2. Jajaran Direksi Detik.com

Berikut adalah jajaran redaksi yang dimiliki detikcom :

- a. Komisaris Utama : Raden Suroyo Bimantoro.
- b. Komisari : Sutrisno Iwantoro, Calvin Lukmantoro.
- c. Direktur Utama : Budiono Darsono.
- d. Direktur Sales dan Marketing : Nur Wahyuni.
- e. Direktur Keuangan dan HRD : Warnedy.

3. Sub Unit Detik.com

Detikcom merupakan portal kepada situs – situs :

DetikNews (news.detik.com), detikFinance (finance.detik.com), detikFood (food.detik.com), detikHot (hot.detik.com), detik-Net (inet.detik.com), detikSport (sport.detik.com), detikHealt (healt.detik.com), detkTV (tv.detik.com), detikFoto (foto.detik.com), detikOto (oto.detik.com), detikTravel (travel.detik.com), detikSurabaya (surabaya.detik.com), detikBandung (bandung.detik.com), detikForum (forum.detik.com), blogdetik (blog.detik.com), wolipop (wolipop.detik.com),

TanyaSaja (tanyasaja.detik.com), DetikMap (map.detik.com), IklanBaris (iklanbaris.detik.com), MyTRANS (www.mytrans.com), Harian Detik (harian.detik.com).

4. Logo gambar detikcom :



(Sumber : <http://id.m.wikipedia.org/wiki/detikco>.)

5. Kumpulan Berita Destinasi Wisata Halal di Detik.com

Dalam portal online detikcom ini peneliti ingin meneliti bingkai pemberitaan tentang “Wisata Halal”. Maka peneliti mengumpulkan data yang berisi judul pemberitaan wisata halal di detikcom dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel Berita Wisata Halal
Di detik.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Selasa, 12 Mei 2015	Apa Definisi yang Cocok Untuk Wisata Halal di Indonesia?
2.	Selasa, 12 Mei 2015	Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia
3.	Sabtu, 27 Juni 2015	4 Tempat Wisata Kuliner Halal di Bangkok
4.	Selasa, 4 Agustus 2015	Wisata Halal di Turki Makin Menjanjikan
5.	Rabu, 5 Agustus 2015	Wisata Halal di NTB, Tapi Banyak Turis Berbikini?
6.	Rabu, 21 Oktober 2015	Alhamdulillah, Indonesia Menang di World Halal Travel Awards 2015
7.	Rabu, 21 Oktober 2015	Ini Alasan Lombok Jadi Destinasi Halal Terbaik di

		Dunia
8.	Rabu, 21 oktober 2015	Menang 3 Kategori Halal Tourism, Menpar Naikan Target Kunjungan Turis Muslim
9.	Senin, 9 november 2015	Turis Malaysia, Ayo Wisata Halal ke Indonesia!
10.	Senin, 9 november 2015	Pulau Jeju Belajar Bikin Wisata Halal Dari Indonesia
11.	Rabu, 18 november 2015	Menteri Pariwisata Ajak Pers Dukung Wisata Halal
12.	Selasa, 8 desember 2015	Wisata Halal Populer di Luar Negeri, Tapi Belum di Indonesia
13.	Rabu, 13 januari 2016	Wisata Halal Makin Moncer Tahun 2016, Puluhan Paket Diluncurkan
14.	Rabu, 3 februari 2016	Batam Bersiap Jadi Destinasi Wisata Halal
15.	Rabu, 3 februari 2016	10 Destinasi Halal Terbaik Untuk Dikunjungi Tahun Ini
16.	Sabtu, 6 februari 2016	Ingin Jadi Tujuan Wisata Halal, NTB Diminta Maksimalkan Media Sosial
17.	Kamis, 25 feruari 2016	Menjual Wisata Halal dan Ramah Anak di NTB
18.	Jumat, 26 februari 2016	Taiwan Mulai Serius Kembangkan Wisata Halal
19.	Sabtu, 5 Maret 2016	Aceh yang Serius Jadi Destinasi Wisata Halal Indonesia
20.	Rabu, 23 maret 2016	Kalahkan Arab Saudi, Indonesia Rangking 4 Dunia Destinasi Ramah Muslim
21.	Rabu, 23 maret 2016	Kemenpar Targetkan Jadi Negara Wisata Halal Terbaik di Tahun 2019
22.	Minggu, 10 april 2016	Gandeng Malaysia, NTB Siap Promosikan Wisata Halal ke Dunia
23.	Senin, 11 april 2016	PKP DKI Jakarta Bersama LPPOM MUI Deklarasikan Jakarta Sebagai Tujuan Wisata dan Pasar Halal
24.	Selasa, 12 april 2016	Terima 24 Mahasiswa Malaysia, Kadisbudpar NTB Jelaskan Soal Wisata Halal

25.	Kamis, 28 april 2016	Kabupaten Pasuruan Canangkan Destinasi Wisata Halal
26.	Jumat, 24 juni 2016	Promosi Wisata Halal, Aceh Luncurkan Tagline 'The Light Of Aceh'
27.	Senin, 18 juli 2016	Indonesia Harus Lakukan 3 Langkah Ini Untuk Kalahkan Wisata Halal Malaysia
28.	Jumat, 5 agustus 2016	Ini Kelebihan Aceh yang Tidak Dimiliki Lombok di Wisata Halal
29.	Kamis, 18 agustus 2016	Seminar Internasional Pariwisata Halal Akan Digelar di Bandung
30.	Jumat, 26 agustus 2016	Datsun Dukung Aceh Sebagai Wisata Halal
31.	Selasa, 28 agustus 2016	Tim Percepatan Wisata Halal Sukses Saring Ratusan Kontestan
32.	Kamis, 1 september 2016	Dukung Wisata Halal, Jabar Ingin Jadi Provinsi Halal Pertama di Indonesia
33.	Kamis, 1 september 2016	Masalah Jawa Barat Mengembangkan Destinasi Wisata Halal
34.	Kamis, 1 september 2016	Pesan Menteri Pariwisata Kembangkan Wisata Halal Indonesia
35.	Kamis, 1 september 2016	Menpar Tunjuk ITB Jadi Pusat Kajian Wisata Halal Indonesia
36.	Sabtu, 3 september 2016	Macau Mulai Kembangkan Wisata Halal
37.	Rabu, 7 september 2016	Aceh yang -Sangat Serius Menjadi Destinasi Wisata Halal Indonesia
38.	Kamis, 8 september 2016	Antara Wisata Halal dan Kehidupan Ala Barat di Lombok
39.	Sabtu, 10 september 2016	Rangkul Blogger, NTB Gencarkan Promosi Pariwisata Halal

40.	Selasa, 20 september 2016	Kembangkan Wisata Halal, Aceh diminta Ikut Standar Dunia
41.	Rabu, 21 september 2016	Ini Dia 15 Destinasi Halal Terbaik di Indonesia
42.	Kamis, 22 september 2016	Guide Jadi Garda Terdepan Gencarkan Promosi Wisata Halal NTB
43.	Jumat, 23 september 2016	Aceh yang Pede Jadi Destinasi Wisata Halal Dunia
44.	Jumat, 23 september 2016	Aceh Makin Optimis Jadi Pariwisata Nasional
45.	Jumat, 23 september 2016	3 Provinsi ini Borong Anugerah Wisata Halal Nasional 2016
46.	Sabtu, 08 Oktober 2016	Jadi Juara Wisata Halal Dunia, Tingkat Okupansi Hotel di Lombok Capai 80%
47.	Sabtu, 08 Oktober 2016	Gelar Pemilihan Duta Wisata, Aceh Songsong Destinasi Wisata Halal Dunia
48.	Rabu, 26 Oktober 2016	Gandeng Ormas Islam, Disbupar NTB Siap Sosialisasikan Wisata Halal
49.	Kamis, 10 November 2016	Terus Dukung Hotel di Bali Ini Jadi Juara Wisata Halal
50.	Senin, 14 November 2016	Lombok Hampir Jadi Juara Pariwisata Halal Dunia, Vote Yuk!
51.	Sabtu, 19 November 2016	Ayo Vote Perwakilan Indonesia si Ajang Kompetisi Wisata Halal
52.	Kamis, 08 Desember 2016	Alhamdulillah, Indonesia Menang 12 Penghargaan World Halal Tourism
53.	Selasa, 13 Desember 2016	Wisata Halal di Lombok Ramai di Kunjungi Wismas

54.	Kamis, 22 Desember 2016	Juara di Wisata Halal, Indonesia juga Harus Tingkatkan Kualitas
55.	Jumat, 13 Januari 2017	Ketua MUI Dukung Banyuwangi Kembangkan Pariwisata Halal
56.	Kamis, 9 Maret 2017	Yuk Intip Perda Wisata Halal : Atur Spa, Sauna hingga Pramuwisata
57.	Selasa, 11 April 2017	Indonesia Makin Pede Jadi Destinasi Wisata Halal Dunia
58.	Minggu, 30 April 2017	Wisata Halal Indonesia, Boleh Juga
59.	Jumat, 5 Mei 2017	Soal Wisata Halal, Negara Non Muslim Bisa Lebih Islami
60.	Minggu, 06 Agustus 2017	Hong Kong Makin Gencar Promosi Wisata Halal
61.	Sabtu, 26 Agustus 2017	Destinasi Wisata Halal Indonesia Goda Turis China
62.	Senin, 02 Oktober 2017	Taiwan Tingkatkan Wisata Halal Untuk Turis Muslim
63.	Senin, 23 Oktober 2017	Mandalika Disiapkan Jadi Wisata Halal?
64.	Senin, 30 Oktober 2017	Ini Calon Destinasi Wisata Halal Pertama di Garut
65.	Kamis, 02 November 2017	Jaktour Sambut Baik Wacana Halal Tourism di Jakarta
66.	Jumat, 03 November 2017	Dorong wisata Halal, Rute Kertajati – Shizuoka Jepang akan Dibuka
67.	Senin, 06 November 2017	Muhammadiyah : Wisata Halal di DKI Bisa Jadi Daya Tarik Turis Muslim
	Senin, 06 November 2016	Dukung Wisata Halal di DKI, MUI : Sinergi dengan Komitmen Presiden
68.	Kamis, 21 Desember 2017	Wisata Halal Kini Makin Mudah
69.	Kamis, 01 Februari	Gandeng MUI, Sandiaga Cari 2 Destinasi untuk

	2018	Dijadikan Wisata Halal
70.	Kamis, 08 Februari 2018	Wisata Halal di Tengah Kota Singapura
71.	Jumat, 16 Februari 2018	Kerja Sama Wisata Halal Dengan Turki, Sandi akan Tampilkan Tari Sufi
72.	Kamis, 22 Februari 2018	Sandiaga Ingin Wisata Halal Jakarta Semaju Kota Lain di Asia
73.	Rabu, 07 Maret 2018	Sandiaga Targetkan Jakarta Jadi Destinasi Wisata Halal Tahun 2020
74.	Rabu, 07 Maret 2018	Kembangkan Wisata Halal, Sandi Yakin Hiburan Malam Tak terganggu
75.	Jumat, 09 Maret 2018	Wisata Halal dan Milenial di Mata Sandiaga Uno
76.	Rabu, 21 Maret 2018	Setu Babakan akan Jadi Percontohan Wisata Halal

D. Kategorisasi

Dalam pemilihan berita yang akan dianalisis, maka penulis membuat kategorisasi dalam setiap media. Kategorisasi di bagi menjadi 5 dan di pilih sesuai dengan judul dan konten isi berita. 5 kategori tersebut adalah :

1. Strategi dan pengembangan destinasi wisata halal
2. Hambatan
3. Prestasi Destinasi Wisata Halal
4. Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal
5. Destinasi wisata halal luar negeri

Kategori 'strategi dan pengembangan wisata halal' dilihat dari bagaimana banyaknya media mengemas judul yang mereka gunakan dan konten isi yang mereka muat. Pada portal online kompas.com berita "Destinasi Wisata Halal" dengan kategorisasi "Strategi dan pengembangan destinasi wisata halal" dipublikasi sebanyak 13 berita sedangkan dalam detikcom sebanyak 11 berita.

1. Strategi dan Pengembangan Destinasi Wisata Halal

Peneliti membuat kategori ini karena dalam pengembangan Destinasi Wisata Halal media yang di teliti selalu memuat berita tentang strategi dan pengembangan destinasi wisata halal. Kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal” dalam portal online kompas.com berita sebanyak 13 berita. Karena banyaknya berita yang di muat dalam setiap media online, maka penulis membuat tabel berita kategori “strategi dan pengembangan wisata halal”. Berikut tabel judul berita kompas.com dalam kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal”

Tabel 1.1 Judul Berita Kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal” pada kompas.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Rabu, 13 Mei 2015	BAV siapkan Pendanaan untuk Pengembangan Wisata Syariah Nasional
2.	Minggu, 3 april 2016	Seperti NTB, Wisata Halal akan dikembangkan di Sumbar
3.	Senin, 11 april 2016	2018, Pasuruan Fokus Kembangkan Wisata Halal
4.	Kamis, 21 april 2016	Kemenpar Dorong Jabar Kembangkan Wisata Halal
5.	Rabu, 27 april 2016	IDB Dukung Pengembangan Wisata Halal di NTB
6.	Rabu, 1 juni 2016	Potensi besar, Kemenpar kembangkan Wisata Halal
7.	Kamis, 11 agustus 2016	Genjot Kunjungan Wisatawan, Kota Malang Kembangkan Wisata Halal
8.	Senin, 19 september 2016	Menpar : Aceh Berpeluang Kembangkan Wisata Halal
9.	Kamis, 22 september 2016	Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal...
10.	Kamis, 4 Mei 2017	Cara Indonesia Menjadi Destinasi Wisata Halal

		Terbaik di Dunia
11.	Kamis, 2 November 2017	Sandi Ingin Kembangkan “Halal Tourism” di Jakarta
12.	Jumat, 3 November 2017	Menpar : Jakarta masuk Top 5 Pengembangan Wisata Halal di Indonesia
13.	Jumat, 24 November 2017	Dispar Sulsel Berencana Kembangkan Wisata Halal di Toraja

Kategori ‘Strategi dan Pengembangan Wisata Halal’ dalam portal online detik.com berita sebanyak 11 berita. Untuk mempermudah penelitian maka peneliti membuat tabel berita. Berikut tabel judul berita detik.com dalam kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal”

Tabel 1.2 Judul Berita Kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal” pada detikcom.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Senin, 18 november 2015	Menteri Pariwisata Ajak Pers Dukung Wisata Halal
2.	Sabtu, 6 Februari 2016	Ingin jadi Tujuan Wisata Halal, NTB Diminta Maksimalkan Media Sosial
3.	Jumat, 24 Juni 2016	Promosi Wisata Halal, Aceh Luncurkan Tagline “The Light Of Aceh”
4.	Senin, 18 Juli 2016	Indonesia Harus Lakukan 3 Langkah Ini Untuk Kalahkan Wisata Halal Malaysia
5.	Kamis, 1 september 2016	Pesan Menteri Pariwisata Kembangkan Wisata Halal Indonesia
6.	Sabtu, 3 september 2016	Macau Mulai Kembangkan Wisata Halal

7.	Sabtu, 10 september 2016	Rangkul Blogger, NTB Gencarkan Promosi Pariwisata Halal
8.	Selasa, 20 september 2016	Kembangkan Wisata Halal, Aceh diminta Ikut Standar Dunia
9.	Rabu, 26 Oktober 2016	Gandeng Ormas Islam, Disbudpar NTB Siap Sosialisasikan Wisata Halal
10.	Kamis, 22 Desember 2016	Juara di Wisata Halal, Indonesia Juga Harus Tingkatkan Kualitas
11.	Jumat, 13 Januari 2017	Ketua MUI Dukung Banyuwangi Kembangkan Pariwisata Halal
12.	Jumat, 3 November 2017	Dorong Wisata Halal, Rute Kertajati – Shizuoka Jepang akan Dibuka

2. Hambatan

Selain strategi dan pengembangan wisata halal peneliti juga membuat kategori “Hambatan” karena pada berita yang diterbitkan dalam dua media online tersebut juga memuat tentang hambatan - hambatan yang dihadapi oleh Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata halal. Kategori ‘Hambatan’ dalam portal online kompas.com sebanyak 2 berita. Berikut tabelnya.

Tabel 2.1 Judul Berita Kategori “Hambatan”

pada kompas.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Jumat, 11 Desember 2015	Wisata Syariah Belum Memiliki Alat Ukur
2.	Sabtu, 6 Agustus 2016	Tiga Hambatan Pengembangan Wisata Halal di Indonesia

Dalam portal online detik.com kategori “Hambatan” berita yang di muat sebanyak 4 berita. Untuk mempermudah penelitian maka peneliti membuat tabel berita sesuai

berita yang masuk dalam kategori, selain itu peneliti memilih berita dengan judul “Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia” dalam kategori hambatan untuk diteliti.

Tabel 2.1 Judul Berita Kategori “Hambatan”
Pada Detik.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Selasa, 12 Mei 2015	Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia
2.	Rabu, 5 Agustus 2015	Wisata Halal di NTB, Tapi Banyak Turis Berbikini?
3.	Selasa, 8 Desember 2015	Wisata Halal Populer di Luar Negeri, Tapi Belum di Indonesia
4.	Kamis, 1 September 2016	Masalah Jawab Barat Mengembangkan Wisata Halal

3. Prestasi Destinasi Wisata Halal

Kategori ini diambil karena peneliti ingin melihat bagaimana dua media online yang diteliti memuat berita tentang prestasi yang sudah diraih oleh Indonesia dalam menjalankan Destinasi Wisata Halal selama ini. Kategori ‘prestasi’ dalam portal online kompas.com sebanyak 2 berita. Berita tersebut dengan judul “Indonesia Sabet 3 Penghargaan Wisata Halal Tingkat Dunia” dan “10 Pemenang Anugerah Pariwisata Halal Berkesempatan Maju ke Tingkat Dunia”

Sedangkan dalam portal online detikcom, kategori “prestasi” dimuat sebanyak 5 berita. Untuk memudahkan penulis membuat berita tersebut dalam tabel. Berikut tabel pemberitaan kategori “prestasi” dalam portal online detikcom :

Tabel 3.1 Judul Berita pada Detikcom

Kategori “Prestasi Destinasi Wisata Halal”

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
-----	--------------	--------------

1.	Rabu, 21 oktober 2015	Alhamdulillah, Indonesia Menang di World Halal Travel Awards 2015
2.	Rabu, 23 maret 2016	Kalahkan Arab Saudi, Indonesia Rangking 4 Dunia Destinasi Ramah Muslim
3.	Jumat, 23 september 2016	3 Provinsi ini Borong Anugerah Wisata Halal Nasional 2016
4.	Sabtu, 8 Oktober 2016	Jadi Juara Wisata Halal Dunia, Tingkat Okupansi Hotel di Lombok Capai 80%
5.	Kamis, 8 Desember 2016	Alhamdulillah, Indonesia Menang 12 Penghargaan Worl Halal Tourism

4. Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal

Kategori ini diambil karena peneliti ingin melihat bagaimana dua media online ini memuat berita tentang kekurangan pengembangan destinasi wisata halal kemudian membandingkan pemberitaan Destinasi Wisata Halal di portal masing-masing. Kategori “Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal” dalam portal online kompas.com sebanyak 3 berita.

Tabel 5.1 Judul Berita Dengan Kategori
“Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal”
Dalam Portal Online kompas.com

No.	Waktu Terbit	Judul
1.	Kamis, 17 Maret 2016	Wisata Halal Jangan Sebatas Jargon
2.	Kamis, 22 September 2016	Terasa, dampak Positif Wisata Halal di Lombok
3.	Kamis, 29 September 2016	Wisata Halal Di Indonesia Sebatas Branding

Sedangkan dalam media online detik.com pemberitaan tentang Kategori “Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal” hanya terdapat satu berita dengan

judul “Antara Wisata Halal dan Kehidupan ala Barat di Lombok” yang terbit pada Kamis, 8 September 2016.

5. Destinasi Wisata Halal Luar Negeri

Kategori “Destinasi Wisata Halal Luar Negeri” dalam portal online kompas.com sebanyak 5 berita. Karena banyaknya berita yang di muat dalam portal online tersebut, maka penulis membuat table berita kategori “Destinasi Wisata Halal di Luar Negeri”. Berikut tabel judul berita kompas.com dalam kategori “Destinasi Wisata Halal”

Tabel 5.1 Judul Berita Dengan Kategori “Destinasi Wisata Halal” dalam portal online.kompas.com

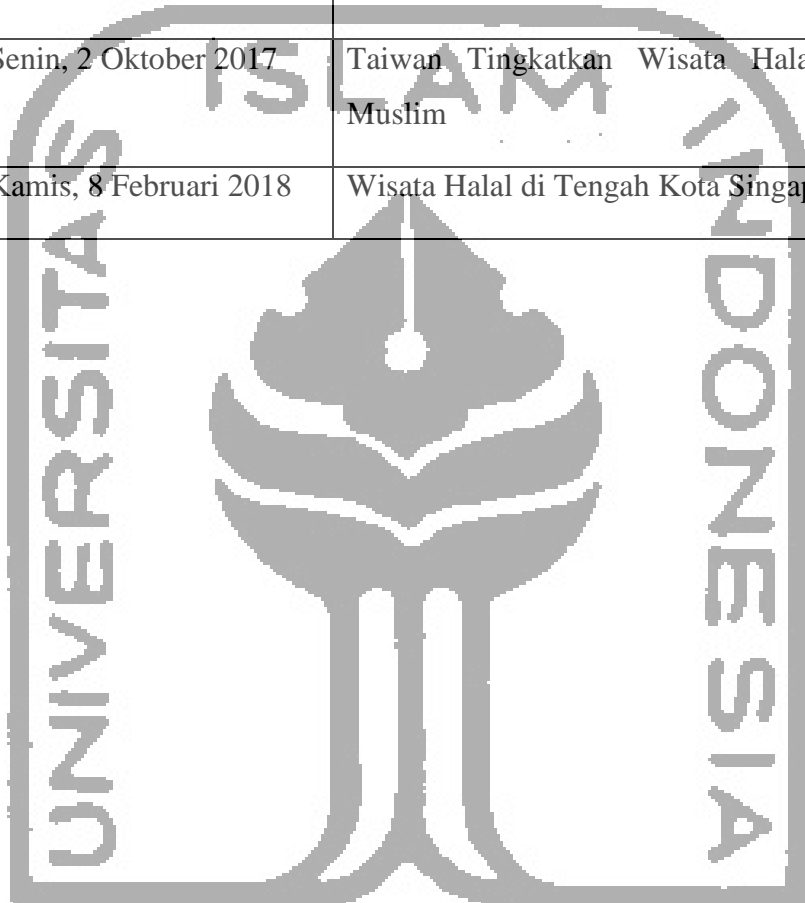
No.	Waktu Terbit	Judul Berita
1.	Kamis, 4 agustus 2016	Filipina, Alternatif Destinasi Wisata Halal di Asia Tenggara
2.	Kamis, 18 Agustus 2016	Incar Wisatawan Indonesia, Selandia Baru Luncurkan Panduan Wisata Kuliner Halal
3.	Kamis, 1 september 2016	Alasan Paket Wisata Halal di Jepang Lebih Mahal
4.	Selasa, 10 Januari 2017	Xianjiang, Target Wisata Halal Indonesia di China
5.	Minggu, 4 Maret 2018	Turis Indonesia Bisa Coba Paket Wisata Halal di Afrika Selatan

Kategori “Destinasi Wisata Halal Luar Negeri” dalam portal online detikcom sebanyak 7 berita. Karena banyaknya berita yang di muat dalam portal online tersebut, maka penulis membuat table berita kategori “Destinasi Wisata Halal Luar Negeri”

Tabel 5.2 Judul Berita Kategori “Destinasi Wisata Halal Luar Negeri” dalam Portal Online Detik.com

No.	Waktu Terbit	Judul Berita
-----	--------------	--------------

1.	Sabtu, 27 juni 2015	4 Tempat Wisata Kuliner Halal di Bangkok
2.	Selasa, 4 Agustus 2015	Wisata Halal di Turki Makin Menjanjikan
3.	Jumat, 26 Februari 2016	Taiwan Mulai Serius Kembangkan Wisata Halal
4.	Sabtu, 3 September 2016	Macau Mulai Kembangkan Wisata Halal
5.	Minggu, 6 Agustus 2016	Hong Kong Makin Gencar Promosi Wisata Halal
6.	Senin, 2 Oktober 2017	Taiwan Tingkatkan Wisata Halal Untuk Turis Muslim
7.	Kamis, 8 Februari 2018	Wisata Halal di Tengah Kota Singapura



BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini dibagi menjadi dua, yakni sub-bab temuan dan pembahasan. Dalam sub-bab pertama, penulis akan menganalisis bingkai pemberitaan kedua media online yang dipilih peneliti terhadap wisata halal dan selanjutnya membandingkan bingkai kedua media online tersebut. Dalam sub-bab pembahasan, penulis akan membahas secara umum bagaimana bingkai media online memediasi pariwisata halal.

A. Temuan

1. Analisis bingkai kompas.com pada Pemberitaan Destinasi Wisata Halal

Bab ini berisi tentang analisis berita Destinasi Wisata Halal dalam situs kompas.com. Berita-berita yang diturunkan sebelumnya telah penulis seleksi dan kategorikan dalam lima kategori. Selanjutnya, penulis menganalisis berita pada tiap kategori tersebut menggunakan perangkat *framing* model Robert N. Entman.

a. Kategori Strategi dan Pengembangan Destinasi Wisata Halal pada Kompas.com

Berita kategori strategi dan pengembangan destinasi wisata halal pada kompas berisi tentang bagaimana strategi dan upaya Indonesia dalam mengembangkan wisata halal di persaingan dunia. Berita pada tajuk ini menunjukkan bahwa Indonesia telah serius menggarap tentang wisata halal, terbukti dengan dicantumkannya strategi-strategi yang akan di jalankan Indonesia demi menuju destinasi wisata halal nomer satu di dunia.

Dalam berita juga terdapat kutipan wawancara kompas.com dengan Ketua Tim Percepatan dan Pengembangan Wisata Halal, Riyanto Sofyan. Dimana Riyanti sofyan mengatakan jika makna dari adanya destinasi wisata halal adalah untuk menciptakan wisata yang beretika dan bertanggung jawab. Dia juga menjelaskan pengembangan destinasi wisata halal ini juga tidak hanya dinikmati wisatawan muslim saja, namun juga wisatawan non-muslim karena merasa aman dengan adanya fasilitas dan pelayanan untuk destinasi wisata halal.

Tabel Analisis Framing Berita

Kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal”

di Portal Online kompas.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi Indonesia memperluas pasar dan mengembangkan paket wisata halal. 2. Bagaimana cara Kementerian Pariwisata Indonesia mencapai target kunjungan wisatawan Muslim mancanegara sebanyak 5 juta pada tahun 2019.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Indonesia ditargetkan bisa menduduki peringkat pertama pada Global Muslim Travel Index pada tahun 2018.
<i>Moral Evaluation / Make Moral Judgement</i>	Wisata halal adalah wisata yang menyediakan destinasi yang aman dan safety
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. To increase the size. Bagaimana tren pariwisata halal menjadi lebih besar lagi. 2. Membesarkan pasar. Inklusif tapi terbuka untuk wisatawan non-Muslim. 3. Membuat kerja sama pariwisata di negara-negara yang tergabung dalam Organization of Islamic Cooperation (OIC). 4. Promosi dengan mengikuti award-award seperti World Halal Travel Award dan tetap kita imbangi dengan selling, familiarization trip, dan sales mission.

Difine problem. Dalam kategori “Strategi dan Pengembangan Wisata Halal” setelah semua berita di analisis, penulis menemukan 2 difine problem. Difine problem berada pada berita dengan judul “Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal” terbit pada Kamis, 22 September 2016. Berita menjelaskan bahwa wisata halal akan gencar-gencarnya di garap oleh Indonesia tapi hal tersebut masih berupa wacana atau belum di lakukan. Hal ini bisa dilihat dengan dicantumkannya kata “akan”, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata “akan” memiliki arti untuk menyatakan sesuatu yang hendak terjadi atau bisa

dikatakan sesuatu yang belum terjadi. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal” :

“Strategi memperluas pasar dan bekerjasama mengembangkan paket wisata akan dilakukan Indonesia”

Kalimat tersebut kemudian begitu kontradiksi dengan *define problem* kedua yang diteliti. Dalam *difine problem* kedua jelas di sebutkan bahwa wisata halal dalam pengembangan dan perluasnya memang sudah dilakukan. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal” :

“Kementerian Pariwisata menetapkan target kunjungan wisatawan Muslim mancanegara sebanyak 5 juta pada tahun 2019. Target tersebut itu naik sebanyak 3 juta kunjungan dibandingkan tahun 2014.”

Bisa dilihat bahwa Indonesia memang sudah melakukan pengembangan dan perluasan terbukti dengan meningkatnya kunjungan wisatawan halal di Indonesia sejak tahun 2014 lalu.

Diagnose Causes. Strategi dan pengembangan wisata halal di lakukan Indonesia lantaran Indonesia ingin mencapai destinasi wisata halal nomer satu di dunia. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Cara Indonesia Menjadi Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia” terbit pada Kamis, 04 Mei 2016.

“Arief bersikukuh untuk membawa Indonesia ke level yang lebih tinggi dalam hal wisata halal. Ia menargetkan Indonesia bisa menduduki peringkat pertama pada Global Muslim Travel Index pada tahun 2018.”

Dalam teks tersebut di jelaskan “Membawa Indonesia ke level yang lebih tinggi”, maka adanya strategi dan perluasan destinasi wisata halal menyangkut tentang keinginan Indonesia dalam meraih peringkat destinasi wisata halal nomor satu didunia. Dalam kutipan diatas sangat jelas menggambarkan bahwa Indonesia ingin menjadi nomor satu di dunia, tetapi belum dilakukan pengembangan ataupun perluasan jika merujuk pada *difine problem* pertama, sedangkan *Diagnose Causes* dengan *difine problem* kedua saling mendukung.

Make Moral Judgement. Dalam kutipan teks di berita online kompas.com menjelaskan bagaimana pemaknaan wisata halal, namun pemaknaan yang belum merujuk pada hal yang spesifik. Masih dituliskan secara umum. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Genjot Kunjungan Wisatawan, Kota Malang Kembangkan Wisata Halal” terbit pada Kamis, 11 Agustus 2016.

“wisata halal yang dimaksud adalah wisata yang menyediakan destinasi yang aman dan safety”

Pemaknaan wisata halal tersebut sangat jelas dilihat dari penggunaan kalimat serta pemilihan kata yang digunakan. Seperti kata “aman”. Namun pemilihan kalimat dan kata tersebut masih terlalu luas dalam memaknai “wisata halal” yang sebenarnya, tapi Kompas hanya menjelaskan sebatas itu.

Treatment Recommendation. Berita yang dimuat di Kompas.com tersebut menyebutkan secara jelas solusi apa saja yang dapat dilakukan dalam strategi pengembangan wisata halal Indonesia, demi mencapai destinasi wisata halal nomor satu di dunia. Solusi tersebut terdapat dalam kutipan teks berita dengan judul “Ini Strategi Jitu Indonesia Kembangkan Pariwisata Halal” terbit Kamis, 22 September 2016. Berikut kutipan teks beritanya ;

“To increase the size. Bagaimana tren pariwisata halal menjadi menjadi lebih besar lagi.”

“Membesarkan pasar. Sajiannya inklusif tapi terbuka untuk wisatawan non-Muslim.”

“Membuat kerja sama pariwisata di negara-negara yang tergabung dalam Organization of Islamic Cooperation (OIC). Indonesia akan bekerja sama dengan negara-negara OIC untuk promosi wisata bersama.”

“Caranya (untuk promosi) dengan mengikuti award-award seperti World Halal Travel Award dan tetap kita imbangi dengan selling, familiarization trip, dan sales mission”.

Kutipan teks tersebut menjelaskan secara jelas satu demi satu langkah atau strategi seperti apa yang dapat kita lakukan agar Indonesia menjadi Destinasi Wisata Halal nomor satu di dunia.

b. Kategori “Hambatan” pada Kompas.com

Berita yang diteliti pada kategori hambatan ini terbit pada tanggal 5 Desember 2015 dan 6 Agustus 2016. Berita berisi tentang hambatan yang dihadapi Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata halal yang dipaparkan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya dalam acara Aceh International Rapa'i Festival di Balairung Soesilo Soedarman Gedung Sapta Pesona Kementerian Pariwisata, Jakarta.

Berita ini menjelaskan bahwa di Indonesia sebenarnya telah memiliki wisata syariah sejak lama, namun tidak ada branding wisata halal itulah salah satu hambatan yang dihadapi Indonesia, selain itu karena adanya persepsi masyarakat itu sendiri tentang label halal yang

merasa tidak perlu diterapkan karena mereka sudah terbiasa dengan semua hal yang halal, contohnya adalah Aceh. Karena masyarakat merasa kebiasaan mereka memang sudah menerapkan konsep halal maka mereka tidak menganggap penting adanya sertifikasi halal. Padahal untuk masyarakat yang berkunjung dari luar daerah maupun luar negeri tentu akan memiliki persepsi yang lebih yakin bahwa benar-benar halal dengan adanya sertifikat. Berikut analisis dari kedua berita dalam kategori hambatan :

Tabel Analisis Framing Berita
 Kategori Hambatan Pengembangan Wisata Halal di Indonesia
 di Portal Online kompas.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Tiga hambatan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan wisata halal
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Kelemahan infrastruktur pariwisata, kebersihan, dan kelestarian lingkungan.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Kehalalan, syariat, dan gaya hidup halal di Indonesia paling top sedunia.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap pemain industri pariwisata harus memiliki standar yang diakui oleh dunia pariwisata internasional. 2. Bekerja keras dalam segi promosi dan penyiapan destinasi

Define Problem. Pada paragraf pertama dan kalimat pertama berita yang di unggah oleh kompas.com dengan judul “Tiga Hambatan Pengembangan Wisata Halal di Indonesia” yang terbit pada Sabtu, 6 Agustus 2016 langsung menunjukkan permasalahan yang sedang diusung. Yaitu berupa tiga hambatan yang dialami Indonesia dalam membangun destinasi wisata halal. Hal ini ditunjukkan dalam kutipan teks berita berikut :

“Menteri Pariwisata Arief Yahya mengungkapkan tiga hambatan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan wisata halal.”

Pada berita dengan judul “Wisata Syariah Belum Memiliki Alat Ukur” yang terbit pada Jumat, 11 Desember 2016 ini ditemukan *Diagnose causes*. Kita bisa membaca penyebab atau masalah kenapa pengembangan destinasi wisata halal terhambat. Adanya hambatan dalam berita yang dimuat di kompas.com tersebut disebutkan karena masih lemahnya fasilitas-fasilitas yang mendukung pengembangan wisata halal. Berikut kutipan beritanya :

“Kelemahannya, infrastruktur pariwisata, kebersihan, dan kelestarian lingkungan.”

Pada kalimat berita ini masih belum dijelaskan secara detail bagaimana kondisi infrastruktur, kebersihan dan kelestarian lingkungan yang dimaksud. Namun ada kata “kelemahannya” yang menjelaskan bahwa memang ada kekurangan fasilitas di tempat-tempat wisata halal tersebut.

Make Moral Judgement yang ditawarkan pada artikel ini yaitu tentang keunggulan destinasi wisata halal Indonesia yang dianggap paling bagus pada tingkat dunia baik dari segi kehalalan, syariat, dan gaya hidup. Hal ini bisa kita lihat dari kutipan berita berikut :

“Padahal kehalalan, syariat, dan gaya hidup halal di Indonesia paling top sedunia.”

Pada artikel yang diterbitkan oleh kompas.com ini menawarkan 2 solusi untuk hambatan pada destinasi wisata halal di Indonesia. Yang pertama adalah harus ikut aktifnya para pemain industri dan yang kedua adalah harus adanya kerja keras dalam segi promosi. Kata ‘pemain’ yang digunakan pada kalimat ini seolah-olah hanya menyasar pada sekelompok pemangku industri yang sudah besar, padahal pelaku industri destinasi wisata halal melibatkan masyarakat kecil di dalamnya.

“setiap pemain industri pariwisata harus memiliki standar yang diakui oleh dunia pariwisata internasional.”

Untuk solusi kedua tidak ada kalimat yang menjelaskan sasaran siapa yang harus melakukan kerja keras dalam bidang promosi. Apakah sasarannya masih para pemangku kepentingan destinasi yang sudah besar saja atau mencakup semua pelaku industri wisata halal di Indonesi. Berikut kutipan kalimat berita dalam kompas.com :

“Kami akan bekerja keras dalam segi promosi dan penyiapan destinasi”

c. Kategori “Prestasi Destinasi Wisata Halal” di kompas.com

Dalam ajang internasional Indonesia meraih tiga penghargaan di World Halal Travel Summit and Exhibition 2015 yang digelar di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab pada 19-21 Oktober 2015. Ketiga penghargaan tersebut ialah World's Best Family Friendly Hotel dimenangkan oleh Sofyan Hotel Betawi Jakarta, World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Tourism Destination yang dimenangkan Lombok.

Dalam ajang nasional Augrah Pariwisata Halal pada tahun 2016 memiliki total 15 pemenang. Namun tidak semua pemenang berkesempatan untuk melanjutkan langkahnya di ajang internasional. Yang berkesempatan maju menuju tingkat dunia hanya di pilih 10 pemenang sesuai dengan standar yang sudah ditentukan oleh Tim Percepatan dan Pengembangan Wisata Halal. 10 pemenang tersebut adalah yang berhasil lolos dalam penyaringan destinasi wisata halal, penyaringan dilakukan agar Indonesia meraih kemenangan dalam ajang World Halal Tourism Award 2016.

Ketua tim percepatan dan pengembangan wisata halal, Riyanto Sofyan, dalam wawancara dengan kompas.com juga menyebutkan Indonesia di prediksi mampu memenangkan lima penghargaan yang dilombakan dalam tingkat dunia. Lima kategori yang di prediksi tersebut ialah kategori World Best Luxury Hotel yaitu Trans Luxury Bandung, World Best Family Hotel The Rhanada Bali, World Best Tourist Destination di Sumatera Barat, World Best Honeymoon di Lombok, dan World Best Cultural Destination di Aceh.

Tabel Analisis Framing Berita

Kategori "Prestasi Destinasi Wisata Halal" di Portal Online kompas.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana langkah yang di ambil Indonesia agar menjadi pemenang dalam ajang World Halal Tourism Award (WHTA) 2016.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Adanya seleksi kembali pemenang-pemenang tersebut sebelum mewakili Indonesia.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sepuluh kategori ini akan menjadi duta Indonesia di dunia. Untuk membuktikan Indonesia benar-benar menjadi destinasi halal terbaik di dunia. 2. Indonesia sendiri memprediksi akan bisa memenangkan lima penghargaan yang dilombakan

	dalam tingkat dunia.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	Bentuk persiapan untuk menuju WHTA 2016 adalah penyaringan destinasi wisata.

Define Problem. Portal online kompas.com melihat berita ini sebagai sebuah prestasi yang di miliki Indonesia untuk kedepanya dapat bersaing di kancah internasional dalam bidang pariwisata halal. Persaingan internasional tersebut dapat di buktikan jika Indonesia mampu menang dalam *World Halal Tourism Awards 2016*. Dan Indonesia memiliki 10 pemenang untuk mengikuti ajang kompetisi tersebut. Namun penggunaan kata ‘diajukan’ dalam kutipan teks berita tersebut seperti pemaksaan untuk mengikuti WHTA 2016, sedangkan dalam judul kata yang digunakan adalah ‘berkesempatan’. Berikut kutipan teks beritanya dalam kompas.com :

“Sepuluh dari total 15 pemenang Anugerah Pariwisata Halal 2016 diajukan untuk mewakili Indonesia dalam ajang World Halal Tourism Award (WHTA) 2016.”

Diagnose Causes. Pemenang ajang Kompetisi Pariwisata Halal 2016 di Indonesia memang berkesempatan mewakili Indonesia ke ajang dunia World Halal Tourism Award, tapi masalahnya adalah tidak semua pemenang berkesempatan untuk mengikuti ajang internasional tersebut. Dari pihak Tim Percepatan Pariwisata halal, pemenang masih harus di seleksi lagi dengan standa-standar yang sudah ditentukan. Berikut kutipan teks beritanya :

“Pemerintah masih akan menyeleksi kembali pemenang-pemenang tersebut sebelum mewakili Indonesia.”

Make Moral Judgement . Penyeleksian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa Indonesia benar-benar bisa menjadi destinasi wisata halal terbaik di dunia. Berikut kutipan teks beritanya :

"Sepuluh kategori ini akan menjadi duta Indonesia di dunia. Untuk membuktikan Indonesia benar-benar menjadi destinasi halal terbaik di dunia,"

Selain itu ketua Tim Percepatan Pariwisata Halal Indonesia, Riyanto Sofyan juga mengatakan bahwa dia telah memprediksi jika Indonesia akan menang di ajang ini :

“...Indonesia sendiri memprediksi akan bisa memenangkan lima penghargaan yang dilombakan dalam tingkat dunia.”

Dalam pernyataan tersebut jelas dikatakan jika kemenangan wisata halal di ajang kompetisi dunia yang dibahas masih berupa sebuah prediksi atau ramalan yang artinya sesuatu yang belum pasti.

Treatment Recommendation. Jika ingin benar-benar memenangkan kompetisi wisata halal di ajang internasional ini, portal online kompas.com memberikan cara yang dapat dilakukan, yaitu dengan penyaringan yang lebih detail dan menerapkan standar internasional yang ada. Karena mengingat tahun sebelumnya Indonesia tidak melakukan penyaringan lagi, maka untuk tahun ini terdapat penyeleksian untuk 10 pemenang yang berhak mengikuti kompetisi wisata halal tingkat dunia. Berikut kutipan teks beritanya :

“Asisten Deputi Pengembangan Destinasi Wisata Budaya Kementerian Pariwisata, Lokot Ahmad Enda mengatakan, persiapan untuk memenangkan Indonesia dalam ajang WHTA 2016 telah disiapkan. Menurutnya, salah satu bentuk persiapan untuk menuju WHTA 2016 adalah penyaringan destinasi wisata.”

Langkah –langkah untuk mengikuti WHTA agar menjadi juara diungkapkan langsung oleh Asisten deputi pengembangan destinasi wisata dan budaya kementerian Pariwisata, Lokot Ahmad Enda.

d. Kategori “Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal”

Berita yang di muat oleh portal online kompas.com ini berisi tentang dampak positif berkembangnya destinasi wisata halal namun beberapa berita dikemas dengan judul yang sedikit provokatif, yang artinya memicu perdebatan dan memancing sebuah tindakan agar dibaca oleh banyak masyarakat.

Positif yang dimaksud dalam berita ini mulai dari peningkatan fasilitas untuk wisatawan muslim hingga peningkatan jumlah wisatawan muslim yang berkunjung di Lombok. Peningkatan wisatawan muslim melonjak sejak tahun 2014 apalagi sejak satu tahun terakhir ini setelah Lombok memenangkan penghargaan ajang penghargaan The World Halal Travel Summit/Exhibition di Uni Emirat Arab. Keberhasilan Indonesia dilihat dari peringkat Global Moslem Travel Index (GMTI). Hasil penilaian GMTI, Indonesia berada di peringkat ke-6 pada 2014 dan peringkat ke-4 pada 2015. Dan target selanjutnya adalah peringkat ke-1 pada tahun 2016.

Cherry Abdul Hakim, General Manager Hotel Jayakarta Lombok, dalam wawancaranya dengan Kompas mengungkapkan, kemenangan itu sangat berdampak. Hal ini dilihat dari negara asal wisatawan yang menginap di hotel. Pada 2014, jumlah wisatawan dari Timteng 405 orang dan Malaysia 502 orang. Pada 2015, kunjungan wisatawan Timteng naik menjadi 935 orang dan Malaysia 1.719 orang.

Menurut HM Fauzal, Kepala Dinas Pariwisata NTB, pada 2016 ditargetkan 2 juta kunjungan wisatawan. Kunjungan wisatawan ke NTB periode Januari-Agustus mencapai 1,8 juta.

ISLAM

Tabel Analisis Framing

Kategori Kontradiksi pemberitaan Destinasi Wisata Halal
di Portal Online Kompas.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Wisata halal jangan sebatas jargon.
<i>Causal Interpretation / Diagnose Causes</i>	Kriteria wisata halal yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dinilai masih ngambang.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Berbagai fasilitas dan akomodasi di NTB diupayakan mendapat sertifikasi halal.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	Tim ini memberikan masukan kepada Pemda Aceh, Sumatera Barat, dan Lombok sebagai tujuan wisata halal.

UNIVERSITAS

LAMPUNG

ISLAM

Define Problem. Kompas menyajikan berita ini sebagai dampak positif dari wisata halal di Lombok namun dengan judul yang bersifat kontradiktif. Yang artinya judul dan isi berita bertolak belakang. Penggunaan kata “sebatas Jargon” pada judul berita yang diterbitkan oleh Kompas pada Kamis, 17 Maret 2016 ini terlihat membentuk pengertian negatif, padahal kini jumlah wisatawan ke Lombok makin bertambah dari tahun ketahun. Selain itu fasilitas untuk wisata muslim pun semakin ditingkatkan. Hal itu dijelaskan dalam kutipan teks berita kedua dengan judul berita “Terasa dampak positif wisata halal di Lombok” sebagai berikut.

“Penghargaan Lombok sebagai tujuan wisata halal terbaik mulai terasa dampaknya. Meski masih sedikit jumlahnya, wisatawan Timur Tengah, Brunei, dan Malaysia mulai berdatangan.”

Diagnose Causes. Wisata halal di Indonesia bisa disebut hanya sebatas jargon, karena tidak adanya standarisasi dari pemerintah. Jika diterapkan standar yang jelas serta pemberitaan yang positif dan peningkatan kualitas pariwisata di Lombok diharapkan wisatawan yang mengunjungi Lombok terus mengalami kenaikan. Bukan hanya dari Timur Tengah, tapi wisatawan dari Malaysia pun kini bertambah jumlahnya.

“Kenaikan jumlah kunjungan wisatawan itu sangat terasa sejak setahun terakhir...”

Namun promosi saja tidak cukup. Karena Indonesia perlu mengimbangi dan mengembangkan wisata halal dari segala aspek pariwisata. Hal ini didukung dengan kutipan teks berikut.

“Para pengambil kebijakan juga harus menyiapkan sarana infrastruktur, sumber daya manusia, dan sarana pendukung lainnya.”

Make Moral Judgement. Dengan adanya perubahan positif dan peningkatan jumlah wisatawan ini, tentunya harus dibarengi dengan fasilitas yang memadai. Seperti mengupayakan adanya sertifikat atau label halal di tempat yang dibutuhkan agar wisatawan muslim merasa terbantu. Hal itu di dukung oleh kutipan teks berikut.

“Karena itu, berbagai fasilitas dan akomodasi di NTB diupayakan mendapat sertifikasi halal. Majelis Ulama Indonesia NTB mengeluarkan 145 sertifikat halal bagi hotel yang memiliki restoran dan rumah makan.”

Treatment Recommendation. Untuk terus menaikkan jumlah kunjungan wisatawan Tim Percepatan Pengembangan Wisata Halal terus memberikan masukan kepada Lombok. Hal ini ditunjukkan dalam kutipan teks berita berikut.

“...Karena itu, Kementerian Pariwisata membentuk Tim Percepatan Pengembangan Wisata Halal. Tim ini memberikan masukan kepada Pemda Aceh, Sumatera Barat, dan Lombok sebagai tujuan wisata halal.”

e. Kategori Destinasi Wisata Halal Luar Negeri

Dalam berita yang di publikasi oleh kompas ada satu judul berita yang sedikit berbeda dengan judul berita lain dalam kategori ini. Yaitu berita dengan judul “Alasan Paket Wisata Halal di Jepang Lebih Mahal” yang terbit pada Kamis, 01 September 2016. Pesan pertama

yang di sampaikan pada pembaca adalah harga dari paket wisata halal yang mahal. Isi dari teks berita menjelaskan kenapa paket wisata di Jepang mahal dan menjelaskan bagaimana susahnya membuka paket wisata halal di Jepang. Tapi karena wisata halal terus mengalami kenaikan peminat, maka Jepang sedang berusaha membuat destinasi wisata halal mereka dilirik oleh wisatawan muslim dunia.

Saat ini menurut berita di kompas.com Filipina, Selandia Baru, Jepang hingga Afrika Selatan juga terus gencar berpromosi wisata halal di Indonesia dan mencoba untuk lebih ramah terhadap wisatawan Muslim. Ramah yang dimaksud adalah dalam soal penyediaan fasilitas halal seperti makanan, akomodasi, dan tempat beribadah, sehingga membuat wisatawan nyaman saat berwisata.

Tabel Analisis Framing Berita
Destinasi Wisata Halal Luar Negeri di Portal Online kompas.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana negara-negara non-muslim menghadapi kompetisi destinasi wisata halal.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Tidak mudah membuka paket wisata halal di negara non-muslim terutama di Jepang.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Ramah dalam penyediaan fasilitas dan akomodasi agar membuat wisatawan muslim nyaman.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	Membuat makanan otentik dengan bahan makanan dan tata cara pembuatan yang halal. Begitu pula dengan restoran yang menyediakan ruang untuk shalat.

Define problem. Wisata halal tentu menjadi tantangan tersendiri bagi negara yang penduduk muslimnya minoritas. Mengingat semakin berkembangnya wisata halal ini tentu negara-negara tersebut mau tidak mau harus bisa bersaing dengan negara lain demi menarik wisatawan muslim berkunjung ke negaranya.

Dalam salah satu judul berita yang dimuat kompas yaitu “Alasan Paket Wisata Halal di Jepang Lebih Mahal” di kemas dengan kalimat yang kurang mendukung karena cenderung

menjelaskan paket wisata yang mahal. Sedangkan berita lain yang dimuat cenderung merekomendasikan bagi pembaca agar berkunjung ke tempat-tempat yang dimaksud.

Hal ini didukung dengan penggunaan kata '*Mahal*' pada kutipan kata di judul teks berita. Lalu penggunaan kata '*mencoba lebih ramah*' yang seolah menggambarkan bahwa Jepang selama ini tidak ramah dalam menangani wisatawan muslim. Berikut kutipan teks yang di muat di kompas.com :

"Jepang yang kini gencar berpromosi wisata di Indonesia mulai mencoba untuk lebih ramah terhadap wisatawan Muslim".

Diagnose causes. Tapi masalah yang dihadapi bagi pihak yang ingin membuka wisata halal di negara non-muslim itu ialah wisata halal tersebut masih susah untuk di terapkan. Pihak yang tau tentang makna 'halal' yang harus survei langsung ke destinasi yang akan dikunjungi. Hal tersebut didukung oleh kutipan teks berikut :

"Hanya saja untuk membuka paket wisata halal ini tidak mudah, kita harus benar-benar melakukan survei langsung."

Selain susah, wisatawan Indonesia juga terbilang unik. Mereka memiliki keinginan yang menarik, tidak perlu tempat ataupun fasilitas yang mewah tapi wisatawan Indonesia lebih terfokus pada label atau tanda halal. Hal tersebut terdapat dalam kutipan teks berita berikut :

"...wisatawan Muslim di Indonesia terbilang unik, tak perlu mewah namun harus ada label halal."

Make Moral Judgement. Ternyata ramah yang dimaksud dalam teks berita ini adalah dalam penyediaan fasilitas dan akomodasi. Ramah sangat dibutuhkan untuk wisatawan muslim karena dengan ramah dalam segala aspek maka wisatawan akan memperoleh kenyamanan dalam berkunjung ke Destinasi wisata halal yang dituju. Hal tersebut didukung oleh kutipan teks berikut :

"Ramah yang dimaksud adalah dalam soal penyediaan fasilitas halal seperti makanan, akomodasi, dan tempat beribadah, sehingga membuat wisatawan nyaman saat berwisata."

Treatment Recommendation. Untuk membuat wisatawan Indonesia datang ke negara-negara tersebut, tentu harus ada perubahan. Mulai dari keramahan fasilitas hingga pembuatan makanan-makanan yang halal. Jadi dalam semua aspek harus dipenuhi halalnya. Tapi hal tersebut mulai bisa di tangani dengan banyaknya restoran yang melihat banyaknya tingkat konsumen muslim yang berkunjung terutama di Jepang.

“Namun kini, banyak restoran di Jepang yang mulai membuat makanan otentik dengan bahan makanan dan tata cara pembuatan yang halal. Begitu pula dengan restoran yang menyediakan ruang untuk shalat.”

Seperti yang dijelaskan dalam teks diatas, tata cara pembuatan makanan yang halalpun kini dilakukan agar wisatawan Indonesia yang mayoritasnya penduduk muslim mempunyai minat untuk berkunjung ke Jepang. Begitu pula dengan penyediaan ruang untuk shalat di restoran – restoran.

2. Analisis bingkai detik.com pada Pemberitaan Destinasi Wisata Halal

Bab ini berisi tentang analisis berita Destinasi Wisata Halal dalam situs kompas.com. Berita-berita yang diturunkan sebelumnya telah penulis seleksi dan kategorikan dalam lima kategori. Selanjutnya, penulis menganalisis berita pada tiap kategori tersebut menggunakan perangkat *framing* model Robert N. Entman.

a. Kategori Strategi dan Pengembangan Destinasi Wisata Halal pada detik.com

Pada kategori ini detik.com memuat berita yang cenderung menyoroti tentang publikasi wisata halal terutama melalui pers, media sosial dan juga blogger yang dapat membantu mengenalkan wisata halal pada masyarakat luas.

Lalu detik.com juga memuat berita dengan judul yang bisa dikatakan sedikit memprovokasi para pembacanya. Karena secara gamblang mencantumkan nama lawan negara lain dalam wisata halal, penyebutan nama sangat spesifik langsung pada negara yang bersangkutan. Judul berita tersebut adalah “Indonesia Harus Lakukan 3 Langkah Ini Untuk Kalahkan Wisata Halal Malaysia” di publikasikan di detikcom pada senin, 18 Juli 2016. Sedangkan sebagaimana kita ketahui pesaing Indonesia dengan negara lain dalam bidang pariwisata halal tidak hanya Malaysia saja tapi juga Asia bahkan seluruh dunia, namun judul berita ini bisa juga merujuk pada saingan paling ketat dengan Indonesia.

Dalam kutipan teks wawancara oleh menteri pariwisata Arif Yahya juga menyebutkan apa langkah yang harus dilakukan Indonesia untuk dapat mengalahkan Malaysia dalam bidang destinasi wisata halal. Indonesia yang memiliki penduduk muslim mayoritas tidak boleh terlalu nyaman dengan label yang sudah disematkan. Harus ada pengukur secara jelas jika Indonesia memang menyediakan fasilitas dan pelayanan untuk destinasi wisata halal. Contoh yang dikemukakan adalah seperti adanya sertifikasi yang menyatakan tempat tersebut

adalah diperuntukan untuk destinasi wisata halal. Jadi ada tolok ukur yang jelas seperti sertifikat dan lainnya yang sesuai dengan standar global.

Tabel Analisis Framing Berita

“Strategi dan Pengembangan Destinasi Wisata Halal” di Portal Online detikcom

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana langkah yang dilakukan Indonesia untuk mengalahkan Malaysia di bidang wisata halal.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Malaysia masih berada di atas Indonesia.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indonesia itu terlalu nyaman. 2. Hukum bisnis itu lebih penting dalam meningkatkan destinasi wisata halal.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu menggunakan global standard. 2. Memaksimalkan fungsi media sosial sebagai sarana promosi 3. Menpar- menyiapkan berbagai destinasi halal di Indonesia.

Define Problem. Portal online detikcom melihat berita ini hanya melibatkan dua negara saja yaitu Indonesia dan Malaysia. Sedangkan persaingan untuk merebutkan pusat wisata halal nomor satu tidak hanya dengan Malaysia. Jadi terlihat jika detikcom menonjolkan persaingan sengit yang saat ini dijalani Indonesia dan Malaysia dalam bidang wisata halal. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan teks berita dengan judul “Indonesia Harus Lakukan 3 Langkah Ini Untuk Kalahkan Wisata Halal Malaysia” :

“Malaysia memang bersaing ketat di bidang wisata halal. Yang terbaru, Indonesia mendapat peringkat 2 sebagai destinasi yang dikunjungi traveler muslim dunia selama Ramadan 2016 oleh lembaga survey CrescentRating atau satu peringkat di bawah Malaysia. Hal itu pun menjadi pencapaian, mengingat posisi Indonesia di wisata halal yang menempati peringkat empat dunia secara keseluruhan.”

Diagnose Causes. Apalagi melihat Indonesia berada di posisi kedua, tepat dibawah Malaysia sebagai destinasi yang dikunjungi traveler muslim dunia selama Ramadan 2016 oleh lembaga survey CrescentRating. Inilah permasalahan utama yang dihadapi Indonesia. Dalam kutipan teks berita detikcom Menteri Pariwisata mengungkapkan masih banyak yang harus dibenahi Indonesia untuk mengalahkan Malaysia. Berikut kutipan teks berita dari detikcom :

“Soal wisata halal, Malaysia memang masih berada di atas Indonesia. Menpar Arief Yahya pun mengungkapkan kekurangan Indonesia yang harus diperbaiki guna mengalahkan Malaysia.”

Make Moral Judgement. Indonesia terlalu nyaman dan sungkan untuk keluar dari zona nyamannya. Dalam hal ini untuk sekedar memberi label halal di makanan atau produknya saja banyak yang tidak dilakukan. Padahal wisatawan hanya ingin memastikan makanan yang mereka konsumsi halal atau tidak tanpa harus bertanya lagi. Jika menteri pariwisata menargetkan dan berkeinginan Indonesia agar menjadi pusat wisata halal nomor satu di dunia tentu harus di bantu oleh semua pihak juga bahkan hingga ke penjual makanan ataupun barang lainnya. Kutipan teks berita tersebut sebagai berikut :

"Jadi kita itu terlalu nyaman. Gini lho, kalau kita makan di sini tanpa kita tanya, defaultnya halal, sehingga kita jadi tidak sensitif. Padahal customermya ingin diberitahu bahwa itu halal ada di sertifikasi dan lain sebagainya," ujar Arief.

Mayoritas pemeluk agama islam tidak lantas memudahkan jalan Indonesia dalam hal “Wisata Halal” hal ini dibuktikan dengan statistik peringkat negara dengan destinasi wisata halal yang memiliki banyak pengunjung, buktinya Indonesia tidak menduduki peringkat pertama, justru Indonesia berada di bawah negara-negara yang penduduk muslimnya merupakan kaum minoritas seperti Singapura dan Thailand,

"Yang kedua kita merasa bahwa kita mayoritas itu Islam serta merta akan menarik, nggak ternyata. Dari statistik nomor 1 bukan kita. Nomer 1 Malaysia, 2 Thailand, 3 Singapura, sekarang kita nomor 4. Saya ingin mengatakan bahwa hukum bisnis itu lebih penting, bukan karena kita mayoritas muslim,"

Treatment Recommendation. Solusi yang ditawarkan dalam berita tersebut memiliki beberapa point. Hal ini untuk mewujudkan agar Indonesia menduduki peringkat pertama dalam hal wisata halal dan mengalahkan Malaysia. Solusi tersebut dengan memperbaiki kualitas dan meningkatkan kuantitas destinasi wisata halal yang dapat di kunjungi wisatawan

muslim baik dari Indonesia ataupun mancanegara. Berikut kutipan teks berita dari detikcom tentang solusi yang dapat dilakukan :

"Oleh karena itu point ke 3 kita perlu menggunakan global standard. Jadi gini, kalau kita mau menjadi World Class Player kamu harus menggunakan global standard. Kalau global standard kita gunakan, sudah pasti dengan mudah kita kalahkan (Malaysia)," jelas Arief.

"Sejauh ini Menpar pun tengah menyiapkan berbagai destinasi halal di Indonesia, seperti Aceh serta Lombok yang meraih banyak penghargaan di bidang wisata halal. Apabila sudah mengikuti standar global, Menpar pun yakin bisa mengalahkan Malaysia di bidang wisata halal."

Sangat jelas jika sasaran utama untuk dikalahkan Indonesia adalah negara Malaysia, hal itu ditunjukkan beberapa kali dalam tulisan yang dimuat oleh detikcom mulai dari judul hingga konten isi berita yang di tulis.

Selain itu *Treatment Recommendation* yang ditawarkan berada di berita pertama dengan judul "Menteri Pariwisata Ajak Pers Dukung Wisata Halal", berita ke dua dengan judul "Ingin jadi Tujuan Wisata Halal, NTB Diminta Maksimalkan Media Sosial" dan berita ke tujuh dengan judul "Rangkul Blogger, NTB Gencarkan Promosi Pariwisata Halal" yang semua berisi tentang pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi. Berikut kutipan teks beritanya :

"Target kunjungan wisman ke Indonesia juga menjadi tanggung jawab pers Indonesia. Mengabarkan keindahan negeri kita kepada dunia adalah juga tugas dan tanggung jawab kami (pers) secara moral"

b. Kategori "Hambatan" pada detik.com

Artikel pada portal berita online ini berisi tentang hambatan yang akan di hadapi destinasi wisata halal di Indonesia nantinya jika hanya mengedepankan turis muslim dan mengesampingkan turis non muslim. Karena dalam artikel di jelaskan bahwa 80% turis yang datang ke Indonesia adalah non-muslim, ditakutkan jika nantinya pengembangan destinasi wisata halal ini akan menjadi bumerang untuk destinasi wisata di Indonesia.

Dijelaskan juga butuh waktu lama bagi kemenpar dalam menjalankan Destinasi Wisata Halal karena konsep dengan wisata halal bertentangan dengan turis non muslim yang berlibur ke Indonesia. Contoh mudahnya seperti dilihatnya KTP untuk melihat apa benar-benar pasangan yang akan menginap di hotel syariah sudah menikah. Bila diterapkan hal sama

pada turis non muslim mereka akan enggan untuk menginap di hotel tersebut. Perbedaan seperti inilah yang ditakutkan akan membuat pariwisata Indonesia justru berkurang pengunjung.

Tabel Analisis Framing Berita
 Kategori “hambatan” wisata halal
 di Portal Online detik.com

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana jika Wisata halal jadi bumerang yang membuat turis yang bukan Muslim jadi enggan datang.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari kunjungan turis ke Indonesia, 10 % adalah turis Muslim. Sisanya, 80 % turis non Muslim. Apa mau kita mengambil risiko dan kehilangan angka 80 %? 2. Kata-kaya syariah atau halal yang ditonjolkan biasanya diketahui turis non Muslim sebagai hal yang banyak larangan.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Wisata halal jadi salah satu cara Kemenpar untuk menarik banyak turis Muslim datang ke Indonesia.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggantinya dengan nama Universal Tourism. 2. Butuh proses dan strategi yang tepat.

Define problem disini permasalahan yang di hadapi ketika di prediksi jika Indonesia menguatkan sektor destinasi wisata halal ditakutkan akan menjadi bumerang untuk Indonesia sendiri. Hal ini karena turis dan wisatawan yang datang ke Indonesia bukan hanya masyarakat muslim. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia” di portal online detik.com :

“Namun, wisata halal jangan jadi bumerang yang membuat turis yang bukan Muslim jadi enggan datang.”

Selain itu budaya berpakaian juga menjadi kekhawatiran tersendiri bagi Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. Menurut kutipan teks berita dengan judul “Wisata Halal di NTB, Tapi Banyak Turis Berbikini?” yang terbit pada Rabu, 05 Agustus 2015 ini dijelaskan tidak mungkin turis non-muslim pergi ke pantai dengan pakaian tertutup. Kebanyakan pasti menggunakan bikini. Dibuktikan dengan pernyataan kutipan teks berita berikut :

“Turis ke pantai itu pakai bikini. Tidak mungkin mau memakai jilbab”

Adanya permasalahan tentang destinasi wisata halal yang mungkin saja dapat menyerang balik sektor wisata Indonesia karena beberapa *Diagnose Causes*. Yang pertama adalah adanya penjelasan dalam berita tersebut jika 80% turis yang berkunjung ke Indonesia adalah non-muslim dan ditakutkan bila Indonesia terlalu fokus pada pengembangan destinasi wisata halal maka Indonesia akan kehilangan turis sebanyak 80%.

Ada kutipan wawancara menteri pariwisata Arief Yahya yang terlihat begitu sarkasme terhadap pengembangan wisata halal di Indonesia yaitu “Apa mau kita mengambil risiko dan kehilangan angka 80.0%?”. Berikut kutipan artikelnya :

“Dari kunjungan turis ke Indonesia, 10 % adalah turis Muslim. Sisanya, 80 % turis non Muslim. Apa mau kita mengambil risiko dan kehilangan angka 80.0%?” ungkap Menpar Arief Yahya dalam pembukaan FGD Halal Tourism & Lifestyle 2015 di Merak Room, Jakarta Convention Center, Senayan, Jakarta Pusat, Selasa (12/5/2015)”

Diagnose causes yang kedua adalah adanya penggunaan kata yang sering kali memojokan agama Islam.

“Kata-kaya syariah atau halal yang ditonjolkan biasanya diketahui turis non Muslim sebagai hal yang banyak larangan”

Penggunaan kata “kata – kaya syariah” seperti menimbulkan citra negatif dan di lebih lebihkan, entah dengan tujuan apa. Lalu ada penggunaan kalimat “Muslim sebagai hal yang banyak larangan” biarpun kalimat ini merupakan pendukung kalimat sebelumnya, tapi

tetap saja masih menimbulkan penilaian negatif masyarakat. Seolah – olah Muslim memiliki banyak peraturan yang memberatkan bagi kebanyakan turis.

Make Moral Judgement. Menurut kementerian pariwisata destinasi wisata halal yang sedang dikembangkan saat ini bertujuan untuk menarik wisatawan muslim agar mengunjungi wisata di Indonesia. Berikut ketipan berita yang diterbitkan di detik.com :

“Wisata halal jadi salah satu cara Kemenpar untuk menarik banyak turis Muslim datang ke Indonesia.”

Treatment Recommendation yang di tawarkan oleh artikel ini memiliki dua point. Yang pertama adalah solusi agar Indonesia tidak kehilangan turis non-muslim maka mengganti nama-nama syariah menjadi nama yang lebih universal. Padahal konsep utama di kembanganya destinasi wisata halal tentu harus di ikuti dengan berubahnya nama yang lebih syar’i untuk hotel dan tempat pelayanan turis muslim lainnya. Berikut kutipan berita dari detik.com :

“Dia pun (re ; Arief Yahya) mengusulkan menggantinya dengan nama Universal Tourism.”

Solusi yang ditawarkan selanjutnya adalah perlu adanya proses dan strategi yang tepat dalam pengembangan destinasi wisata halal di Indonesia ini. Hal ini juga di ungkapkan oleh Arief Yahya selaku menteri pariwisata Indonesia. Berikut kutipan teks berita dengan judul “Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia” :

“Butuh proses dan strategi yang tepat.”

c. Kategori Prestasi Destinasi Wisata Halal

Berita yang di publikasi oleh detik.com mengenai kemenangan Indonesia di berbagai ajang penghargaan World Halal Travel. Indonesia berhasil hatrick alias meraih 3 penghargaan hotel, destinasi dan tempat bulan madu terbaik untuk traveler Muslim. Penghargaannya tersebut diberikan pada 20 Oktober 2015 malam di Emirates Place, Abu Dhabi.

Berita tersebut di tulis bedasarkan informasi yang dilihat dari akun resmi instagram dan twitter humas kementerian pariwisata. Humas kementerian wisata memposting di akun

resmi mereka tentang kemenangan Indonesia yang memperoleh 3 penghargaan. Di teks berita detik.com perolehan kemenangan 3 penghargaan tersebut di istilahkan sebagai ‘hattrick’ dimana kata tersebut sering digunakan dalam berita dunia sepak bola. Selain itu dalam judul yang ditampilkan juga menggunakan kata ‘Alhamdulillah’ dimana kesan Islaminya sangat kuat.

Tabel Analisis Framing Berita

Tentang Prestasi Destinasi Wisata Halal di Portal Online detikcom

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana prestasi Indonesia dalam ajang World Halal Travel.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Indonesia berhasil hattrick alias meraih 3 penghargaan hotel, destinasi dan tempat bulan madu terbaik untuk traveler Muslim.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Kekuatan branding mrmbuat pertumbuhan wisata halal di Indonesia melaju pesat.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	Kemenangan Lombok sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia pun langsung berefek dengan naiknya jumlah wisatawan muslim yang liburan ke Lombok.

Define Problem. Detikcom melihat berita kemenangan Indonesia di ajang World Halal Travel ini sebagai berita yang membanggakan, pada berita nomor satu dengan judul “Alhamdulillah, Indonesia Menang di World Halal Travel Awards 2015” dapat dilihat dari penggunaan kata ‘kabar gembira’ pada kalimat utamanya. Penggunaan kata ‘alhamdulillah’ dalam konten judul dan isi menunjukkan bahwa portal berita online detikcom ini menunjukkan sisi islaminya yang jarang atau bahkan tidak pernah digunakan media lain. Berikut kutipan teks beritanya :

“Alhamdulillah, Indonesia Menang di World Halal Travel Awards 2015”

“Kabar gembira dari ajang World Halal Travel Awards 2015 di Abu Dhabi, UEA.”

Pengulangan penggunaan kata ‘alhamdulillah’ semakin menguatkan nilai islami pada berita yang dimuat di portal online detikcom tersebut. Detikcom membuat berita yang disajikan mengandung nilai islam yang kuat.

“Ketiga penghargaan itu adalah Sofyan Hotel sebagai World's Best Family Friendly Hotel, Lombok sebagai World's Best Halal Tourism Destination dan Lombok sebagai World's Best Halal Honeymoon Destination. Alhamdulillah!”

Diagnose Causes. Kabar gembira yang diberitakan oleh detikcom tersebut dikarenakan Indonesia berhasil memperoleh kemenangan dalam ajang kompetisi wisata halal tingkat dunia yang telah diadakan di Abu Dhabi, UEA. Hal ini ditunjukkan di kutipan teks berikut.

“Indonesia berhasil hattrick alias meraih 3 penghargaan hotel, destinasi dan tempat bulan madu terbaik untuk traveler Muslim.”

Make Moral Judgement. Keberhasilan Wisata halal di Indonesia di nilai sebagai keberhasilan adanya branding. Branding makin kuat di taraf internasional membuat wisata halal di Indonesiapun semakin meningkat. Berikut kutipan pernyataan dalam teks berita berjudul “Jadi Juara Wisata Halal Dunia, Tingkat Okupansi Hotel di Lombok Capai 80%” :

“Arief menyebut itu sebagai kekuatan branding. Branding Lombok sebagai destinasi wisata halal akan makin kuat, setelah diakui oleh dunia internasional.”

Suggest Remedies. Berita menangnya Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia membuat dampak yang begitu besar. Yaitu naiknya jumlah wisatawan. Hal ini didukung oleh make moral judgement diatas, dimana kekuatan branding di taraf internasional begitu berpengaruh pada perkembangan wisata halal di Indonesia. Berikut kutipan pernyataan dalam teks berita berjudul “Jadi Juara Wisata Halal Dunia, Tingkat Okupansi Hotel di Lombok Capai 80%” :

“Kemenangan Lombok sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia pun langsung berefek dengan naiknya jumlah wisatawan muslim yang liburan ke Lombok.”

d. Kategori Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal

Detik.com memuat berita tentang perbandingan wisata di Lombok antara wisatawan muslim dan non muslim yang berkunjung ke Lombok. Dalam artikel juga dimuat tentang pengertian sederhana tentang apa itu destinasi wisata halal. Yang dimaksud dengan wisata

halal sendiri adalah, tersedia fasilitas yang memudahkan turis Muslim untuk beribadah. Contohnya di dalam kamar ada tanda penunjuk ke kiblat, sajadah, peralatan salat dan menyediakan makanan halal di hotel-hotel.

Berita yang di muat di detik.com jugs memuat tentang bagaimana Lombok menyikapi perbedaan wisatawan tersebut agar tidak ada pihak yang merasa di sudutkan keberadaanya saat berkunjung ke Lombok. Tapi penggunaan kata ‘antara’ pada judul berita online di detikcom ini seolah mengajak kita untuk memilih mana yang paling bagus. Padahal hal tersebut sesuai kebutuhan setiap wisatawan.

Tabel Analisis Framing Berita
Kontradiksi Wisata Halal di Portal Online detikcom

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana kondisi sebenarnya Lombok yang telah mendapat predikat sebagai wisata halal terbaik di dunia.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Bagaimana nasib kehidupan turis ala barat di sana?
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Turis dari Timur Tengah atau turis-turis Muslim dapat berlibur dengan nyaman ke Lombok di NTB.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	Miras ada peraturan daerahnya. Dilakukan razia miras tapi menysar ke anak-anak di bawah umur dan yang ada kaitannya dengan narkoba.

Define Problem. Kekhawatiran pada turis non muslim terlihat dari pemberitaan yang dipublikasi oleh detikcom ini. Hal ini karena Lombok telah mendapat penghargaan sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia. Sedangkan sebagaimana yang kita ketahui sebelumnya, wisatawan non muslim adalah pengunjung utama di Lombok.

Dengan terus di tingkatanya fasilitas dan pengembangan wisata halal di Lombok apakah akan mengganggu wisatawan non muslim atau tidak akan menjadi topik yang diangkat dalam pemberitaan ini.

“Lombok mendapat predikat sebagai wisata halal terbaik di dunia.”

Di dukung dengan kutipan teks berikut :

“Tahun lalu, World Halal Travel Awards 2015 yang berlangsung di Dubai menasbihkan Lombok sebagai World's Best Halal Tourism Destination dan World's Best Halal Honeymoon Destination. Tentu saja, ini jadi kabar gembira juga bagi pariwisata Indonesia.”

Detikcom melihat berita ini sebagai sebuah kabar gembira dengan penggunaan kata ‘tentu saja, ini jadi kabar gembira’ padahal gembira merupakan suatu hal yang tidak ada tolok ukurnya.

Diagnose causes. Lalu masalah yang muncul adalah bagaimana nasib wisatawan non muslim yang akan berkunjung atau sedang berada di Lombok. Dengan ditetapkannya Lombok sebagai destinasi wisata halal di dunia apakah akan memminoritaskan wisatawan non muslim? Dalam kutipan teks berita di detikcom ini menjelaskan bahwa Yang dimaksud dengan 'wisata halal' merupakan positioning untuk menarik turis asal Timur Tengah. Berikut kutipan teks yang mendukung hal tersebut :

“Yang dimaksud dengan wisata halal sendiri adalah, tersedia fasilitas yang memudahkan turis Muslim untuk beribadah. Contohnya di dalam kamar ada tanda penunjuk ke kiblat, sajadah, peralatan salat dan menyediakan makanan halal di hotel-hotel.”

Pernyataan tersebut di dukung oleh pernyataan langsung Bupati Lombok Barat, Fauzan. Berikut kutipan kalimat langsungnya :

“Wisata halal bukan artinya pantai di tembok,”

Make Moral Judgement. Selama ini tidak ada prioritas khusus untuk wisatawan muslim. Maka dengan adanya destinasi wisata halal di Lombok diharapkan wisatawan muslim dapat berlibur dengan nyaman dan tenang saat mengunjungi Lombok. Berikut kutipan teks beritanya :

“...turis dari Timur Tengah atau turis-turis Muslim dapat berlibur dengan nyaman ke Lombok di NTB.”

Treatment Recommendation. Untuk menyelesaikan perbedaan dua wisatawan yang berbeda yaitu muslim dan non-muslim ini, maka ada langkah-langkah tertentu yang dilakukan pihak pariwisata Indonesia. Berikut langkah yang dijelaskan dalam kutipan teks berita dari detikcom :

"Minuman itu wajar (bagi turis tersebut-red) tapi ada kepastian ketersediaan fasilitas untuk turis Muslim dan miras ini ada peraturan daerahnya. Kita juga razia miras tapi menyoar ke anak-anak di bawah umur dan yang ada kaitannya dengan narkoba," tutupnya.

e. Kategori Destinasi Wisata Halal Luar Negeri

Pada berita pertama kategori ini detik.com membuat berita dengan judul “4 Tempat Wisata Kuliner Halal di Bangkok”. Jika wisatawan muslim saat berlibur ke Bangkok bingung dalam mencari makanan halal, maka detikcom membuat sebuah solusi dengan memposting berita yang berisi tentang 4 lokasi wisata kuliner halal yang dapat dikunjungi wisatawan muslim saat berada di Bangkok, yaitu Pasar Chatuchak, Restoran Al-Hilal, Saphan Sung, Restoran Maedah, Pratunam dan Petchaburi Soi 7. Detikcom menjelaskan masing-masing 4 destinasi wisata kuliner halal tersebut secara rinci hingga ke menu dan tempat restoran tersebut berada.

Selain wisata halal di bangkok, detik.com juga banyak memposting berita tentang wisata halal di negara non-muslim lainnya. Seperti Macau, Turki, Hongkong dan Taiwan. Berikut tabel analisis framing yang di rangkum dari semua berita dalam kategori “destinasi wisata halal luar negeri” yang di publikasikan oleh detik.com :

Tabel Analisis Framing Berita

Destinasi “Wisata Halal” ke Luar Negeri di Portal Online detikcom

Perangkat	Evaluasi
<i>Problem Identification / Define Problem</i>	Bagaimana Bangkok, Turki, Macau, Taiwan, Hongkong dan Singapura menyediakan tempat wisata kuliner halal dalam menghadapi persaingan destinasi wisata halal.
<i>Casual Interpretation / Diagnose Causes</i>	Wisatawan biasanya bingung menemukan tempat makan halal.
<i>Moral Evaluation/ Make Moral Judgement</i>	Singapura selalu jadi tempat liburan favorit traveler Indonesia.
<i>Treatment Recommendation / Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disediaknya 4 restoran halal bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke Bangkok. 2. Pemerintah Turki terus mendukung kerjasama yang

	ada dengan memberikan banyak kemudahan bagi turis asal Indonesia. Seperti dalam hal penerbangan dan visa.
--	---

Define Problem. Detik.com melihat berita ini sebagai hal yang baik dan dalam berita yang di muat menyantumkan rekomendasi-rekomendasi tempat wisata kuliner halal mulai dari restoran hingga kuliner halal di tengah pasar yang bisa dikunjungi di Bangkok pada pembacanya. Berikut kutipan teks berita yang mendukung pernyataan tersebut.

“Ada beberapa tempat wisata kuliner halal di Bangkok. Mulai dari restoran, kawasan wisata kuliner sampai kuliner halal di tengah pasar. Ketika liburan ke Bangkok dan ingin berwisata kuliner halal, jangan lupa mampir ke 4 tempat ini.”

Diagnose causes. Masalah utama yang dihadapi wisatawan muslim sebelumnya adalah tidak tersedianya fasilitas-fasilitas yang mendukung wisata halal sehingga wisatawan muslim merasa kebingungan saat berkunjung. Terutama soal kuliner. Berikut pernyataan yang dikutip dari teks berita berjudul “4 Tempat Wisata Kuliner Halal di Bangkok” :

“...bingung untuk mencari wisata kuliner halal.”

Make Moral Judgement yang di muat di detik.com berisi tentang pendapat bahwa tujuan wisata favorit masyarakat Indonesia adalah Singapura tanpa mencantumkan data yang mendukung dan alasan kenapa Singapura selalu menjadi tempat liburan favorit masyarakat Indonesia. Berikut pernyataan dalam kutipan teks berita dengan judul “Wisata Halal di Tengah Kota Singapura” :

“Singapura selalu jadi tempat liburan favorit traveler Indonesia.”

Treatment Recommendation. Agar wisatawan muslim tidak bingung dalam mencari fasilitas yang halal saat berkunjung ke Bangkok, Bangkok kini telah menyediakan tempat kuliner halal yang dalam detikcom di sebutkan 4 tempat yang paling populer dalam menyediakan kuliner halal. Berikut kutipan teks berita yang mendukung.

“Ketika liburan ke Bangkok dan ingin berwisata kuliner halal, jangan lupa mampir ke 4 tempat ini.”

Selain itu detik.com juga menawarkan penyelesaian dengan memuat berita tentang negara Turki yang menawarkan kerjasama untuk wisatawan Indonesia yang ingin berkunjung

ke Turki dengan memudahkan penerbangan dan pembuatan visa. Berikut pernyataan dalam kutipan teks berita dengan judul “Wisata Halal di Turki Makin Menjanjikan” :

“Menurut Cheriatna, pemerintah Turki juga terus mendukung kerjasama yang ada dengan memberikan banyak kemudahan bagi turis asal Indonesia. Seperti dalam hal penerbangan dan visa.

B. Komparasi Analisis

1. Kategori “Strategi dan pengembangan destinasi wisata halal”

Tabel komparasi analisis kategori

“Strategi dan pengembangan destinasi wisata halal”

Perangkat	Situs kompas.com	Situs detik.com
<i>Define problem</i>	<p>1. Bagaimana strategi Indonesia memperluas pasar dan mengembangkan paket wisata halal.</p> <p>2. Bagaimana cara Kementerian Pariwisata Indonesia mencapai target kunjungan wisatawan Muslim mancanegara sebanyak 5 juta pada tahun 2019.</p>	<p>Bagaimana langkah yang dilakukan Indonesia untuk mengalahkan Malaysia di bidang wisata halal.</p>
<i>Diagnose Causes</i>	<p>Indonesia ditargetkan menduduki peringkat pertama pada Global Muslim Travel Index pada tahun 2018.</p>	<p>Malaysia Masih berada di atas Indonesia.</p>
<i>Make moral Judgement</i>	<p>Wisata halal adalah pariwisata yang menyediakan destinasi yang aman dan safety.</p>	<p>1. Indonesia itu terlalu nyaman.</p> <p>2. Hukum bisnis itu lebih penting dalam meningkatkan destinasi wisata halal.</p>
<i>Treatment Recommendation</i>	<p>1. To increase the size. Bagaimana tren pariwisata halal menjadi lebih besar lagi.</p> <p>2. Membesarkan pasar. Inklusif tapi</p>	<p>1. Perlu menggunakan global standard.</p> <p>2. Memaksimalkan fungsi media sosial sebagai sarana promosi.</p>

	<p>terbuka untuk wisatawan non-Muslim.</p> <p>3. Membuat kerja sama pariwisata di negara-negara yang tergabung dalam Organization of Islamic Cooperation (OIC).</p> <p>4. Promosi dengan mengikuti award-award seperti World Halal Travel Award dan tetap kita imbangi dengan selling, familiarization trip, dan sales mission.</p>	<p>3. Menpar menyiapkan berbagai destinasi halal di Indonesia.</p>
--	---	--

Pada situs kompas.com berita yang diangkat lebih pada strategi yang sudah dilakukan dan strategi yang akan dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan sasaran stakeholder langsung seperti Kementerian Pariwisata. Sedangkan pada situs detikcom berita yang dimuat menyangkut isu persaingan, dimana strategi dan pengembangan wisata halal seolah-olah ditingkatkan untuk mengalahkan negara lainnya.

Sebagaimana kita ketahui Indonesia dan Malaysia telah menjadi rival sejak lebih dari setengah abad yang lalu. Bukan hanya soal kemenangan dalam ajang Destinasi Wisata Halal namun juga soal harga diri, gengsi dan juga politik. Masyarakat Indonesiapun ikut terlibat secara aktif dalam mengikuti berita-berita tentang isu persaingan ini, hal tersebut yang kemudian di kemas detik.com dengan memanfaatkan isu sosial yang berkembang di masyarakat dan kemudian membuat berita dengan tema persaingan antara Indonesia dan Malaysia.

Permasalahan yang diangkat dalam berita yang dimuat di situs kompas.com adalah bagaimana Indonesia meningkatkan destinasi wisata halal demi menuju destinasi wisata halal nomor satu di dunia. Untuk situs detikcom, masih berkesinambungan dengan define problem yang diangkat, pada portal online ini mengangkat tentang masalah persaingan antara Indonesia dengan negara lain dalam bidang “Destinasi Wisata Halal”.

Dalam situs kompas.com berita yang dimuat mengajak pembaca memaknai bahwa wisata halal adalah wisata yang benar-benar aman dan safety. Sedangkan di detikcom lebih mengarah pada kekurangan yang dimiliki Indonesia dalam mengembangkan destinasi wisata halal, dimana Indonesia dianggap terlalu nyaman dan salah menerapkan metode dalam meningkatkan destinasi wisata halal.

Langkah-langkah penyelesaian yang di tawarkan Kompas.com dalam menghadapi tren destinasi wisata halal adalah dengan mengembangkan pasar dan promosi di dunia internasional. Sedangkan detik.com lebih memanfaatkan media sosial dan pers dalam promosi media sosial dan mengajak para stakeholder agar menggunakan standar Internasional dalam meningkatkan wisata halal di Indonesia.

2 Kategori “Hambatan”

Tabel komparasi analisis kategori
“Hambatan”

Perangkat	Situs Kompas.com	Situs Detik.com
<i>Define Problem</i>	Tiga hambatan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan wisata halal.	Bagaimana jika Wisata halal jadi bumerang yang membuat turis yang bukan Muslim jadi enggan datang.
<i>Diagnose Causes</i>	Kelemahan infrastruktur pariwisata, kebersihan dan kelestarian lingkungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari kunjungan turis ke Indonesia, 10 % adalah turis Muslim. Sisanya, 80 % turis non Muslim. Apa mau kita mengambil risiko dan kehilangan angka 80 %? 2. Kata-kaya syariah atau halal yang ditonjolkan biasanya diketahui turis non Muslim sebagai hal yang banyak larangan.
<i>Make Moral Judgement</i>	Kehalalan, syariat, dan gaya hidup halal di Indonesia paling top sedunia.	Wisata halal jadi salah satu cara Kemenpar untuk menarik banyak turis Muslim datang ke Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap pemain industri pariwisata harus memiliki standar yang diakui oleh dunia pariwisata internasional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggantinya dengan nama Universal Tourism. 2. Butuh proses dan strategi yang tepat.

	2. Bekerja keras dalam segi promosi dan penyiapan destinasi	
--	---	--

Pada kompas.com berita yang diterbitkan langsung menyoroti pada masalah yang di hadapi Indonesia dalam mengembangkan destinasi wisata halal. Sedangkan pada detik.com masalah yang di angkat memang tertuju pada hambatan, hanya kata yang digunakan terlihat menyudutkan dengan penggunaan kalimat "...jangan jadi bumerang yang membuat turis yang bukan Muslim jadi enggan datang?"

Pada kompas.com permasalahan yang diangkat dalam kategori hambatan lebih menyoroti pada fisik destinasi wisata halal yang dimaksud, yaitu mengenai kelemahan infrastruktur pariwisata, kebersihan dan kelestarian lingkungan. Sedangkan di detik.com hambatan yang diangkat adalah kekhawatiran beberapa pihak bila pengembangan wisata halal akan mengesampingkan kebutuhan turis yang bukan muslim, padahal turis non-muslim telah menyumbang angka 80% untuk pariwisata Indonesia. Jadi hambatan yang di angkat dua media ini saling bertolak belakang, dimana kompas.com lebih menyoroti hambatan pengembangan destinasi wisata halal, sedangkan detik.com lebih menyoroti tentang adanya hambatan bagi turis non-muslim.

Berita yang di muat kompas.com mengajak kita untuk percaya bahwa kehalalan, syariat dan gaya hidup halal di Indonesia merupakan yang paling baik di tingkat dunia. Sedangkan di detik.com kita bisa melihat bahwa destinasi wisata halal merupakan cara untuk menarik turis muslim yang diatur oleh kementerian pariwisata.

Solusi yang ditawarkan kompas.com memiliki dua point utama, yang intinya adalah harus adanya ukuran atau standar kehalalan suatu destinasi wisata muslim di seluruh dunia dan harus adanya promosi yang genar. Sedangkan di detik.com solusi yang ditawarkan adalah agar destinasi wisata halal di Indonesia lebih umum lagi bagi kalangan turis yang bukan muslim.

Dari tabel komparasi analisis di atas detik.com juga lebih memilih menggunakan universal tourism dari pada Destinasi Wisata Halal. Sedangkan sudah jelas bahwa ini adalah program pemerintah yang mengembangkan wisata untuk masyarakat muslim seluruh dunia. Tapi detik seolah tidak ingin memperlihatkan sisi Islami yang ingin di usung dalam program wisata halal ini. Bahkan dalam beberapa artikel yang di muat detik.com lebih menyoroti

bagaimana nasib turis non-muslim, seolah-olah perlakuan pemerintah dalam pembuatan program ini mengesampingkan kenyamanan wisatawan non-muslim. Dimana dampak yang akan ditimbulkan membuat wisatawan non-muslim jadi enggan untuk datang atau bahkan menolak adanya program destinasi wisata halal ini.

3. Kategori “Prestasi Destinasi Wisata Halal”

Tabel komparasi analisis kategori
“Prestasi Destinasi Wisata Halal”

Perangkat	Situs Kompas.com	Situs Detik.com
<i>Define Problem</i>	Bagaimana langkah yang di ambil Indonesia agar menjadi pemenang dalam ajang World Halal Tourism Award (WHTA) 2016.	Bagaimana prestasi Indonesia dalam ajang World Halal Travel.
<i>Diagnose Causes</i>	Adanya seleksi kembali pemenang-pemenang tersebut sebelum mewakili Indonesia.	Indonesia berhasil hattrick alias meraih 3 penghargaan hotel, destinasi dan tempat bulan madu terbaik untuk traveler Muslim.
<i>Make Moral Judgement</i>	1. Sepuluh kategori ini akan menjadi duta Indonesia di dunia. Untuk membuktikan Indonesia benar-benar menjadi destinasi halal terbaik di dunia. 2. Indonesia sendiri memprediksi akan bisa memenangkan lima penghargaan yang dilombakan dalam tingkat dunia.	Kekuatan branding membuat pertumbuhan wisata halal di Indonesia melaju pesat.
<i>Treatment Recommendation</i>	Bentuk persiapan untuk menuju WHTA 2016 adalah penyaringan destinasi wisata.	Kemenangan Lombok sebagai destinasi wisata halal terbaik duniapun langsung berefek dengan naiknya jumlah

		wisatawan muslim yang berlibur ke Lombok.
--	--	---

Dalam tabel diatas dapat dilihat bahwa kompas.com melihat berita prestasi yang diraih Indonesia lebih kepada prosesnya, yaitu cara dan usaha semua pihak dalam membantu kemenangan Indonesia dalam kompetisi Destinasi wisata halal dunia. Sedangkan dalam situs detik.com lebih menyoroti tentang hasil akhirnya, yaitu tegan kemenangan yang di peroleh Lombok dalam kompetisi internasional tersebut.

Dalam tabel tersebut bisa kita lihat nilai moral yang di sampaikan berita yang dimuat di kompas.com lebih memberi kesan positif dan juga semangat untuk pengembangan wisata halal Indonesia di ajang kompetisi tingkat dunia. Di detik.com melihat pretasi yang diraih Indonesia karena adanya pengaruh branding yang kuat sehingga membantu promosi destinasi wisata halal di Indonesia.

Dalam penyelesaian yang ditawarkan, kompas.com sekali lagi lebih menyoroti tentang proses. Proses agar Indonesia bisa memenangkan ajang kompetisi tingkat dunia. Sedangkan detik.com masih menyoroti pada hasil akhir yang sudah di raih Indonesia, terutama tentang kemenangan Lombok.

Proses pengembangan destinasi wisata halal dan hasil akhir yang di lalui Indonesia dalam ajang kompetisi Destinasi Wisata Halal dunia yang telah dimuat dalam kompas.com dan detik.com ini memiliki dampak yang sama yaitu bertambahnya kunjungan wisatawan ke Lombok. Hal ini karena kedua media memiliki persamaan dalam mongkontruksi berita yang mereka terbitkan.

4. Kategori “Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal”

Tabel komparasi analisis kategori

“Kontradiksi Pemberitaan Destinasi Wisata Halal”

Perangkat	Situs Kompas.com	Situs Detik.com
<i>Define Problem</i>	Wisata halal jangan sebatas jargon.	Bagaimana kondisi sebenarnya Lombok yang telah mendapat predikat sebagai wisata halal terbaik di dunia.

<i>Diagnose Causes</i>	Kriteria wisata halal yang yang ditetapkan kementerian pariwisata dinilai masih ngambang.	Bagaimana nasib kehidupan turis ala barat di sana?
<i>Make Moral Judgement</i>	Berbagai fasilitas dan akomodasi di NTB diupayakan mendapat sertifikasi halal.	Turis dari Timur Tengah atau turis-turis Muslim dapat berlibur dengan nyaman ke Lombok di NTB.
<i>Treatment Recommendation</i>	Tim ini memberikan masukan kepada Pemda Aceh, Sumatera Barat, dan Lombok sebagai tujuan wisata halal.	Miras ada peraturan daerahnya. Dilakukan razia miras tapi menasar ke anak-anak di bawah umur dan yang ada kaitannya dengan narkoba.

Dalam tabel perbandingan diatas bisa kita lihat bahwa isu berita yang diangkat dalam kedua media online adalah bagaimana sebenarnya kondisi wisata halal di Indoensia. Tapi pada kompas.com lebih menasar secara umum kondisi destinasi wisata halal di Indonesia. Pada detik.com permasalahan yang di tampilkan lebih pada kondisi sebenarnya di Lombok setelah berhasil memperoleh kemenangan di ajang internasional.

Masalah selanjutnya yang di angkat di kompas.com juga menyoroti tentang peraturan kementerian pariwisata yang dirasa masih terlalu dangkal. Peraturan yang dibuat di nilai masih mengambang. Sedangkan pada detikcom, permasalahan yang diangkat adalah tentang nasib turis non muslim yang beribur ke Lombok setelah dinobatkanya Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia.

Untuk penyelesaian masalah yang ditawarkan dari kedua media online tersebut, juga mengalami perbedaan. Untuk kompas.com solusi untuk permasalahan yang di tawarkan lebih mengarah pada pihak-pihak yang memiliki wewenang untuk masalah pariwisata seperti penyuluhan pada pemerintah daerah. Sedangkan untuk detik.com solusi yang ditawarkan lebih kepada bertindak tegas langsung pada orang-orang yang bersangkutan.

5. Kategori “Destinasi wisata halal luar negeri”

Tabel komparasi analisis kategori
“Destinasi wisata halal luar negeri”

Perangkat	Situs Kompas.com	Situs Detik.com
<i>Define Problem</i>	Bagaimana negara-negara non-muslim menghadapi kompetisi destinasi wisata halal.	Bagaimana Bangkok, Turki, Macau, Taiwan, Hongkong dan Singapura menyediakan tempat wisata kuliner halal dalam menghadapi persaingan destinasi wisata halal.
<i>Diagnose Causes</i>	Tidak mudah membuka paket wisata halal di negara non-muslim terutama Jepang.	Wisatawan muslim biasanya bingung menemukan tempat makan halal di Bangkok.
<i>Make Moral Judgement</i>	Ramah dalam penyediaan fasilitas dan akomodasi agar membuat wisatawan muslim nyaman.	Singapura selalu menjadi tempat liburan favorit traveler Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i>	Membuat makanan otentik dengan bahan makanan dan tata cara pembuatan yang halal. Begitu pula dengan restoran yang menyediakan ruang untuk shalat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disediaknya 4 restoran halal bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke Bangkok. 2. Pemerintah Turki terus mendukung kerja sama yang ada dengan memberikan banyak kemudahan bagi turis asal Indonesia . seperti dalam hal penerbangan dan visa.

Isu yang diperlihatkan dalam dua media online ini mengalami persamaan, yaitu tentang persiapan negara yang penduduk muslimnya minoritas menghadapi trend wisata halal yang semakin berkembang agar wisatawan muslim tertarik berkunjung ke negaranya. Dan masalah yang diangkatpun mempunyai persamaan, yaitu tentang bagaimana susahnya wisatawan muslim ketika berkunjung ke luar negeri termasuk Jepang dan Bangkok.

Nilai moral yang ditawarkan kedua situs online memiliki perbedaan yang signifikan. Kompas.com tentang bagaimana wisatawan muslim harus nyaman berlibur ke Jepang, sedangkan detik.com meloncat ke topik yang sangat berbeda, yaitu tentang puasa dan bulan ramadhan.

Dalam pemecahan masalah situs kompas.com dan detikcom membuat berita dengan konten isi yang sama, yaitu tentang disediakannya atau di bangunnya fasilitas baru untuk wisatawan muslim dan tentu saja menjamin adanya ketersediaan kuliner halal di tempat – tempat wisata tersebut.

Namun kompas.com kembali menyoroti tentang prosesnya, yaitu disediakannya makanan halal yang proses pembuatannya dapat dilihat oleh wisatawan secara langsung. Sehingga mereka percaya jika makanan tersebut benar-benar halal.

C. PEMBAHASAN

Dari temuan tersebut, penelitian ini akan membahas bagaimana media online mengkonstruksi berita mengenai wisata halal. Sebagaimana kita ketahui pemberitaan online merupakan media yang sangat berpengaruh dalam mengkonstruksi masyarakat. Hal ini karena konsumsi media online yang sudah meningkat cukup pesat, terbukti dengan hasil riset yang dilakukan oleh Indonesia Digital Association (IDA) pada tahun 2016 terkait Studi Konsumsi Media Online yang salah satu hasilnya adalah sebanyak 96% masyarakat Indonesia menikmati berita melalui telepon genggam, sementara kontennya sebanyak 70% Masyarakat lebih menggemari isu sosial.

Dilihat dalam komparasi analisis pada kategori strategi dan pengembangan wisata halal, kompas dalam menyajikan berita tentang wisata halal lebih bersifat mengajak pembaca untuk menciptakan penilaian yang positif. Sedangkan pada detik masih ditemukan beberapa berita dan beberapa kalimat yang mengangkat tentang isu – isu persaingan sehingga menimbulkan persepsi pada masyarakat bahwa wisata halal di Indonesia hanya terfokus pada persaingan, bukan pada peningkatan kualitas wisata halal itu sendiri.

Semakin maju dan berkembangnya jaman, saat ini dunia wisata menjadi salah satu industri kreatif yang pada kenyataannya dunia pariwisata di Indonesia tidak pernah lepas dari pengaruh ekonomi, budaya, geografis, persepsi dan juga persaingan. Bidang wisata sendiri juga memiliki potensi untuk mempengaruhi baik secara positif maupun negatif tentang perubahan budaya, serta dapat memodifikasi organisasi sosial dan menyebabkan perubahan dalam nilai-nilai kebudayaan dan mungkin memiliki implikasi untuk penentuan status sosial.

Dalam tinjauan pustaka penelitian terdahulu oleh Hafizah Anggita S. Dewi tentang “Analisis isi Media Berita Online tentang Pengembangan Wisata Syariah di Bali” menjelaskan bahwa di Bali Destinasi wisata halal menjadi hal yang tidak bisa diterima oleh masyarakat. Tapi pada pemberitaan kompas.com dan detik.com dalam kategori Prestasi Destinasi Wisata Halal ada berita penghargaan yang diterima oleh Bali tentang Destinasi Wisata Halal, hal ini dibuktikan dengan berita yang di muat yaitu prestasi destinasi wisata halal di Bali. Salah satunya adalah berita yang dimuat di detik.com tentang “Alhamdulillah Indonesia menang 12 Penghargaan World Halal Tourism “ (Tabel 3.1 pg. 41). Dimana dalam isi berita menjelaskan Bali memperoleh penghargaan “*World’s Best Family Friendly Hotel : The Rhadana Kuta*”

Di kompas.com berdasarkan data komparasi analisis di atas dapat kita lihat, bahwa kompas memberikan informasi pada pembaca tentang proses dan cara untuk pengembangan destinasi wisata halal yang telah dilakukan oleh pihak-pihak pemangku kepentingan, meskipun terdapat pro dan kontra tentang realita wisata halal sebenarnya yang di publikasikan oleh kompas.com.

Hasil penelitian berita yang dimuat di kompas.com dan detik.com wisata halal semakin berkembang karena ekonomi nasional dan juga mediasi pariwisata dimana di Indonesia pengembangan pariwisata masuk dalam skala prioritas terutama untuk pengembangan daerah-daerah miskin akan sumber daya alam. Pariwisata di era otonomi daerah adalah wujud dari cita-cita bangsa Indonesia untuk memajukan kesejahteraan, karena pada dasarnya peningkatan pariwisata di suatu daerah akan berpengaruh pada peningkatan ekonomi dan lapangan kerja di daerah itu sendiri semenjak diterapkannya otonomi daerah.

Wisata halal memang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara Indonesia, namun masih ada kekhawatiran yang di hadapi karena jika wisata halal mendominasi semua wisata di Indonesia, maka dikhawatirkan wisatawan non-muslim yang jumlahnya saat ini masih mendominasi wisatawan di Indonesia jadi enggan datang ke Indonesia. Hal ini bisa kita lihat pada pemberitaan Kategori Kontradiksi Destinasi Wisata Halal di detik.com dalam teks berita berjudul “Wisata Halal Jangan Jadi Bumerang Untuk Indonesia” bahwa menteri pariwisata, Arif Yahya, menyampaikan jika wisatawan yang berkunjung ke Indonesia 80% nya adalah wisatawan non-muslim. Hal ini kemudian menjadi tantangan untuk Indonesia agar wisatawan muslim dan muslim tetap mau berkunjung ke Indonesia.

Analisis framing berguna untuk melihat bagaimana kerja media massa dalam menampilkan sebuah realitas, yakni dengan melakukan penyeleksian dan pemfokusan pada bagian-bagian tertentu dari sebuah realitas atau kebutuhan pembaca. Hal ini sejalan dengan Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu Oleh Muharrik T. Fikri yang menjelaskan bahwa dalam penyampaian berita dimasyarakat Media sekaligus mengkontruksi realita dalam penyampaian pesan. Realitas sosial sendiri berkaitan dengan kestabilan dalam keadaan normal atau keadaan tidak normal yang terjadi dalam pola-pola hubungan di masyarakat. Dan disini kita bisa melihat bahwa kedua media online yaitu kompas.com dan detik.com sedang berusaha membangun framing tentang pemberitaan wisata halal pada pembacanya. Tentu kontruksi framing yang dimuat sesuai dengan keinginan dan tujuan dari masing-masing media. Kompas lebih memfokuskan pemberitaan pada hal-hal yang positif sedangkan detik mengajak persepsi pembaca bahwa masih ada banyak pro dan kontra dalam pengembangan destinasi wisata halal di Indonesia.

Disini kita bisa melihat kompas.com dan detik.com mengemas pemberitaan lebih kepada arah yang nasionalis, dimana konten yang mereka muat minim sekali adanya pemihakan pada kelompok Islam tertentu atau kebijakan Islam tertentu biarpun pemberitaan mereka mengenai destinasi wisata halal.

Lalu perlu kita lihat juga cara pandang yang digunakan jurnalis detik.com ketika merepresentasikan realitas tentang pemberitaan yang dimuat. Peneliti melihat detik.com memuat salah satu judul dan konten berita yang sensitif, yaitu mengenai persaingan Indonesia dan Malaysia. Sebagaimana kita tahu masyarakat Indonesia dan Malaysia pada dasarnya sudah sering terlibat konflik. Apalagi pada jaman modern saat ini, banyak sekali masyarakat yang menggunakan media sosial untuk menciptakan konflik. Bahkan media sekelas detik.com juga memuat berita yang membentuk persepsi masyarakat bahwa Malaysia adalah saingan Indonesia dalam wisata halal ini. Padahal bukan hanya negara Malaysia saja yang menjadi pesaing Indonesia. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa detik.com masih memanfaatkan ketenaran isu sosial yang berkembang di masyarakat tanpa memperdulikan bobot berita dan juga efek negatif yang terkontruksi pada konsumen.

Dengan adanya dua kontruksi media yang berbeda antara kompas.com dan detik.com tentu mempunyai dampak yang berbeda, baik pada penilaian masyarakat dan pada Destinasi Wisata Halal itu sendiri. Efek pemberitaan kompas.com membuat masyarakat lebih aktif mengikuti dan mengawasi program Destinasi Wisata Halal ini dan kompas.com memilih

untuk mebatasi peminat beritanya secara tidak langsung, karena mereka memuat konten berita yang mengesampingkan isu sosial yang lebih disukai banyak masyarakat. Kompas.com berhasil mengkontruksi persepsi pembaca bahwa pemerintah memang sedang berusaha sekompeten mungkin dalam menjalankan program Destinasi Wisata Halal.

Sedangkan untuk detik.com masih kurangnya kredibilitas dimana konten yang diangkat masih menyoroti isu-isu yang di sukai pembaca saja, bukan memberitakan suatu hal secara objektif. Hal ini menimbulkan kebingungan pada pembaca tentang bagaimana Destinasi Wisata Halal yang sudah berjalan selama ini. Sudah sesuai syariat atau hanya sebatas branding. Sehingga masyarakat menjadi enggan untuk datang ke Destinasi Wisata Halal yang sudah dikembangkan oleh pemerintah.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Destinasi Wisata Halal pada Media Online Kompas.com dan Detik.com” dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Pemberitaan destinasi wisata halal pada kompas.com lebih mengangkat tentang isu – isu positif. Berita yang diangkat pun lebih pada strategi yang sudah dilakukan dan strategi yang akan dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata halal dengan sasaran stakeholder secara langsung. Karena berita adalah produk yang dihasilkan dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas maka dapat disimpulkan bahwa kompas membentuk persepsi pembaca bahwa destinasi wisata halal sudah dilaksanakan dengan baik.

Untuk pemberitaan destinasi wisata halal pada detik.com masih banyak ditemukan judul berita dan kalimat-kalimat yang digunakan dalam berita yang mengajak pembaca terprovokasi tentang isu-isu negatif. Kembali lagi pada pengertian berita dalam jurnalisme online, adanya berita yang di publikasikan media online juga menimbulkan pemaknaan tersendiri bagi konsumen media tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa detik.com lebih mengangkat pemberitaan yang kontennya lebih disukai masyarakat Indonesia yaitu tentang isu – isu sosial termasuk isu persaingan. Dan mengesampingkan objektivitas dalam pembuatan berita.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kompas.com dan detik.com mengemas pemberitaan lebih kepada arah yang nasionalis, dimana konten yang mereka muat minim sekali adanya pemihakan pada kelompok Islam tertentu atau kebijakan Islam tertentu biarpun pemberitaan mereka mengenai wisata halal.

B. Keterbatasan Penelitian

Khalayak mempunyai penilaian tersendiri atas berita. Hasil kerja jurnalis dalam membuat berita tidak bisa dinilai dengan sesuatu yang kongkrit begitupun hasil penelitian ini, tidak semua hasil penelitian dapat diterima oleh semua pihak. Peneliti sadar bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan dalam menganalisa.

C. Saran

1. Saran Akademik

Penelitian mengenai Analisis Framing Pemberitaan Destinasi Wisata Halal pada Media Online Kompas.com dan Detik.com ini masih banyak kekurangan. Dengan begitu, rekomendasi penelitian selanjutnya yaitu tentang tema yang diangkat mungkin bisa lebih mengerucut pada satu permasalahan. Penelitian dapat dilakukan dengan meneliti objek media yang lebih banyak dan berita yang lebih banyak agar terkumpul hasil yang lebih baik.

2. Saran Praktis

Saran penulis untuk kedua media yang telah diteliti adalah pemberitaan pada media online harus bersifat objektif dan dapat dipertanggung jawabkan, mengingat sifat pemirsa yang heterogen. Tentu semua pihak tidak ingin dampak dari konstruksi berita yang dihasilkan memicu perpecahan dan hal yang merujuk pada hal – hal negatif.



Daftar Pustaka

Buku :

McQuail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.

Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting to be Broadcaster*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Ardial. 2010. *Komunikasi Politik*. Jakarta : PT Indeks.

McLuhan, Marshal. 1964. *Understanding Media : The Extension of Man*. New York : McGraw-Hill Book Company.

Morisan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Alex Sobur. 2002. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Ringer, Greg. *Destination : Cultural Landscape of Tourism* (Cukier Snow and Wall 1993). Inggris : Routledge (Taylor and Francis Group).

Narendra, Pitra. 2008. *Metodologi Riset Komunikasi. Panduan untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta : Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi (BPPI).

Suyitno, 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta : Kanisius.

Oka A, Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa Offset.

Ritzer, George. 2010. *Teori Sosiologo Modern*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

Skripsi :

Jaelani, Aan. 2017. *Industri Wisata Halal di Indonesia : Potensi dan Prospek*. Cirebon : Fakultas Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati.

Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

Fikri A, Muharrir T. 2016. *Konstruksi Media Cetak Kompas Dalam Berita Aktivitas Pariwisata Indonesia*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Zebua, Dwi Winda Astuti. 2013. *Konstruksi Pemberitaan Wisata Syariah pada Republika Online*. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Rahayu, Nurdiati. 2006. Analisis Proses Pengambilan Keputusan dan Preferensi Konsumen Terhadap Wana Wisata Curug Nangka. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Jurnal :

Gilang Widagdyo, Kurniawan. Analisis Pasar Wisata Halal di Indonesia. The journal of Tauhiddinomics Vol. 1 No. 1. Pg. 73 – 80.

JWinarti, Oktifani. 2017. *Halal Tourism in Indonesia : Does it attract only Muslim Touris.* Jurnal Studi Komunikasi. Vol. 1. Pg. 232 – 239.

Rayendra, Miko. 2017. *Halal Tourism Development in East Lombok Regency. Sumatra Journal of Disaster, Geography and Geography Education.* Vol. 1. No. 2. Pg. 197 – 201.

Awalia, Hafizah. 2017. Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia. Vol. 1. No. 1. Pg. 19 – 30.

Internet :

Biro Hukum dan Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata Indonesia. Di akses dari www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3204 (di akses 15 Februari 2018)

Sekilas Tentang Wisata Halal (<http://dispudat.acehprov.go.id/sekilas-tentang-wisata-halal/>)

Andai Aku Jadi Penyiar oleh Winda Yulia di akses dari <http://books.google.co.id> (di akses pada 15 februari 2018)

Badan Pusat Statistik. Sensus Penduduk. 2010. Di akses dari sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321 (di akses 15 Februari 2018)

www.gomuslim.co.id/read/news/2016/09/16/1540/wisata-halal-dunia-haru-lebih-dieksplorasi.html (di akses 17 Februari 2018)

Top Sites in Indonesia. Di akses dari <https://www.alexa.com/topsites/countries/ID> (di akses 19 februari 2018)