

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan suatu penelitian mengenai analisis pembingkaiian yang dilakukan oleh media massa, khususnya surat kabar.

Melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai analisis pembingkaiian akan menambah pengetahuan peneliti dalam melihat analisis pembingkaiian sebagai suatu desain penelitian.

Hal ini penting dilakukan agar peneliti dapat mengetahui model dan teori yang digunakan oleh penelitian terdahulu, sehingga menjadi rujukan bagi peneliti saat melakukan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan dapat dilihat pada tabel di halaman berikutnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Identitas Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kritik
Gilang Alfaritzi	Pembingkaiian Berita Obat Ilegal (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Umum Kompas Edisi, 7 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode kualitatif. - Menggunakan pendekatan analisis <i>framing</i> model Robert Entman - Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar 	Mengidentifikasi konstruksi sosial media massa (Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Umum Kompas) mengenai isu produk obat ilegal.	Mencantumkan nama pemilik model analisis <i>framing</i> Sebagai Robert N Entman. Padahal, nama sebenarnya adalah Robert Matthew Entman. Hal ini dapat diketahui peneliti saat menelusuri karya utama Entman mengenai analisis <i>framing</i> yang dituangkan dalam buku berjudul <i>Projection of Power: Framing News, Public Oppinion, and U.S Foreign Policy</i> yang terbit pertama kali pada tahun 2004.
Reza Rinaldi	Pembingkaiian Berita E-KTP Media Cetak di Kota Cimahi	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode kualitatif - Menggunakan pendekatan 	Mengidentifikasi konstruksi sosial media massa (Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi	Mencantumkan nama pemilik model analisis <i>framing</i> Sebagai Robert N Entman. Padahal, nama

	(Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar Edisi 9 Februari 2017)	<p>analisis <i>framing</i> model Robert Entman</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar 	Tribun Jabar) mengenai isu kebijakan E-KTP	sebenarnya adalah Robert Matthew Entman. Hal ini dapat diketahui peneliti saat menelusuri karya utama Entman mengenai analisis <i>framing</i> yang dituangkan dalam buku berjudul <i>Projection of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S Foreign Policy</i> yang terbit pertama kali pada tahun 2004.
Mohammad Abshar	Pembingkaiian Berita 100 Hari Program Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman di Surat Kabar Pikiran Rakyat dan Inilah Koran Edisi	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode kualitatif - Menggunakan pendekatan analisis <i>framing</i> model Robert Entman - Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar 	Mengidentifikasi konstruksi sosial media massa (Harian Umum Pikiran Rakyat dan Inilah Koran) mengenai isu kepemimpinan presiden Jokowi dan wakil presiden Jusuf Kalla	Mencantumkan nama pemilik model analisis <i>framing</i> Sebagai Robert N Entman. Padahal, nama sebenarnya adalah Robert Matthew Entman. Hal ini dapat diketahui peneliti saat menelusuri karya utama Entman mengenai analisis <i>framing</i> yang dituangkan dalam

	Januari – Februari 2015)			buku berjudul <i>Projection of Power: Framing News, Public Oppinion, and U.S Foreign Policy</i>
--	-----------------------------	--	--	--

Sumber: Peneliti, 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Kata “massa” mengandung pengertian orang banyak (khalayak), tetapi mereka tidak harus berada di suatu lokasi tertentu yang sama.

Mereka (khalayak) dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama (Wiryanto, 2000: 1-3). Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy (2013) mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar, radio, film dan televisi. Melalui media massa, sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak.

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam Effendy (2001), memaparkan komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Komunikasi massa adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dipelajari dan dipraktikan.

“Komunikasi massa adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Komunikasi massa adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik.” (Effendy, 2001: 21)

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* menjabarkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak. (Rakhmat, 2008: 77)

Pengertian komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh John R. Bittner. Menurut Bittner (1977), komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Sedangkan definisi yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu George Gerbner. Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dan dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Elvinaro dkk, 2009: 6)

Dikarenakan komunikasi massa itu ditujukan kepada massa (khalayak) dan dengan menggunakan media massa, maka komunikasi massa ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antar pengirim dan penerima.

Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Berifat terbuka, yang berarti pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa (Cangara, 2004: 131 – 135)

Menurut De Vito (1996) seperti di dalam buku berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* menjelaskan fungsi komunikasi massa secara khusus, yakni :

1. Fungsi meyakinkan (*to persuade*)

Fungsi ini bisa datang dalam bentuk:

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
 - b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang
 - c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
 - d. Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.
2. Fungsi menganugerahkan status

Fungsi ini terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga gengsi (*prestise*) mereka meningkat.

3. Fungsi membius

Fungsi ini menunjukkan bahwa apabila media massa menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil. Sebagai akibatnya, khalayak atau penerima pesan terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik.

4. Fungsi menciptakan rasa kebersatuan

Fungsi ini menunjukkan komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

5. Fungsi privatisasi

Fungsi ini menunjukkan kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri. (Elvinaro dkk, 2009: 19-24)

2.1.3 Tinjauan Tentang Pers

Secara harfiah, “pers” berasal dari kata “*press*” yang memiliki arti “cetak” dan secara makna berarti penyiaran secara tercetak. Pemahaman ini diambil dari bahasa pers itu sendiri, yaitu pers yang berasal dari bahasa Belanda yang artinya adalah cetak. Sementara dalam bahasa Inggris pers berasal dari kata *press* yang artinya tekan.

“Pada perkembangan selanjutnya istilah pers meluas menjadi segala macam bentuk penerbitan, baik itu media massa berbentuk cetak maupun elektronik, yang dalam kegiatannya melakukan segala bentuk kegiatan jurnalistik. Jurnalistik itu sendiri bisa dikatakan sebagai kepandaian karang-mengarang yang pokoknya untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya.” (Sobur, 2012: 1)

Pers merupakan sebutan dari suatu nama. Kalau nama pers disebutkan, gaungnya seperti menggaungkan jiwa. Jika seseorang sedang berhubungan dengan pers, dikonotasikan ia berhadapan dengan suatu urusan besar. Pers sebagai lembaga, bisa berperan seperti sahabat, mitra kerja atau menjadi lawan. Pendeknya, pers sebagai lembaga dapat difungsikan menjadi apa saja bergantung kehendak yang mengelolanya. (Djuroto, 2002: 3). Sebagai suatu lembaga yang dikelola secara bisnis, perusahaan penerbitan pers juga menghasilkan produk yang dijual kepada masyarakat.

“Beda dengan produk barang lainnya, produk penerbitan pers mempunyai misi tersendiri, yaitu ikut mencerdaskan masyarakat, menegakan keadilan dan memberantas kebatilan. Itulah sebabnya, produk penerbitan pers terikat dengan misinya itu. Karenanya, perusahaan penerbitan pers tidak bisa dikelola sebarangan. Artinya, produk yang dihasilkan harus disesuaikan dengan perkembangan kehidupan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat, dimana pers tersebut melaksanakan operasinya.” (Djuroto, 2002: 45)

Pers memiliki peran penting yang juga sekaligus merupakan tanggung jawab moral yang harus dipikul. Franz Magnis Suseno dalam karya bukunya berjudul *Kuasa dan Moral* (2000), menjelaskan bahwa salah satu peran pers adalah mengawal kehidupan publik, yakni dengan cara menyediakan informasi terus menerus kepada khalayak yang bukan saja rekaman atas realitas objektif tapi juga pengetahuan tentang bagaimana cara pemecahan masalah yang melingkupi realitas tersebut.

Cita-cita pers di seluruh dunia yakni memberikan informasi selengkap-lengkapya kepada khalayak ramai, membantu khalayak mendapatkan haknya utnuk mendapatkan informasi yang benar dan lengkap. Dengan mendapatkan informasi yang benar, khalayak akan mampu mengambil keputusan yang tepat untuk dirinya maupun masyarakatnya dan bangsanya demi kemajuan masyarakat dan bangsa itu sendiri. Hal ini tidak akan tercapai jika pers tidak bebas dalam memberitakan apa-apa yang benar atau apa-apa yang dianggap tidak benar yang dijalankan oleh suatu institusi, baik institusi pemerintah maupun swasta. (Kusumaningrat, 2014: 41)

2.1.3.1 Fungsi Pers

Sebagai lembaga kemasyarakatan (*social institution*) tentu memduduki tempat tertentu dalama masyarakat. Empat fungsi pers (Effendy, 2014) adalah sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*To Inform*)

Fungsi pers yang pertama ini merupakan fungsi utama dalam pers yakni, memberikan informasi, atau berita kepada khalayak

dengan cara yang teratur. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas, jernih, jujur, adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis dan syarat berita lainnya.

2. Mendidik (*To Educate*)

Dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar atau penonton. Dalam konteks ini fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam menyampaikan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Ilmu yang disebarluaskan memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif maupun psikomotorik publik, sehingga dengan fungsi ini pers dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencerahan kepada muridnya.

3. Menghibur (*To Entertain*)

Pers juga dapat di jadikan sebagai sarana hiburan atau rekreasi. Namun dalam fungsi ini mengamanatkan pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

4. Kontrol Sosial (Kontrol sosial)

Sebagai media pelayanan publik pers menjadi bagian penting dalam posisi strategis dalam ikut mendorong berjalanya roda pemerintahan. Sebagai kontribusi penyeimbang dalam penyelenggaraan kehidupan sosial kemasyarakatan. Pers menjadi bagian yang memberikan visi membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah.

Selain keempat fungsi utama pers tersebut, di jelaskan dalam buku *Etika Hukum dan Pers* oleh Mahi M. Hikmat (2011: 57-59), masih terdapat fungsi-fungsi lain yang menjadi tambahan dalam konteks realitas yang dijalankan dengan baik oleh pers baik media cetak maupun elektronik. Fungsi-fungsi pers tambahan tersebut diantaranya:

a. Fungsi Ekonomi

Kehadiran pers di banyak Negara ikut mendukung berjalannya roda perekonomian. Pers ikut mengambil bagian dari upaya ikut membangun ekonomi Negara dengan tampil sebagai perusahaan perusahaan yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu Negara. Misalnya dengan ikut menciptakan lapangan pekerjaan, pembayaran pajak dan kegiatan ekonomi lainnya.

b. Fungsi Sosial

Undang-undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, menyuratkan fungsi pers yang ada di Indonesia sebagai lembaga

sosial. Hal itu dimainkan dengan melihat realitas yang selalu hadir di Indonesia akan bencana yang selalu hadir dan mengakibatkan rasa empati untuk kepada masyarakat lain. Sehingga banyak media cetak dan elektronik berlombalomba menyediakan, menampung dan menyalurkan setiap korban bencana dan kemiskinan yang didera masyarakat yang terjadi, ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan fungsi sosial yang mereka perankan.

c. Fungsi Mediator

Pers adalah lembaga media sehingga fungsi utama pers adalah sebagai mediator, dimana berfungsi sebagai penghubung atau fasilitator, dengan memediasi berbagai kepentingan dan berbagai elemen dalam masyarakat.

d. Fungsi Mempengaruhi

Pers memiliki fungsi dapat mempengaruhi. Hal itu disadari lama dengan dibuktikannya banyak teori yang mengungkapkan kehebatan pers dalam mempengaruhi individu maupun kelompok. Pers memiliki mata pisau yang tajam untuk mengubah kognisi, afeksi dan psikomotorik individu atau kelompok, apalagi dengan era teknologi informasi yang makin canggih. Daya rangsang televisi dan internet dapat memberikan pengaruh besar terutama kepada anak-anak dan remaja yang belum memiliki daya filter yang kuat.

e. Fungsi Sejarah

Dengan kekuatan tulisan atau siarannya. Pers berfungsi juga sebagai juru tulis terhadap fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. Fakta adalah sebuah sejarah bagi kehidupan masa depan, sehingga catatan pers-pers masa lalu bermakna historis bagi masa kini dan catatan masa kini historis bagi masa depan. Bahkan, salah satu sumber otentik bagi catatan sejarah bagi para sejarawan adalah pers.

“Dalam menjalankan misinya yang mulia itu, maka pers harus dibekali dengan etika pers yang di dalamnya termuat setidaknya tiga aspek yakni tanggung jawab dalam menyajikan informasi, mengemukakan penilaian, dan sebagai pasar ide bagi seluruh masyarakat.” (Suseno, 2000: 122)

2.1.4 Tinjauan Tentang Media Massa Cetak

Istilah media massa berkembang penggunaannya ketika digunakan untuk menjelaskan bahwa komunikasi digunakan dalam skala yang lebih besar. Dimana lewat peran media mssa pula setiap orang atau bahkan sekelompok masyarakat dapat terlibat dalam lingkup penyebaran informasi. Karena baik komunikator maupun komunikan sebenarnya juga merupakan bagian dari masyarakat, namun dalam konteks komunikasi, komunikator mewakili media massa. (McQuail, 2005: 41)

Pengertian media massa dalam buku berjudul *Kamus Jurnalistik*, adalah saluran, sarana, atau alat yang digunakan dalam proses komunikasi. Media

massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik.

“Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, dan media *online*.” (Romli, 2008: 85).

Media cetak merupakan suatu media massa yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media cetak terdiri dari lembaran-lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, foto, dengan tata warna dan halaman hitam putih.

Media cetak merupakan dokumen atas segala yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan lain sebagainya.

Secara umum media cetak di Indonesia di klasifikasikan menjadi 8 bagian, yakni:

- Surat Kabar Harian
- Surat Kabar Mingguan
- Majalah Mingguan
- Majalah Tengah Bulanan
- Majalah Bulanan
- Majalah Dwibulanan
- Majalah Tribulanan
- Buletin (Zaenuddin, 2011: 3-4)

Surat kabar termasuk ke dalam bentuk media massa cetak dan juga disebut sebagai koran. Karakteristik surat kabar menurut Elvinaro dkk dalam

buku berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, sebagai media massa mencakup:

1. Publisitas, adalah penyebaran pada publik atau khalayak. Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan dianggap penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya.
2. Perioditas, menunjukkan pada keteraturan terbitannya, bisa harian, mingguan, atau bulanan. Sifat perioditas sangat penting dimiliki media massa khususnya surat kabar. Setiap hari manusia selalu membutuhkan informasi. Bagi penerbit surat kabar, selama ada dana dan tenaga yang terampil, tidaklah sulit untuk menerbitkan surat kabar secara periodik.
3. Universalitas, merujuk pada sifat kemestaan isinya yang beraneka raga dan bahkan bisa dari seluruh dunia. Dengan demikian, isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, keamanan, dan lain-lain. Selain itu, lingkup kegiatannya bersifat lokal, regional, nasional, dan bahkan internasional.
4. Aktualitas, merujuk pada sifat surat kabar yang menyajikan informasi terkini, terbaru, dan masih hangat untuk diperbincangkan. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk dilaporkan, karena khalayak pun memerlukan informasi yang paling baru.
5. Terdokumentasikan, merujuk pada kemampuan surat kabar untuk menyajikan data dan fakta ke dalam bentuk berita atau artikel. Dapat dipastikan ada beberapa kalangan, baik itu individu, kelompok, dan bahkan organisasi menganggap penting hal itu untuk diarsipkan atau dibuat kliping (Elvinaro dkk, 2009: 112-114)

2.1.4.1 Peran Media Cetak

Media massa jenis cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi.

“Peranan utama media massa cetak adalah menyalurkan informasi. Dengan informasi, masyarakat bisa melakukan reaksi terhadap apa yang sedang terjadi atau melakukan antisipasi terhadap segala sesuatu yang mungkin terjadi. Tanpa Informasi, masyarakat tidak sempat melakukan reaksi atau antisipasi secara tepat. Itu bisa membahayakan keselamatan hidupnya.” (Eisy, 2007: v)

McQuail dalam buku berjudul *Teori Komunikasi Massa*, menunjukkan media massa memiliki dua fungsi penting dalam kehidupan masyarakat. Pertama, media massa merupakan forum yang menampilkan peristiwa kehidupan masyarakat, baik regional, nasional, maupun internasional. Kedua, media massa berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengertian pengembangan tata cara mode, gaya hidup, dan norma-norma.

McQuail juga menjabarkan peran media massa sebagai berikut :

1. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar diri kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak

2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisahkan dan kurang jelas
 3. Pembawa atau pengatur informasi dan pendapat
 4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik
 5. Seperti papan penunjuk yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi
 6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis maupun tidak.
 7. Cermin yang memantulkan citra terhadap masyarakat itu sendiri
 8. Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian diri dari suatu kenyataan.
- (McQuail, 2005: 53)

Brian McNair dalam Slamet (2016) memaparkan fungsi media massa dalam masyarakat demokratis yang ideal, yakni:

1. Fungsi *Monitoring*; memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang sedang berlangsung dalam masyarakat itu sendiri.
2. Fungsi mendidik; memberikan kejujuran atas makna dan signifikansi dari fakta-fakta yang terjadi. Jurnalis harus menjaga obyektivitasnya karena nilai yang mereka miliki sebagai

‘pendidik’ tergantung pada bagaimana mereka isu/wacana yang dipublikasikannya.

3. Memberikan platform terhadap diskursus politik publik, memfasilitasi/mengakomodir pembentukan opini publik dan mengembalikan opini itu kepada publik, termasuk di dalamnya memberikan tempat kepada berbagai pendapat yang saling berlawanan, tanpa mengurangi nilai-nilai demokrasi.
4. Fungsi *watchdog*; mempublikasikan institusi politik dan institusi pemerintahan, menciptakan keterbukaan (transparansi) pada institusi-institusi publik tersebut.
5. Fungsi advokasi; menjadi saluran untuk advokasi politik. Partai-partai, contohnya, membutuhkan ‘alat’ untuk mengartikulasikan kebijakan dan program mereka pada khalayak, dan karenanya media mesti terbuka kepada semua partai. Lebih jauh lagi, beberapa media massa –umumnya media cetak- secara aktif memperjuangkan salah satu partai dalam situasi sensitif seperti pemilihan umum. dalam konteks ini fungsi advokasi dapat pula dikatakan sebagai fungsi persuasi.

2.1.5 Tinjauan Tentang Berita

Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang banyak (Budyatna, 2009: 40). Dari definisi tersebut dapat dibedakan antara berita yang berdasarkan objektif (fakta) dan berita berdasarkan subjektif (opini).

“Berita adalah sesuatu yang termassa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia bisa menarik minat dan atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik perhatian para pembaca untuk segera mungkin membaca berita tersebut.” (Sumadria, 2008: 64).

Paul De Massenner menyatakan bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak. Sedangkan Dean M. Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik sebagian besar pembaca. (Sumadria, 2008:64).

Selain definisi-definisi berita di atas, Sumadria dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature* memaparkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau portal berita berbasis internet. (Sumadria, 2008: 65)

2.1.5.1 Unsur-unsur Berita

Dalam membuat sebuah berita yang baik, terdapat unsur-unsur di dalamnya. Di mana unsur berita tersebut seperti suatu umus dasar setiap proses produksi berita. Unsur yang perlu diperhatikan, adalah *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how*

(bagaimana). Rumus dasar pembuatan berita ini sering diringkas menjadi 5W + 1H seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.2

Unsur Berita 5W dan 1H

<i>What</i>	Untuk mengetahui tentang apa yang akan diberitakan, tema apa yang akan diangkat dalam berita, atau hal apa yang akan dibahas dalam berita
<i>Who</i>	Untuk mengetahui siapa yang akan menjadi tokoh utama dalam berita. Unsur siapa ini harus dijelaskan dengan menunjukkan ciri-cirinya seperti nama, umur, pekerjaan, atau atribut lainnya seperti jabatan dan lain-lain.
<i>Where</i>	Untuk mengetahui di manalokasi kejadian atau peristiwa.
<i>When</i>	Untuk mengetahui waktu peristiwa itu terjadi
<i>Why</i>	Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi
<i>How</i>	Untuk menjelaskan suasana dan proses peristiwa terjadi

Sumber: Zaenuddin. The Journalist: Bacaam Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik. Bandung. Simbiosis Rekatama Media (2011: 133)

2.1.5.2 Sifat Berita

Dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*, Sumadria mengklasifikasi berita ke dalam berbagai kategori, diantaranya berita langsung (*straight news*) dan berita ringan (*soft news*).

“Berita langsung adalah berita yang ditulis secara langsung. Artinya, informasi yang dituangkan dalam berita itu diperoleh secara langsung dari sumber beritanya. Biasanya diungkapkan dalam bentuk pemaparan. Penulisan berita langsung lebih mengutamakan aktualitas informasinya. Informasi di sini bisa berasal dari keterangan pejabat atau berdasarkan kejadian yang sebenarnya. Sementara berita ringan tidak jauh berbeda dengan berita langsung, perbedaannya hanya pada sisi aktualitasnya.” (Djuroto, 2002: 49)

Sumadria dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Indonesia* membagi berita menjadi dua jenis berdasarkan sifatnya, yakni “berita terduga” dan “berita tak terduga”. Berita terduga merupakan laporan mengenai peristiwa yang telah direncanakan atau telah diketahui sebelumnya. Sementara berita tak terduga merupakan laporan mengenai suatu peristiwa yang terjadi tiba-tiba, tidak direncanakan, dan tidak diketahui sebelumnya. (Sumadria, 2008:66).

2.1.5.3 Nilai Berita

Terlepas dari nilai berita yang sesungguhnya, harus diketahui juga bahwa setiap media memiliki isi media yang secara garis besar terbagi atas tiga kategori, yakni berita, opini dan iklan. Karena ketiga kategori dimaksud secara langsung maupun tidak langsung

berpengaruh terhadap massa (khalayak) dari informasi berita yang disampaikan dapat membentuk opini publik.

Opini (*views*) merupakan salah satu produk jurnalistik yang meliputi artikel, tajuk rencana (editorial), karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca. Pemisahan secara tegas berita dan opini, merupakan konsekuensi dari norma dan etika luhur jurnalistik yang tidak menghendaki berita sebagai fakta objektif, diwarnai atau dibaurkan dengan opini sebagai pandangan yang sifatnya subjektif.

Media massa tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja tertentu, tapi juga mempunyai ideologi profesional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka. Ideologi profesional wartawan yang paling jelas tentu saja apa itu berita dan berita apa yang baik. Semua itu mempunyai ukuran dan kriteria yang disebut nilai berita.

Eriyanto (2012: 120-121) menjelaskan nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ini merupakan prosedur awal dari bagaimana peristiwa dikonstruksi. Ukuran- ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat digambarkan dalam tabel pada halaman selanjutnya.

Tabel 2.3**Nilai-nilai Berita**

Penting (<i>Prominance</i>)	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukanlah berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan satu bus baru bisa dianggap sebagai berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
Ketertarikan (<i>Human Interest</i>)	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh di Surabaya saja.
Konflik <i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi dengan keturunan tinghoa misalnya, lebih layak disebut sebagai berita dibandingkan peristiwa sehari-hari antar penduduk pribumi.
Tidak Lazim (<i>Unusual</i>)	Sebuah peristiwa yang mengandung unsur ketidaklaziman, atau jarang-jarang terjadi. Misalnya, seorang wanita melahirkan 6 bayi sekaligus dalam keadaan selamat. Peristiwa demikian bisa disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran normal satu bayi saja.
Dekat (<i>Proximity</i>)	Peristiwa atau kejadian yang dekat dengan jangkauan khalayak lebih layak diberitakan, dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari segi fisik maupun emosional dengan khalayak.

Sumber: Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta. LKIS. (2012: 123 – 125)

Tabel mengenai nilai berita pada halaman sebelumnya menunjukkan bagaimana peristiwa yang begitu banyak terjadi setiap hari, diseleksi dengan prosedur tertentu. Sehingga, suatu media dapat menentukan apa saja yang layak dan apa yang bisa disebut sebagai berita.

Prosedur nilai berita dapat membatasi bahwa tidak semua peristiwa dapat diangkat menjadi berita. Semakin penting, jarang terjadi, dan semakin berkaitan dengan khalayak, maka suatu peristiwa dapat diajukan menjadi sebuah berita. Semua proses ini berkaitan dengan proses produksi berita, nilai-nilai dalam rutinitas kerja sebuah media massa ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadaran wartawan.

2.1.5.4 Jenis-jenis Berita

Dalam suatu media massa bisa terdapat berbagai jenis berita yang ditampilkan dalam satu kali penyaluran, dalam hal ini surat kabar berarti menerbitkan berbagai jenis berita dalam satu edisi. Jenis-jenis berita yang umum dikenal dalam kegiatan jurnalistik, di antaranya :

1. *Straight news*, adalah laporan berita langsung mengenai suatu peristiwa atau isu.
2. *Depth news*, adalah laporan berita yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual (terkini).
3. *Comprehensive news*, adalah memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peistiwa kontroversial.

4. *Interpretative news*, adalah laporan berita yang memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
5. *Feature*, adalah sebuah laporan berita yang menyajikan fakta secara menarik untuk menarik minat pembaca. Dalam feature, lebih diutamakan gaya (*style*) mengemas atau menulis informasi sambil meyesipkan informasi.
6. *Investigative news*, adalah laporan berita yang memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Dalam penulisan berita jenis ini, wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh data dan fakta-fakta yang tersembunyi.
7. *Editorial writing*, adalah penyajian fakta atau opini redaksi yang menafirkan berita-berita penting dan mempengaruhi pendapat umum. (Sumadria, 2008: 69-71)

2.1.5.5 Struktur Berita

Kovach dan Rosenstiel dalam buku berjudul *The Elements of Journalism* menjelaskan pada abad 19, wartawan tak mengenal konsep objektivitas. Wartawan zaman itu itu lebih sering memakai apa yang disebut sebagai realisme.

Mereka (media massa saat itu) percaya bila seorang wartawan menggali fakta-fakta dan menyajikannya begitu saja maka kebenaran bakal muncul dengan sendirinya dan dimaknai sendiri oleh pembaca sesuai dengan pengetahuannya.

“Ide tentang realisme ini muncul bersamaan dengan terciptanya struktur karangan berita yang disebut piramida terbalik di mana fakta yang paling penting diletakan pada awal laporan, demikian seterusnya hingga yang paling kurang penting. Kovach dan Rosenstiel berpendapat struktur itu membuat pembaca memahami berita secara ilmiah.” (Harsono, 2010: 21)

Ada berbagai konsep penyusunan dan penulisan berita. Namun untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak, khususnya penulisan berita, setidaknya sampai sekarang berita biasa disajikan dalam bentuk piramida terbalik. Bagian paling atas alinea atau paragraf pertama sering disebut sebagai teras berita. Bagian tengah merupakan tubuh berita dan bagian bawah ekor berita.

Teras berita biasanya berisi fakta yang dianggap paling penting dan paling menarik dari informasi. Tubuh berita berisi fakta-fakta pendukung yang lebih detail, yang mendukung alinea pertama, untuk menjawab pertanyaan mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*). Sedangkan untuk ekor berita adalah informasi fakta keterangan yang dianggap sebagai pelengkap saja. Pola penulisan piramida terbalik ini memungkinkan khalayak mengetahui isi dari inti berita yang hendak disampaikan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Konsep Framing

Analisis *framing* merupakan suatu desain penelitian untuk melihat bagaimana suatu realitas dibentuk, dibingkai, dan dikonstruksikan oleh media massa. Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, keelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. (Eriyanto, 2012: 3). Menurut Sudibyo dalam Sobur (2012) pada awalnya *framing* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh lagi oleh Ervin Goffman pada tahun 1974. Goffman mengandaikan *framing* sebagai kepentingan-kepentingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas dan memahami.

Konsep *framing* kini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media massa. Namun konsep *framing* atau *frame* sendiri sebenarnya bukan murni konsep ilmu komunikasi, tapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Oleh karena itu menurut Sudibyo konsep framing dalam studi media massa banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi.

Dalam bidang kajian ilmu komunikasi, konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain. Dengan kata lain analisis *framing* dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya. (Sobur, 2012: 162)

Willian A. Gamson menyebut cara pandang media massa atau wartawan itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut para ahli di atas, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa peristiwa yang berkaitan dengan suatu objek wacana. Berdasarkan konsep psikologi, *framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemen- elemen tertentu suatu isu memperoleh kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, elemen-elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

Menurut Ervin Goffman secara sosiologis konsep analisis *framing* memelihara kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan interpretasi

secara aktif pengalaman pengalaman hidup kita agar dapat dipahami. Skema interpretasi itu disebut *frames*, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi (Sobur, 2012: 163).

Tood Gitlin mendefinisikan *framing* dengan konsep yang sama, sebagai seleksi penegasan dan eksklusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep itu dengan proses memproduksi wacana berita dengan mengatakan, *frame* memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran yang efisien kepada khalayak. Menurut Gitlin, *framing* adalah bagian yang pasti hadir dalam praktek jurnalistik.

Mengutip Ervin Goffman, *framing* media atau wartawan tidak berbeda jauh dengan *framing* kehidupan sehari-hari yang sering kali kita lakukan. Kita bisa membingkai dan membungkus realitas dalam suatu aturan tertentu, kemasan tertentu dan menyederhanakannya serta memilih apa yang tersedia dalam pikiran dan tindakan. (Sobur 2012:163 dan Eriyanto, 2012: 68-69)

Ada beberapa definisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Definisi *framing* tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.4 di bawah ini.

Tabel 2.4
Definisi-definisi Framing

Robert M. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Media massa juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain.
William A. Gansom	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/ dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak media massa. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow and Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu Untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan membeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Konstruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2012

2.2.2 Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Isi media massa adalah hasil para pekerja profesional yang mampu mengkonstruksi berbagai realitas yang dipilihnya, serta disebabkan sifat dan faktanya. Pekerjaan media sendiri adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan.

Susbtansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas yang datang dari Peter L. Berger dan Luekmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan, bahkan hingga kini.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luekmann melihat fenomena media massa menjadi sangat substansial dalam proses eksternalisasi, subyektivasi, dan internalisasi, yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”.

“Eskternalisasi merupakan bagian dari penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai manusia, sedangkan obyektivikasi sebagai interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi merupakan upaya individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya.” (Bungin, 2011: 3)

Fokus dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa.

“Realitas terkonstruksi karena pemberitaan lebih cepat diterima masyarakat luas dan merata, karena media massa dapat ditangkap oleh masyarakat luas secara merata dan di mana-mana, ini dapat membentuk opini massa, karena merangsang masyarakat untuk beropini atas suatu kejadian atau peristiwa yang diberitakan media massa.” (Bungin, 2011: 202)

Proses konstruksi sosial media massa dapat diidentifikasi melalui proses sebagai berikut:

1. Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi realitas sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada bagian redaktur yang ada di setiap media massa. Masing-masing media massa memiliki *desk* yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal yaitu kedudukan, harta, dan perempuan. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu :

- a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai

partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas. Namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

2. Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media.

3. Pembentukan Konstruksi Realitas

a. Pembentukan Konstruksi

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas pembenaran; kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

Tahap pertama adalah konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila ia belum membaca surat kabar.

b. Pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model : 1) model *good news* dan 2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Sementara, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri. (Bungin, 2011: 195-201)

4. Tahap Konfirmasi

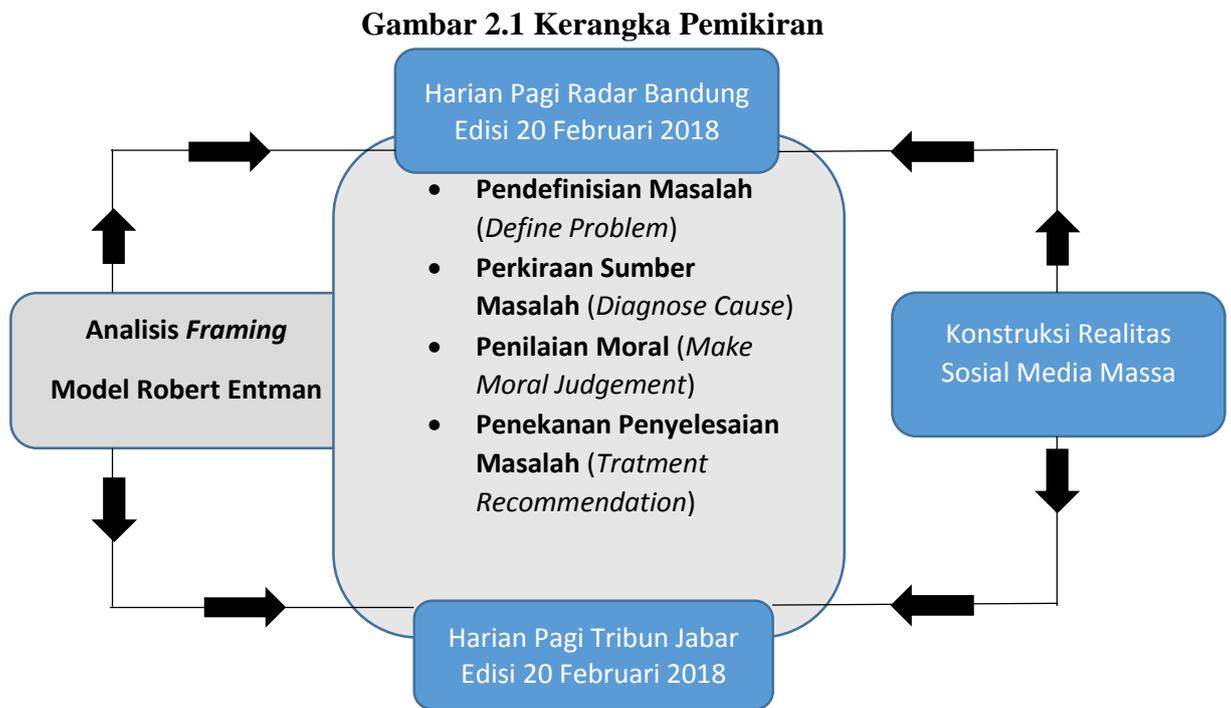
Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk

terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media massa, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi realita sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam tahapan konfirmasi, yakni:

- a. Kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa
- b. Kedekatan khalayak dengan media massa merupakan gaya hidup masyarakat modern, dimana masyarakat modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri.
- c. Media massa memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas berdasarkan subyektivitas media massa itu sendiri dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses orang lain. (Bungin, 2011: 200-201)

Realitas itu sendiri dimaknai melalui proses konstruksi, seperti halnya pemberitaan mengenai isu miras ilegal di Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar. Kedua surat kabar tersebut sama-sama memberitakan tentang isu miras ilegal, namun isi dan sudut pandang yang digunakan berbeda. Hal ini tergantung dari bagaimana media massa masing-masing mengkonstruksi peristiwa menjadi sebuah realitas, dan bagaimana media massa menyeleksi isu dan juga menonjolkan aspek-aspek dari sebuah realitas untuk dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan kerangka pemikiran penelitian seperti pada Gambar 2.1 di bawah ini :



Sumber: Peneliti, 2018

Dari gambar skema kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan alur penelitian yang akan dilakukan peneliti. Adapun penjelasan mengenai gambar di atas dapat dilihat pada halaman selanjutnya :

1. Isu Miral Ilegal merupakan bahan utama informasi dalam sebuah pemberitaan yang akan ditulis atau diproduksi oleh para wartawan, khususnya tim redaksi dari Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar.
2. Sebelum menerbitkan berita pada keesokan harinya, wartawan dan ruang redaksi Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar

mengkonstruksi realitas mengenai isu Miras Ilegal agar menarik perhatian khalayak (pembaca).

3. Wartawan dan ruang redaksi memiliki peran utama dalam proses penyeleksian bahan informasi (data, fakta) mengenai isu Miras Ilegal. Proses ini hendak diketahui oleh peneliti tentang bagaimana pembingkaiian berita yang dilakukan oleh Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar terhadap isu Miras Ilegal. Dengan menggunakan analisis *framing* model Robert M Entman, peneliti akan mengidentifikasi empat elemen, yakni:
 - Pendefinisian Masalah (*define problem*)
 - Memperkirakan Sumber Masalah (*diagnose causes*)
 - Membuat Penilaian Moral (*make moral judgement*)
 - Penekanan Penyelesaian Masalah (*treatmen recommendation*)
4. Dengan menggunakan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luekmann yang telah dimodifikasi oleh Burhan Bungin, peneliti akan mengidentifikasi proses konstruksi realitas sosial yang diaplikasikan Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar saat memberitakan isu miras ilegal pada edisi 20 Februari 2018.
5. Berita sebagai hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh wartawan dan ruang redaksinya. Pada poin ini, yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah hasil produksi berita oleh Harian Pagi Radar Bandung dan Harian Pagi Tribun Jabar mengenai isu miras ilegal pada edisi 20 Februari 2018.