

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian mengenai analisis *framing pada* teks berita yang ada di media massa khususnya media massa online. Untuk pengembangan dan menambah pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu mengenai analisis *framing*.

Hal tersebut dilakukan karena sangat penting untuk mengetahui model dan teori peneliti terdahulu, sehingga dapat menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Setelah peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu, peneliti mendapatkan beberapa tulisan mengenai analisis *framing*. Tinjauan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dapat berupa laporan, tesis, atau esai yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah. Untuk menjadi acuan peneliti menemukan karya yang telah dipublikasikan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Uraian	Heru Prabowo	Novianti Indriani	Rosyid
		2017	2017	2016
1	Universitas	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	Universitas Komputer Indonesia	UIN Sunan Kalijaga
2	Jenis	Skripsi	Skripsi	Skripsi
3	Judul	Analisis Framing Kasus LGBT Pada Media Online Cnn Indonesia Dan Hidayatullah.Com Tahun 2016	Pembingkaiian Berita Debat Calon Walikota Cimahi Tahun 2017 (Analisis Framing Robert N. Entman Tentang Pembingkaiian Berita Debat Calon Walikota Cimahi Tahun 2017 Pada Media Online Pikiran Rakyat.Com dan Jabar. Tribunnews.Com Edisi 1-2 Februari 2017)	Terorisme dalam Bingkai Pemberitaan Media Massa (Analisis Framing William A. Gamson dan Andre Modigliani pada Kasus Bom Sarinah di Majalah Tempo)
4	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana bingkai berita pada Cnn Indonesia Dan Hidayatullah.Com dalam kasusu Kasus LGBT.	Untuk mengetahui bagaimana suatu media membingkai dan mengkonstruksikan realitas berita mengenai Debat Calon Walikota Cimahi Tahun 2017 di pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com.	Untuk mengetahui bagaimana analisis framing dalam pemberitaan terorisme terkait bom di Jl. M.H. Thamrin, Sarinah, Jakarta Pusat pada Majalah Tempo
5	Metode Penelitian	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif . Penentuan berita yang diteliti berdasarkan tiga sub tema berita yaitu parlemen, HAM, dan agama sehingga jumlah berita yang diteliti sebanyak 18 pilihan berita. Framing	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis framing Robert N. Entman, berfokus pada bagaimana mendefinisikan suatu masalah, apa/siapa penyebab masalah, keputusan moral apa yang terdapat dalam	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis framing William A. Gamson dan Andre Modigliani

		dilakukan pada tiap-tiap pilihan berita dengan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	berita tersebut dan apa penyelesaian yang ditawarkan oleh wartawan.	
6	Hasil Penelitian	Hasil yang didapat oleh peneliti pada pembedaan media online CNN Indonesia dan media online Hidayataullah memiliki perbedaan dalam membingkai berita.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Online Pikiran Rakyat dan Media Online Tribun Jabar membingkai berita Debat Calon Walikota Cimahi Tahun 2017 dalam pendefinisian masalah kedua Media Online tersebut memiliki kesamaan isu dan masalah yang sama.	Hasil penelitian ini menemukan framing yang dilakukan oleh majalah Tempo yaitu diangkatnya frame “Terorisme merupakan tindakan keji” dalam pemberitaan pada edisi di majalah Tempo.
7	Perbedaan Penelitian	Penelitian Heru memiliki objek, tujuan penelitian, teknik analisis, dan responden penelitian yang berbeda dengan peneliti.	Penelitian Novianti memiliki objek, subjek, dan responden penelitian yang berbeda dengan peneliti.	Penelitian Rosyid memiliki objek, subjek, dan responden penelitian yang berbeda dengan peneliti.

Sumber: Peneliti, 2019

2.1.2 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi melalui media massa baik itu media cetak maupun elektronik. Penyebaran pesan untuk menyampaikan informasi tanpa harus tahu penerima pesannya siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah yang besar (heterogen). Namun, penerimanya pun terdiri dari

orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat sosial, dan lain sebagainya. (Skripsi Yuning. 2017:27)

Dalam mendefinisikan komunikasi massa, para ahli memiliki perbedaan dalam memberikan batasan terhadap pengertian istilah. Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yaitu:

“Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik”. (Severin dan Tankard Jr., 2001:3)

Komunikasi Massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni:

“*Mass communication is messages communicated through a mass medium in a large number of people* (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)” (Rakhmat, 2013:188)

Menurut Effendy (1993), 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.

Sementara itu, Djalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan;

"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 dan sesaat" (Rakhmat, 2013:177).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa ini sebagai suatu proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dan ditujukan kepada khalayak yang tersebar luas dengan suatu maksud atau tujuan tertentu.

2.1.2.2 Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Elvinaro Ardianto, dkk dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa Suatu Pengantar” (2009) menyatakan, bahwa sedikitnya ada delapan karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa. Kedelapan karakteristik tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan

Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. (Ardianto, dkk, 2009:7)

2. Pesan bersifat umum

Massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. (Ardianto, dkk, 2009:7)

3. Komunikannya anonim dan heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. (Ardianto, dkk, 2009:8)

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. (Ardianto, dkk, 2009:9)

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. (Ardianto, dkk, 2009:9)

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. (Ardianto, dkk, 2009:10)

7. Stimulasi alat indera terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar. (Ardianto, dkk, 2009:11)

8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*), komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. (Ardianto, dkk, 2009:11)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Setiap yang dilakukan dengan komunikasi massa pasti ada fungsi fungsi dari komunikasi massa tersebut. Adapun menurut buku Aneka Suara, Satu Dunia (*Many Voices One World*), dengan Mac Bride sebagai editornya, mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap sistem sosial:

1. Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan seseorang agar dimengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, serta dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan berperan aktif di masyarakat.

3. Motivasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.

4. Perdebatan dan diskusi

Menyediakan dan saling menukar fakta dan informasi yang diperlukan, sehingga tercapai persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti– bukti yang relevan, untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5. Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran.

6. Memajukan kebudayaan

Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang,

membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

(Skripsi Yuning. 2017:29-32)

2.1.3 Tinjauan Media Massa

2.1.3.1 Pengertian Media Massa

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dibagi menjadi dua kategori, pertama media masa cetak seperti surat kabar dan majalah, kedua elektronik seperti radio, televisi dan internet (media online). Setiap media masa memiliki karakter masingmasing. (Hikmat 2011:75)

Menurut Cangara (2002) media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alatalat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Sedangkan menurut Rakhmat (2001) media massa adalah faktor

lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Sedangkan menurut peneliti media massa merupakan suatu bentuk atau wadah untuk memproduksi suatu informasi baik berupa visual maupun non visual, dengan tujuan untuk disebarakan atau disiarkan kepada khalayak.

2.1.3.2 Jenis – Jenis Media Massa

Menurut (Cangara, 2010:74), Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain :

1. Media cetak. Media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.
2. Media elektronik. Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.

3. Media internet. Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media massa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi dsb. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.

2.1.3.3 Dampak Media Massa

Media massa mempunyai beberapa dampak terhadap komunikasi. Menurut Mahi 2011 dampak media massa terhadap komunikasi/audien terdiri dari kognitif, dampak emosional, dan dampak konatif/behavior. Ketiga komponen inilah nantinya membentuk suatu sistem yang disebut sikap komunikasi (mass behavior).

1. Dampak kognitif

Pengguna media massa untuk informasi mengenai urusan publik akan mengarah pada peningkatan pengetahuan mengenai urusan publik, kandidat dan isu-isu aktual bagi audien. Hal ini sebagaimana dibuktikan Chaffe, Ward dan Tipton dalam penelitiannya terhadap siswa sekolah menengah dan sekolah tinggi selama kampanye presiden tahun 1968.

2. Dampak emosional

Para peneliti komunikasi politik sepakat bahwa media massa mempunyai Dampak pada pencapaian emosi individu terhadap sistem politik. Beberapa studi

melaporkan bahwa terhadap hubungan positif antara penggunaan media massa dan afeksi politik. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian Mc. Loed Becker dan Brown bahwa pemilih muda yang secara relatif sering menggunakan surat kabar dan televisi untuk informasi urusan publik, meningkatkan perasaan efikasi politiknya selama mendengarkan sistem Watergate, sedangkan respon lain yang tidak menggunakan kedua media massa tersebut, efikasi politiknya menurun. Sementara itu Chaffe bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam menguatkan identifikasi partai atau keyakinan terhadap sistem politik dalam sample total. Akan tetapi peningkatan efikasi politik secara moderat berhubungan dengan penggunaan media elektronik pada sample sekolah menengah.

3. Dampak konatif / perilaku

Beberapa penelitian mengenai dampak media masa pada perilaku politik lebih dipusatkan pada periode kampanye pemilihan. Namun bukan tidak ada perilaku politik diluar waktu pemilu. Kecenderungan para peneliti media massa pada periode pemilu karena sangat memungkinkan kesempatan untuk aktivitas politik (misalnya aktif kampanye, voting) sangat besar selama masa kampanye. Sebagaimana dalam afeksi politik, bukti yang berkaitan dengan afek penggunaan media pada perilaku politik sangat beragam misalnya, beberapa penelitian melaporkan penggunaan media mengarah pada peningkatan aktivitas politik.

(Hikmat, 2011:798-79)

2.1.4 Tinjauan Media Online

2.1.4.1 Pengertian Media Online

Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (wikipedia). Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian “media baru” (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real-time”. Media *online* juga bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga, setelah media cetak (*printed media*), koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik radio, televisi, dan film atau video. (Asep Syamsul M.Romli, 2015:35).

2.1.4.2 Karakteristik Media Online

Menurut Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online* (2014:33), karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik online, antara lain:

1. Multimedia, dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat, begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.

4. Update, pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahn ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas, halaman web bisa menamoung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilitas, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.
7. Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemui melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (search).
10. Hyperlinked, terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.1.5 Tinjauan Berita

2.1.5.1 Pengertian Berita

Berita merupakan bentuk laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi baru baru ini atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa. Dengan kata lain berita adalah fakta menarik atau sesuatu hal yang penting yang disampaikan pada masyarakat orang banyak melalui media. Tapi tidak semua fakta bisa diangkat menjadi suatu berita oleh media. Karena setiap fakta akan dipilih mana yang pantas untuk disampaikan pada masyarakat.

Kata “Berita” sendiri berasal dari bahasa Sansekerta, vrit (artinya ada atau terjadi) atau vritta (artinya kejadian atau peristiwa). Sedangkan kamus besar

bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Menurut JB. Wahyudi penulis buku Komunikasi Jurnalistik, berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik. (Wahyudi, 1991)

Sumber berita adalah fakta dan data sebuah peristiwa, meliputi apa yang kemudian menjadi rumus berita, 5W+1H: *What* (apa yang terjadi), *Where* (dimana hal itu terjadi), *When* (kapan peristiwa itu terjadi), *Who* (siapa yang terlibat dalam kejadian itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi).

2.1.5.2 Nilai Berita

Menurut Sumadiria, nilai berita terbagi menjadi 11 nilai, yaitu:

1. Keluarbiasaan, berita adalah sesuatu yang luar biasa. Semakin besar suatu peristiwa semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkan.
2. Kebaruan, berita adalah sesuatu yang baru. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti.
3. Akibat, dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal yaitu seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak.
4. Aktual, berita adalah apa yang terjadi hari ini, apa saja yang belum diketahui, tentang apa saja yang akan terjadi hari ini atau adanya opini

berupa pandangan dan penilaian yang berbeda dengan opini sebelumnya sehingga opini itu mengandung informasi penting dan berarti.

5. Kedekatan, berita adalah kedekatan, baik secara geografis maupun psikologis.
6. Informasi, informasi yang diberikan harus bermanfaat bagi khalayak.
7. Konflik, berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan.
8. Orang penting
9. Ketertarikan manusiawi
10. Kejutan, berita bisa membawa sebuah kejutan yang tidak pernah terduga.
11. Seks (Sumadiria, 2006:80)

2.1.5.3 Unsur Berita

Dalam proses pembelajaran memahami sebuah berita tentunya kita harus memahami unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah berita. Adapun unsur-unsur berita terdiri atas what (apa), who (siapa), where (dimana), when (kapan), why (mengapa), dan how (bagaimana). Berikut penjelasan yang lebih lengkap dari unsur-unsur berita, yaitu:

1. What

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur what, yaitu berisi pernyataan yang dapat menjawab pertanyaan apa.

2. *Who*

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *who*, yaitu disertai keterangan tentang orang-orang yang terlibat dalam peristiwa.

3. *When*

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *when*, yaitu menyebutkan waktu kejadian peristiwa.

4. *Where*

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *where*, yaitu berisi deskripsi lengkap tentang tempat kejadian.

5. *Why*

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *why*, yaitu disertai alasan atau latar belakang terjadinya peristiwa.

6. *How*

Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *how*, yaitu dapat dijelaskan proses kejadian suatu peristiwa dan akibat yang ditimbulkan.

2.1.5.4 Jenis Berita

Jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik menurut Sumadiria antara lain:

1. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. *Depth news report*, reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.

3. *Comprehensive* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
5. *Interpretative report*, biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
6. *Feature story*, penulis mencari fakta yang menarik perhatian pembacanya.
7. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
8. *Investigative reporting*, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi suatu tujuan. Biasanya pelaksanaannya sering ilegal atau tidak etis.
9. *Editorial writing* adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum (Sumadiria, 2006:69-71).

2.1.5.5 Proses Produksi Berita

Tahap awal dari produksi berita adalah bagaimana wartawan mempersepsi/fakta yang akan diliput kenapa suatu peristiwa disebut sebagai berita sementara yang lain tidak. Berita adalah hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu (Eriyanto, 2002:118)

Beberapa hal yang menjadi bagian proses produksi berita diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rutinitas organisasi

Semua proses seleksi dan sortir berita terjadi dalam rutinitas kerja keredaksionalan. Setiap hari institusi media secara teratur memproduksi berita, dan proses seleksi itu adalah bagian dari ritme dan keteraturan kerja yang dijalankan setiap hari.

2. Nilai berita

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja, tetapi juga mempunyai ideologi profesional. Seperti kerja profesional lain. Wartawan dan orang yang kerja didalamnya mempunyai batasan profesional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka.

3. Kategori berita

Proses kerja dan produksi berita adalah sebuah konstruksi. Berita sebagai sebuah konstruksi yaitu, ia menganggap mana yang lebih penting dan mana yang tidak penting. Media dan wartawanlah yang mengkonstruksikan sedemikian rupa sehingga peristiwa itu penting.

4. Ideologi profesional/objektivitas

Standar profesional berhubungan dengan jaminan yang ditekankan kepada khalayak bahwa apa yang disampaikan adalah suatu yang benar atau kebenaran. Menurut Shomeker dan Reese, objektivitas lebih merupakan ideologi bagi jurnalis yang disediakan oleh jurnalis, maksudnya adalah

objektivitas dan ideologi datang bersamaan dengan datangnya sirkulasi dan kapitalisme dalam industri percetakan dan media.

2.1.6 Tinjauan Analisis Framing

2.1.6.1 Analisis Framing

Analisis framing merupakan suatu tradisi dalam ranah komunikasi yang menonjolkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis pesan-pesan tertulis maupun lisan. Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. (Eriyanto, 2002:10)

Menurut Sudibyo mendefinisikan framing sebagai metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang sesuatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sobur, 2012:165).

Dalam 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 kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya (Sobur, 2012:162).

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan konstruksi realitas itu, hasilnya adalah akhir bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu dari suatu realitas/peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut.

Ada dua aspek dalam framing. Pertama, memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu

terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (included) dan apa yang dibuang (excluded). Bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan? Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih aspek tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lain. Media yang menekankan aspek tertentu, memilih fakta tertentu akan menghasilkan berita yang bisa jadi berbeda kalau media menekankan aspek atau peristiwa yang lain. Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya.

Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu: penempatan yang mencolok (menempatkan di headline depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap symbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar, dan sebagainya. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas.

Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002:76-82).

2.1.6.2 Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Menurut Zhongdang Pan dan Kosicki, Framing adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan makna. Dalam model analisis Pan dan Kosicki terdapat dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan yaitu konsepsi psikologis dan sosiologis. Dalam konsepsi psikologis, framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif karena lebih menekankan bagaimana seseorang memproses informasi dari dalam dirinya, sedangkan konsepsi sosiologis, frame berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami dan dapat dimengerti karena sudah di labeli dengan label tertentu.

Model analisis framing milik Zhongdang Pan dan Kosicki adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai untuk menganalisa sebuah media dalam mengkonstruksi suatu teks berita. Model ini dipilih oleh

peneliti karena pengutipan sumber berita menjadi salah satu aspek penting untuk dikupas dan diteliti, hal ini karena pengutipan sumber turut menentukan objektivitas berita.

Secara umum situs media online dapat dicakup atau diakses oleh khalayak luas. Selain itu peneliti memilih model Zhongdang Pan dan Kosicki dibandingkan model framing lain karena model ini memiliki pisau analisis yang paling tajam dan rinci untuk membedah framing dalam suatu pemberitaan.

Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki memiliki empat struktur besar, diantaranya: Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati di bagian bagian berita (headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup). Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposis, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Keempat, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Dalam berita yang disajikan oleh media massa, terdapat teks-teks berita yang pada dasarnya merupakan hasil konstruksi yang dilakukan oleh wartawan media. Teks media merupakan *second hand reality* yang hanya menyajikann “potongan-potongan” realitas, bukan keseluruhan realitas. Oleh sebab itu media lebih merupakan alat transformasi daripada menjadi semacam cermin bagi realitas itu sendiri. Berkenaan dengan hal tersebut, media massa khususnya komunikator massa selaku pelakunya akan melakukan berbagai tindakan dalam konstruksi realitas dimana hasil akhirnya memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan makna atau citra tentang suatu realitas. Salah satu tindakan itu adalah dalam hal pemilihan lesikal atau simbol (bahasa). Biasanya wartawan menggunakan perangkat wacana untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana tersebut berupa bagaimana wartawan menulis berita dengan memakai strategis kata, kalimat, lead, hubungan antar kalimat, foto, grafik dan perangkat lainnya. Perangkat wacana ini dapat menjadi alat bagi peneliti untuk memudahkan dalam memahami bagaimana media mengemas suatu berita.

Wartawan bukanlah agen tunggal yang menafsirkan peristiwa, sebab paling tidak ada 3 pihak yang saling berhubungan: wartawan, sumber, dan khalayak. Setiap pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas dengan penafsiran sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan menonjol. Namun dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan konsepsi yang ada di dalam pikirannya semata.

2.2 Kerangka Pemikiran

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh suatu media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti halnya pemberitaan mengenai debat calon Presiden pada Pilpres 2019 di media online *cnnindonesia.com*. Dapat diketahui bahwa media tersebut memberitakan tentang debat calon Presiden pada Pilpres 2019 ini, dilihat dari isi berita yang disampaikannya ini tergantung dari bagaimana media mengkonstruksikan peristiwa menjadi sebuah realitas, dan bagaimana media menyeleksi isu dan juga menonjolkan aspek-aspek dari sebuah realitas.

Bertitik tolak dari ramainya pemberitaan debat capres pada Pilpres 2019 di media massa *online*, peneliti mensoroti berita debat terakhir capres Pilpres 2019 yang dirilis atau ditampilkan pada tanggal 13-14 April 2019 dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki ini memiliki empat struktur besar, diantaranya: Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati di bagian bagan berita (headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup). Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposis, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Keempat,

struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca. Dari paparan di atas dapat digambarkan suatu bagan guna mempermudah pemahaman konsep pemikiran dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.2
Alur Pemikiran Peneliti

