

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan antara lain sebagai berikut:

*Tabel 2.1*

*Penelitian Terdahulu*

<i>No</i>	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
<i>1</i>	Revino Tryantito, UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA 2014. "Pembingkaihan Berita Tim Nasional U-19. (Analisis Framing Model Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki Pada Harian Bola dan Harian Top Skor Edisi 19-30 November 2013).	- Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian framing. - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki	- Pada berita yang dianalisis oleh Revino tentang Pembingkaihan Berita Tim Nasional U-19 dalam media cetak, sedangkan peneliti menganalisis Pemberitaan Penundaan Piala Eropa 2020 terkait Wabah Virus Corona di media <i>online</i> .

			- Objek penelitian yang diteliti Revino Media Cetak (surat kabar), sedangkan peneliti objek penelitiannya media <i>online</i>
2	Veronika Ulina Mentari S, UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA 2017. "Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017. (Analisis Framing Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki di Portal <i>Online</i> Tempo.co Edisi 19-23 April dan Sindonews.com Edisi 19 April 2017).	- Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian framing - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki. - Objek Penelitian yang diteliti adalah Media <i>Online</i> .	- Pada berita yang dianalisis oleh Veronika tentang Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017, sedangkan peneliti menganalisis Pemberitaan Penundaan Piala Eropa 2020 terkait Wabah Virus Corona.
3	Cahyadi Purnama, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2012. "Pemberitaan Indonesian Premier League dan Indonesia Super League di Halaman Sepak Bola Nasional (Analisis	- Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian framing - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki. - Objek Penelitian yang	- Pada berita yang dianalisis oleh Cahyadi tentang Pemberitaan Indonesia Super League di Halaman Sepak Bola Nasional, sedangkan peneliti menganalisis Pemberitaan Penundaan

	Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Pada Media Online Okezone dan Vivanews	diteliti adalah Media <i>Online</i> .	Piala Eropa 2020 terkait Wabah Virus Corona.
--	--	---------------------------------------	--

## 2.1.2. Tinjauan Komunikasi

### 2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan-pesan baik dari orang yang kenal ataupun tidak dikenal. Dengan melakukan komunikasi kita dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan apa yang kita inginkan, selain itu juga dengan berkomunikasi kita dapat mengungkapkan perasaan kita kepada orang lain untuk mendapatkan satu tujuan yang kita harapkan.

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan di berbagai kalangan, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2007: 45-46)

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku *Ilmu Komunikasi Teori dan*

*Praktek* ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10). Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: Proses mengubah perilaku orang lain (*communications is the process to modify the behavior of other individuals*) (Effendy, 2004: 10).

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*” menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap *public* (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri

Menurut Hovland dalam buku (Rismawaty, 2014:68) mendefinisikan komunikasi, demikian: “*The Process by which an individual (the communicator) transmitstimuli (usually verbal symbols) to modify, the behaviour of other individu.*” (komunikasi adalah proses dimana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain).

Menurut Wilbur Schramm, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya "*Communication Research In The United States*" sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan." (Effendy, 2003: 13)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam (Effendy, 1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect?*"

Paradigma Laswell tadi menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Komunikan (*communicant, communicate, receiver*)
4. Media (*channel*)

5. Efek (*effect, influence*). (Effendy, 1990: 10)

Jadi berdasarkan paradigma dari Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang kemudian menimbulkan efek tertentu.

#### **2.1.2.2. Proses Komunikasi**

Menurut Onong Uchana Effendy, proses komunikasi dikategorikan menjadi dua, diantaranya adalah:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media saluran. Lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy: 1993: 38).

Jadi dalam proses komunikasi, paling sedikit tiga unsur terdapat tiga unsur pokok yaitu penyebar pesan, pesan dan penerima pesan. Suatu komunikasi dapat dikatakan berhasil bila di antara penyebar dan penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai pesan. Pesan yang disampaikan dapat melalui lambang atau simbol yang memiliki makna. Lambang atau simbol yang digunakan terdiri dari bahasa lisan maupun tulisan, isyarat-isyarat, gambar-gambar, tanda-tanda, dll.

### 2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Menurut Nugroho (2004:72) Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz and Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Ruslan,2003:83)

Adapun tujuan komunikasi menurut Effendy (2004:55) terdapat empat tujuan komunikasi, yaitu

1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)  
Seperti telah dikemukakan sebelumnya, bahwa fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah khalayak terpengaruh maka secara langsung ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan dari komunikasi. Mengubah sikap seseorang sehingga menjadi yang diharapkan si pemberi informasi.
2. Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*to change the opinion*)  
Tujuan selanjutnya mengubah opini, pendapat, atau pandangan seseorang, seperti yang diharapkan oleh pemberi informasi.
3. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)  
Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi dan pesan yang disampaikan, sehingga tercapai seperti yang diinginkan pemberi informasi.
4. Mengubah Masyarakat (*to change the society*)  
Dari ketiga point diatas tujuan komunikasi menitikberatkan kepada suatu individu. Namun, pada point keempat ini suatu informasi dapat mengubah masyarakat atau suatu khalayak yang besar atau banyak menjadi seperti apa yang diharapkan pemberi informasi. Sehingga perubahan yang terjadi, yakni perubahan secara masal.

Jadi tujuan dari komunikasi tidak hanya untuk penyampaian pesan saja tetapi kita dapat mengubah perilaku, pandangan, dan sikap dari bagaimana pesan maupun informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada kita.

### **2.1.3. Tinjauan Komunikasi Massa**

#### **2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (Media cetak dan elektronik). Komunikator menyampaikan informasi tanpa harus tahu komunikannya siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah yang besar (heterogen). Namun, komunikannya pun terdiri dari orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat sosial, dan lain sebagainya.

Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang. Seperti halnya, definisi komunikasi massa menurut Bittner yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat “*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*” (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). (Rakhmat 2003:188) Menurut Gerbner seperti dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, “*mass communication is the technologically and institutionally flow of message in industrial societies*” (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). (Rakhmat 2003:188)

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah salah satu bentuk penyampaian pesan dengan menggunakan media yang



disampaikan secara terbuka kepada masyarakat yang jangkauannya relatif lebih besar dengan suatu maksud tertentu.

### **2.1.3.2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Setiap orang yang menggunakan komunikasi massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasi, haruslah memahami karakteristik komunikasi massa itu sendiri. Adapun karakteristik komunikasi massa menurut Liliweri (2011: 37-39) adalah:

1. Sifat Komunikator  
Komunikator dalam komunikasi massa yaitu media yang menggunakan teknologi tinggi melalui usaha industri yang telah melembaga atau terorganisasi secara profesional
2. Sifat pesan  
Pesan komunikasi massa bersifat umum, dan universal tentang berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat
3. Sifat media massa  
Komunikasi massa lebih mengandalkan teknologi dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan jasa industri untuk menyebarkan suatu pesan dengan cepat dan terus menerus
4. Sifat Komunikan  
Komunikan dalam komunikasi massa merupakan masyarakat umum yang beragam, heterogen dalam segi demografis, geografis dan psikografis dengan memiliki jumlah yang besar dan mereka tidak saling kenal namun dalam satu tempat dan waktu sama untuk mendapatkan pesan yang sama
5. Sifat efek  
Efek dalam komunikasi massa yaitu, pesan yang disampaikan dapat merubah perasaan masyarakat, pesan komunikasi massa mengakibatkan seseorang untuk mengambil keputusan atau tidak melakukan sesuatu
6. Sifat umpan balik  
Umpan balik yang terjadi pada komunikasi massa tergantung pada bagaimana media dalam menyebarkan atau menyampaikan pesan yang disampaikan pada masyarakat tertentu.

Berdasarkan macam-macam karakteristik diatas, komunikasi massa memiliki karakteristik yang sangat menonjol yaitu sifat media massa, dalam menyampaikan pesan komunikasi massa mengandalkan teknologi dalam menyampaikan pesan, karena dengan menggunakan teknologi dapat menyampaikan suatu pesan dengan cepat dan jangkauan yang lebih luas, komunikasi dari komunikasi ini jumlahnya sangat besar dan relatif sama dalam menerima suatu pesan

### **2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Banyak ahli menjabarkan fungsi-fungsi komunikasi massa dengan pandangan dan penafsirannya masing-masing buku karangan Onong Uchjana Effendy "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*" (2009:26-31). Dalam buku onong menjabarkan fungsi komunikasi massa menurut Sean McBride dan kawan-kawan sebagai berikut:

1. Informasi  
Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap lingkungan sekitar agar dapat mengambil keputusan yang tepat
2. Sosialisasi  
Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang untuk bersikap dan bertindak yang efektif agar sadar terhadap fungsi sosialnya sehingga dapat aktif di dalam masyarakat
3. Motivasi  
Mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya baik itu kegiatan individu maupun kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar
4. Perdebatan dan diskusi  
Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai pandangan publik.
5. Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan keterampilan serta keterampilan yang diperlukan semua bidang kehidupan.

6. Memajukan Kebudayaan

Menyebarkan simbol, suara dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, musik, komedi dan permainan untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

7. Integrasi

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

Sedangkan Fungsi komunikasi massa dikemukakan oleh Effendy

dalam Ardianto, (2007 : 18) secara umum yaitu:

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

3. Fungsi Mempengaruhi

Media massa dapat mempengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku (*conative*).

Dalam beberapa fungsi diatas, komunikasi massa akan berfungsi dengan baik jika seorang penyebar pesan dapat memberikan informasi yang baik, menyajikan pesan-pesan yang bersifat mendidik dari segi nilai dan etika, dapat mempengaruhi khalayak dengan memberikan manfaat positif dari pesan yang disampaikan oleh media massa.

## 2.1.4 Tinjauan Media Online

### 2.1.4.1 Pengertian Media Online

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat, karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media *online*. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).

Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio *online*, TV *online*, pers *online*, dan *mail online* dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya. Dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar karya Elvinaro Ardianto, pengguna

internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya (Straubhar dan LaRose. 2000 : 267).

Sama halnya dengan telepon, sebuah media *online* akan memungkinkan seorang wartawan (*Jurnal Online*) mewawancarai orang dimanapun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan

mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Pendeknya informasi melalui jaringan internet sangat

memudahkan seorang wartawan menjalankan tugasnya dimanapun dia berada. (Ardianto. 2007 : 156)

#### **2.1.4.2. Karakteristik Media Online**

Karakteristik media *online* mampu menjangkau masyarakat lebih dekat, alternative promise, kepuasan kepada pembaca karena mudah di akses, serta berita aktual yang diperbaharui terus menerus. Berikut karakteristik yang dimiliki oleh media *online*:

1. Kapasitas luas sehingga halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaharuan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan “egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji (Romli. 2014 : 33).

Dari berbagai karakteristik diatas media *online* memiliki karakter yang berbeda dengan media massa seperti surat kabar, televisi dan radio, salah satu karakteristik yang menonjol pada media *online* yaitu seperti informasi yang disampaikan sangat cepat untuk bisa di akses oleh semua orang, gaya penulisan terlihat singkat padat dan jelas, informasi yang disampaikan

tersebut dapat diperbaharui kapan saja, dan dalam media *online* memiliki fitur seperti kolom komentar dan chat room sehingga informasi yang disampaikan bersifat dua arah dari komunikator ke komunikan

#### **2.1.4.3 Tinjauan Jurnalistik Online**

Jurnalistik *online* juga tidak mengenal tengat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. Deadline bagi jurnalistik *online* dalam pengertian publikasi paling lambat adalah “beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara juranlis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain. (Romli, 2012: 14)

Jurnalistik media *online* merupakan jurnalistik terbaru yang hadir setelah jurnalistik cetak, radio dan televisi. Perbedaan utama dari ketiga bentuk jurnalistik (cetak, radio, televisi) dengan jurnalistik media *online* adalah kecepatan dalam penyampaian informasi kepada khalayak, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, serta bisa berinteraksi dengan pembaca atau pengguna (*user*).

Jurnalistik *Online* (Romli 2012: 30), menerangkan beberapa pengertian tentang media online. Per definisi, media online (*online media*) disebut juga cybermedia (media siber), internet media (media internet), dan new media (media baru), dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori media baru (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi real-time. (Romli, 2012: 31).

Dalam *Journalism Online* (Ward, 2002:21), menjelaskan bahwa kelebihan media *online* adalah:

1. *Immediacy*  
Jurnalisme *online* memungkinkan penulisan dan publikasi berita secepat mungkin namun harus menginterupsi acara berlangsung (*breaking news*)
2. *Multiplate pagination*  
Berupa ratusan halaman terkait satu sama lain, juga dapat diakses tersendiri
3. *Multimedia*  
Menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video sekaligus.
4. *Archieving*  
Terasipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword tags*) juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.
5. *Flexibility Delivery Platform*

Berita dapat dibuat, dipublikasikan, dan diakses melalui beragam mulai komputer, laptop dan handphone

#### 6. Relationship with reader

Kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Dari karakteristik-karakteristik diatas disimpulkan bahwa jurnalisme *online* membutuhkan penanganan yang berbeda dalam penyelenggaraannya dan dinikmati dengan cara yang berbeda oleh para pengguna atau pemirsanya ketimbang jurnalisme tradisional.

## 2.1.5 Tinjauan tentang Berita

### 2.1.5.1 Pengertian Berita

Menurut Paul de Massenner dalam Sumadiria Berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta menarik minat khalayak pendengar. Menurut Charnley dan James M. Neal Berita dalam Sumaridia adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan secepatnya kepada khalayak menurut. Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan (Sumadiria, 2005: 64-65).

Berita (*news*) adalah sajian utama sebuah media massa di samping *views* (opini). Mencari bahan berita kemudian



menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa). (Romli, 2014:3)

Menurut JB. Wahyudi dalam Komunikasi Jurnalistik, berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodic.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut (Djuraid:2006:11) mengatakan bahwa berita yaitu sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum, dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa.

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). (Arifin S .Harahap, 2007).

Dapat disimpulkan dari beberapa pandangan para ahli diatas mengenai pengertian berita bahwa berita bersifat aktual tentang suatu peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat, yang berisi fakta atau hal baru yang menarik dan penting untuk diketahui oleh orang banyak.

### 2.1.5.2 Jenis-Jenis Berita

Berita memiliki beberapa jenis, seperti yang disebutkan dalam Djuraid, terdapat tiga macam berita, yaitu berita langsung (*straight news*) berita ringan (*soft news*), dan berita kisah (*feature*).

1. Berita langsung (*straight news*) Berita tentang peristiwa yang penting yang harus segera disampaikan kepada pembaca dan ditempatkan di halaman utama. Materinya berisi laporan langsung wartawan yang menyaksikan kejadian secara langsung dan berita berisi fakta yang berat.

2. Berita ringan (*soft news*) Berita yang menampilkan sesuatu yang menarik, penting, dan bersifat informatif. Penulisannya tidak terlalu panjang, mungkin tidak lebih dari tiga alinea. *Soft news* bisa merupakan bagian dari peristiwa yang diberitakan melalui *straight news* atau berita yang berdiri sendiri.

3. Berita kisah (*feature*) Tulisan mengenai kejadian yang dapat menggugah perasaan dan menambah pengetahuan pembaca melalui penjelasan yang rinci, lengkap, mendalam, dan tidak terpengaruh waktu (Djuraid, 2007:68-69).

Berdasarkan yang peneliti pahami terkait jenis-jenis berita diatas, berita tidak hanya mengenai informasi mengenai suatu peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar tetapi juga berita mencangkup segi-segi menggugah perasaan seseorang dan menghibur.

### 2.1.5.3 Nilai Berita

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. Eriyanto (2012:120-121)

Secara umum, nilai berita tersebut dapat digambarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 2.2**

**Nilai - Nilai Berita**

Prominance	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukan berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan penumpang satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang lebih dipandang berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
Human Interest	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak 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 becaknya di Surabaya saja.
<i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antara penduduk pribumi dan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari-hari antarpenduduk pribumi.

<i>Unusual</i>	Berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi. Seorang ibu yang melahirkan 6 bayi dengan selamat lebih disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran seorang bayi.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosi dengan khalayak

Sumber: Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, ideologi dan politik media*. Yogyakarta. LKIS (2012: 123-125)

Daftar nilai berita itu hanya ingin menunjukkan bagaimana peristiwa yang begitu banyak tiap hari, yang terjadi hampir setiap saat, diseleksi dengan memaknai prosedur tertentu. Sehingga dapat menentukan apa saja yang layak dan apa yang bisa disebut dengan berita.

Nilai berita membatasi, bahwa tidak semua peristiwa dapat diangkat dan disebut dengan berita. Peristiwa yang layak dan dapat disebut berita mengacu pada nilai berita, maka peristiwa tersebut adalah peristiwa yang negatif, konflik, jarang terjadi, atau peristiwa yang tidak umum. Semakin penting, semakin jarang dan semakin berkaitan peristiwa tersebut dengan khalayak, maka semakin dapat dianggap sebagai berita, dan semakin aneh, unik,

dan jarang peristiwa tersebut maka semakin kuat kuat kemungkinannya disebut sebagai berita. Semua proses ini berkaitan dengan proses produksi berita, nilai-nilai dalam kerja rutinitas organisasi berita ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadaran wartawan. (Eriyanto, 2002:125)

#### **2.1.5.4 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.

Berdasarkan yang peneliti pahami tentang produksi berita diatas, setiap media memiliki proses produksi berita yang berbeda karena setiap media mengkonstruksi suatu berita sedemikian rupa sesuai dengan ideologi yang dimiliki dari setiap masing-masing media.

#### **2.1.5.5 Berita Olahraga**

Dalam sebuah redaksi media informasi, peran jurnalistik sangat dibutuhkan sebagai penyaji informasi dari sebuah kejadian/peristiwa sehari-hari. Banyaknya peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari membuat redaksi menyiapkan informasi yang menarik untuk dipasang pada halaman paling depan.

Hal ini berfungsi sebagai daya tarik untuk pembaca mengetahui peristiwa besar apa yang sedang terjadi. Hampir setiap redaksi sekarang memiliki halaman utama yang berbeda-beda. Bahkan pertandingan-pertandingan sepakbola dapat dipastikan mendapat tempat khusus disetiap halamannya, sehingga para wartawan olahraga sangat berkembang menjadi professional.

Dalam buku *Jurnalistik teori dan Praktik* Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat (2006:216) untuk menghindari penulisan berita olahraga yang monoton, kesempatan untuk mengembangkan gaya penulisan pribadi tetap terbuka sampai batas-batas tertentu. Namun dalam peliputan berita olahraga meliputi beberapa karakteristik menurut Coakley (2003: 427), yakni:

1. memberikan berita dan informasi;
2. menawarkan ringkasan event atau pertandingan terdahulu;
3. menyediakan data dan informasi kongkret;
4. menyoroti kisah-kisah di luar lapangan; dan
5. menyajikan kritik terhadap olahraga dan atlet.

Dengan adanya karakteristik dalam meliput berita olahraga, setiap peliputan berita olahraga juga mempunyai standar nilai yang harus di perhatikan sebagai berikut: independen, netral dan berimbang, obyektif,

jujur, cepat dan akurat, dan kedekatan. Dalam peliputannya, setiap redaksi tidak tergantung atau dipengaruhi oleh pihak tertentu sebagai bentuk tidak adanya keterkaitan dengan pihak manapun.

### **2.1.6 Konstruksi Realitas Sosial**

Sebuah realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan mengkonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektifitas individu lain dalam institusi sosial (Sobur, 2012:90).

Bahasa merupakan salah satu perangkat dasar dalam mengkonstruksi suatu realitas sosial. Menurut Hartley (1982: 36), struktur sosial tidak akan ada jika tidak terdapat interaksi oleh orang-orang yang terlibat didalamnya melalui proses penggunaan bahasa. Karena itu banyak ditemui kasus-kasus dimana kelompok yang memiliki kekuasaan mengendalikan makna ditengah-tengah pergaulan sosial menggunakan bahasa tertentu (Sobur, 2012:90).



Menurut Halliday, bahasa dikontrol oleh struktur sosial tertentu, dan struktur sosial tersebut dipertahankan dan ditransmisikan melalui bahasa (Hartley, 1982:61). Bahkan menurut Hamad (Sobur, 2002: 90), bahasa bukan cuma mampu mencerminkan realitas tetapi sekaligus menciptakan realitas. Bahasa tidak semata menggambarkan realitas melainkan bisa menentukan gambar mengenai suatu realitas yang muncul dibenak khalayak (Hamad, 2004: 12). Melalui penggunaan bahasa sebagai simbol yang paling utama, wartawan mampu menciptakan, memelihara, mengembangkan, dan bahkan meruntuhkan suatu realitas (Eriyanto, 2008: xi).

Dapat disimpulkan dari beberapa pandangan ahli diatas mengenai konstruksi realitas sosial bahwa setiap individu dapat mengkonstruksikan realitas sosial dari individu lain maupun kelompok melalui bahasa, dengan penggunaan bahasa dapat terlihat bahwa bagaimana suatu individu maupun kelompok dalam menggambarkan suatu realitas yang terjadi dalam lingkungannya.

### **2.1.7 Konstruksi Realitas Media**

Media memiliki realitas yang disebut realitas media. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad,

2004: 11). Realitas yang ditampilkan media tidak dipahami sebagai seperangkat fakta, tetapi hasil dari pandangan tertentu dari pembentukan realitas (Eriyanto, 2001: 29).

Media memegang peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Voloshihov mengatakan bahwa “whenever a sign present, ideology is present too” (Sobur, 2012:93), dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca.

Menurut Anthony Smith, pesan-pesan yang disampaikan oleh Media massa dalam proses produksinya akan mengalami pembentukan kembali (rekonstruksi) berdasarkan kebijakan dan ideologi yang diusung media massa yang bersangkutan (Andersen dan Strate, 2000: 77).

Dapat disimpulkan dari beberapa pandangan ahli diatas mengenai konstruksi realitas media bahwa media mengkonstruksikan suatu peristiwa melalui berita yang telah dibuat dengan menggunakan ideologi dan kebijakan dari masing-masing media menghasilkan pandangan berbeda dari pembentukan suatu realitas yang tersaji dalam berita.

### 2.1.8 Tinjauan 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).

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media.

Pembingkaian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. (Eriyanto.2002:3).

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 ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. (Sobur, 2004 : 162)

Menurut Eriyanto terdapat empat model analisis *framing*, yaitu:

**Tabel 2.3**

***Model-Model Analisis Framing***

Robert N. Entman	Metode <i>framing</i> dalam berita dilakukan dengan empat cara, yaitu: <i>Problem Identification</i> (Identifikasi masalah), <i>Casual Interpretation</i> (identifikasi penyebab masalah)
William A. Gamson	Mendefinisikan <i>framing</i> dalam dua pendekatan yaitu pendekatan menghasilkan <i>framing</i> dalam level kultural, dan pendekatan psikologis yang menghasilkan <i>framing</i> dalam individual. <i>Framing</i> dalam level kultural dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen

	konsitutif yang tersebar dalam konstruksi wacana.
Murray Edelman	Dalam bukunya <i>Contestable Categories and Public Opinion</i> ia mensejajarkan <i>framing</i> sebagai kategorisasi, artinya pemakaian perspektif tertentu dengan pemakaian kata-kata yang tertentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipahami, kategorisasi juga dapat diartikan sebagai penyederhanaan, realitas yang kompleks dan berdimensi banyak dipahami dan ditekankan supaya dipahami dan hadir dalam benak khalayak.
Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993)	Dalam tulisan mereka yang berjudul " <i>Framing Analysis: An Approach to New Discourse</i> " mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat <i>Framing</i> , yaitu Cara Wartawan Menyusun Fakta (sintaksis), Cara Wartawan Mengisahkan Fakta (skrip), Cara Wartawan Menulis Fakta (tematik), dan Cara Wartawan Menekankan Fakta (retoris).

Sumber: Eriyanto. *Analisis Framing Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta. LkiS. 2002.

Dari keempat model diatas peneliti memilih untuk menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki yang menganalisis dengan strategi dan proses beritanya.

#### **2.1.8.1 Model Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki**

Model framing yang diperkenalkan oleh Cara Wartawan Mengisahkan Fakta Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki,

analisis framing ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media.

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki memiliki perangkat framing untuk membantu dalam menganalisis teks media. Perangkat framing tersebut dapat di gambar dalam bentuk skema sebagai berikut

**Tabel 2.4**

**Skema Framing Model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki**

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat Framing</b>	<b>Unit Yang Diamati</b>
Cara Wartawan Menyusun Fakta (SINTAKSIS)	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup
Cara Wartawan Mengisahkan Fakta (SKRIP)	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
Cara Wartawan Menulis Fakta (TEMATIK)	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi kalimat, hubungan antar kalimat
Cara Wartawan Menekankan Fakta (RETORIS)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

*Sumber: Alex Sobur. Analisis Teks Media . Bandung. PT Remaja*

*Rosdakarya. 2015*

Teori ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang

berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* ini adalah salah satu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Keempat perangkat *framing* Zhongdang Pan dan Gerald

M. Kosicki ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Struktur Sintaksis

Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita (*lead* yang dipakai, latar informasi, *headline*, sumber, penutup) dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan.

Bagian ini tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramid terbalik yang dimulai dengan judul *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian atas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis member petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

### 2. Struktur Skrip

Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama*, banyak lapran berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+1H-*who*, *what*,

*where, why, dan how.* Meskipun pola ini ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.

### **3. Struktur Tematik**

Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

### **4. Struktur Retoris**

Berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Dalam menemukan konstruksi suatu berita yang dibuat oleh media, keempat struktur diatas dapat menunjukkan bagaimana wartawan menyampaikan suatu peristiwa seperti, pertama cara wartawan menyusun fakta (sintaksis) dengan perangkat ini dapat dilihat bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan ke arah mana berita tersebut dari *headline, lead, episode, latar dan penutup.* kedua cara wartawan mengisahkan fakta (skrip) dengan melihat kelengkapan berita dari unsur 5W+1H, *who, what, when, where, why, dan how.* Ketiga cara wartawan menulis fakta (tematik) dengan melihat bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya suatu peristiwa kedalam proposisi, kalimat atau atau hubungan antar



kalimat. Keempat cara wartawan menekankan fakta (retoris) dengan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, maupun gambar

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Analisis *framing* adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas sebuah peristiwa, cara bercerita tersebut melihat terhadap realitas yang dijadikan berita. Dalam analisis *framing* dijelaskan bagaimana cara media mengkonstruksikan sebuah realitas. Seperti yang dikutip Eriyanto dari Berger realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. (Eriyanto, 2002:18).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian analisis *framing*. Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukan realitas yang natural, akan tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. (Eriyanto,2005:27).

Analisis *framing* merupakan salah satu model analisis alternatif yang bisa mengungkapkan rahasia di balik perbedaan. Bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* membongkar bagaimana realitas dibingkai oleh media, akan dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, mana lawan mana kawan, siapa si penindas dan siapa si tertindas, tindakan politik mana yang konstitusional

dan yang inkonstitusional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung, dsb (Eriyanto, 2005:XV).

Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang obyektif melalui proses eksternalisasi (usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam keadaan mental maupun fisik). Setelah proses eksternalisasi, akan terjadi proses obyektivasi, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia.

Manusia juga mempengaruhi realitas sosial yang subyektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial). Dengan demikian, manusia dan masyarakat (komponen dan realitas sosial) saling membentuk dan masyarakat bukanlah produk, tetapi sebagai yang terbentuk. (Eriyanto, 2002:15-18)

Dalam pembedaan isi berita dilakukan menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki ada dua konsepsi dari *framing* yang berkaitan yaitu, *pertama* konsepsi psikologi menekankan bagaimana seseorang memproses informasi dari dalam dirinya. *Kedua* konsepsi sosiologi dengan melihat konstruksi sosial atas realitas. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menggambarkan proses penyusunan dan pengemasan sebuah peristiwa serta realitas dengan cara 4 cara yaitu : *Sintaksis, Skrip, Tematik, Retoris*.

Berdasarkan konsep pembedaan/*framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki inilah, yang menjadi kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian mengenai pemberitaan Penundaan Piala Eropa 2020 Terkait

Wabah Virus Corona. Seperti yang diketahui, media online Okezone.com dan Bola.com menampilkan berita mengenai Penundaan Piala Eropa 2020, namun isi berita dari masing-masing media

memiliki perbedaan. Hal ini tergantung dari mana media tersebut mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Setiap media pasti memiliki cara tersendiri dalam mengkonstruksi realitas yang ada. Analisis *Framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti pada pemberitaan mengenai Penundaan Piala Eropa 2020 Terkait Wabah Virus Corona di Media *Online* Okezone.com dan Bola.com

Berdasarkan kerangka pemikiran inilah, peneliti ingin bisa jauh memahami dan menemukan seperti apa Media *Online* Okezone.com dan Bola.com dalam membingkai berita mengenai Penundaan Piala Eropa 2020 terkait Wabah Virus Corona. Apakah kedua media tersebut memiliki ciri khas dalam bahasa yang digunakan. Pemilihan judul berita yang mampu menarik perhatian pembaca. Penggunaan foto yang dapat menjadikan sebuah ilustrasi dari berita yang disampaikan dan beberapa aspek lainnya. Melalui analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki inilah peneliti berusaha mengkonstruksi berita mengenai Penundaan Piala Eropa 2020 Terkait Wabah Virus Corona di Media *Online* Okezone.com dan Bola.com

### 2.2.1 Alur Model Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mencoba menyajikan bagaimana cara media *online* membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari Media *Online* Okezone.com dan Bola.com dengan menggunakan analisis *framing* dengan pendekatan dari Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki media melakukan pembingkaiian berita dengan cara mengkonstruksi dan memproses peristiwa. Untuk menunjukan sebuah pembingkaiian berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris.

Berdasarkan paparan diatas dapat digambarkan sebuah bagan guna mempermudah peneliti dalam meneliti berita tentang Penundaan Piala Eropa 2020 Terkait Wabah Virus Corona di Media *Online* Okezone.com dan Bola.com. Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut:

2.1 Gambar Alur Model Penelitian

