

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang menggunakan analisis framing pembingkai berita. Peneliti melakukan penelitian tentang analisis *framing* yang akan dilakukan di media massa online.

Berikut para peneliti sebelumnya yang peneliti kumpulkan sebagai referensi untuk menjadi acuan bagi peneliti:

**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	JUDUL	PENELITI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1.	Pemberitaan Pencalonan Ridwan Kamil Sebagai Gubernur Jawa Barat (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada	Andi Ashari, Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Komputer Indonesia Bandung 2018	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis <i>framing</i> dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teks pemberitaan yang diberitakan oleh Harian Umum Pikiran Rakyat sebagai media massa tidak dapat dihindari dari konstruksi media. Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan pada Kompas.com dan Republika.co.id</li><li>• Berita yang dianalisis peneliti adalah pemberlakuan</li></ul>

	Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 4,25 dan 27 Oktober 2017)			redaksi Pikiran Rakyat juga mempengaruhi wartawan dalam menulis berita.	pembatasan kegiatan masyarakat
2.	Pembingkaiian Berita Gratifikasi Seks (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013)	Fazar Nur Setiawan, Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Komputer Indonesia 2013	Penelitian ini menggunakan metode Penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis <i>framing</i> dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com lebih menekankan penyampaian berita tentang Gratifikasi Seks lebih kearah nasionalis secara umum yang bersifat netral, sedangkan Republika.co.id menyampaikannya bisa terlihat sangat kontra dengan suatu hal tentang seks termasuk Gratifikasi Seks ini, dengan mengarahkan dan mengkaitkan sisi religius.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berita yang dianalisis peneliti adalah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat</li> </ul>

3.	Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta di <i>Media Online</i> (Analisis Framing Pada <i>Media Online</i> Kompas.com dan Detik.com Periode 27 Februari – 10 Desember 2015)	Boby Tridona, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung 2016	Penelitian ini menggunakan metode Penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis <i>framing</i> dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompas.com (pemberitaan yang cukup berimbang dengan memuat berita yang berisi pernyataan dari masing-masing pihak yang berkonflik). Sementara detik.com (lebih memuat framing mengenai dukungan terhadap Gubernur DKI Jakarta dengan menggambarkan sosok Gubernur DKI Jakarta sebagai sosok yang berani).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan pada <a href="http://Republika.co.id">Republika.co.id</a></li> <li>• Berita yang dianalisis peneliti adalah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat</li> </ul>
----	--	---	---	--	---

*Sumber: Peneliti, 2021*

### 2.1.2. Tinjauan Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*)

Dalam buku Elvinaro Ardianto tentang Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi, memiliki beberapa karakteristik komunikasi massa, yaitu:

1. Komunikator Terlembanga

Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

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.

4. Media Massa Menimbulkan keserempakan

Menurut Effendy (1981) dalam buku komunikasi massa suatu pengantar edisi revisi karya Ardianto bahwa keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Sehingga

komunikasikan yang banyak tersebut serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000: 90). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

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.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

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 seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

### **2.1.3. Tinjauan Media Massa**

Elvinaro Ardianto mengatakan, media massa pada dasarnya dapat terbagi menjadi dua kategori, yakni media massa 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 *on-line* (internet) (Ardianto, dkk, 2007: 103).

Berdasarkan dari komponen-komponen komunikasi dapat dijelaskan ciri-ciri komunikasi massa menurut Onong Uchjana Effendy (2000: 37), yaitu sebagai berikut:

#### **A. Komunikator pada komunikasi massa melembaga**

Komunikator melakukan komunikasi atas nama organisasi atau institusi, maupun instansi. Mempunyai struktur organisasi garis tanggung jawab tertentu sesuai dengan kebijakan dan peraturan lembaganya.

#### **B. Pesan Komunikasi massa bersifat umum**

Komunikasi massa mempunyai pesan yang ditujukan kepada umum, karena mengenai kepentingan umum pula. Maka komunikasi yang ditujukan perorangan atau sekelompok orang tertentu tidak termasuk ke dalam komunikasi massa. Komunikasi massa mencapai komunikan dari

berbagai golongan, berbagai tingkat pendidikan, usia, maupun latar belakang kebudayaan yang berbeda.

C. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Komunikasi melalui media massa dapat dinikmati oleh komunikan yang jumlahnya tidak terbatas dan terpisah secara geografis pada saat yang sama.

D. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi massa menyebarkan pesan yang menyangkut masalah kepentingan umum. Oleh karena itu, siapapun dapat memanfaatkannya. Komunikannya tersebar dan terdiri atas berbagai latar belakang yang berbeda.

E. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Berbeda dengan komunikasi tatap muka, dimana komunikan dapat memberikan respon secara langsung, maka dalam komunikasi massa tidak terdapat arus balik dari komunikasi. (Effendy dalam Rismawaty, dkk, 2014: 208-209)

#### **2.1.4. Tinjauan Media Baru**

Luik mengatakan bahwa media baru dari sudut pandang komunikasi maupun dari sudut pandang ilmu sosial merupakan istilah-istilah spesifik yang perlu dibahas terlebih dahulu. (Luik *et al*, 2020: 56)

Menurut Lister *et al*. (2009), ada enam karakteristik dari media baru, yaitu:

1. *Digital*

*Digital* mengacu pada pemberian nilai-nilai *numeric* pada fenomena.

2. *Interactive*

*Interactive* mengacu pada produser atau pembuat pesan atau media merancang atau mendesain sebuah digital media text.

3. *Hypertextual*

*Hypertextual* mengacu pada sebuah teks (termasuk gambar, audio, dan video) yang bertautan dengan teks yang lain.

4. *Networked*

*Networked* mengacu pada media baru yang saling berjejaring satu sama lain, yang memudahkan pengguna untuk lebih berpartisipasi aktif.

5. *Virtual*

*Virtual* mengacu pada sebuah alternatif dari “*real*”, dan bahkan bisa lebih baik dari “*real*”.

6. *Simulated*

*Simulated* mengacu pada simulasi yang bisa dilakukan oleh media baru.

#### **2.1.5. Tinjauan tentang Pers**

*Pers* Berasal dari bahasa Belanda yang artinya menekan atau mengepres. Kata *press* dalam bahasa Inggris; *presse* dalam bahasa Perancis yang juga berarti menekan atau mengepres. Kata tersebut berasal dari bahasa

Latin, *presaare* dari kata *premere* yang berarti tekan atau cetak. Istilah ini diambil berkaitan dengan proses pembuatan barang cetakan.

Menurut Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menjelaskan pers sebagai berikut:

“Dalam arti sempit, *pers* hanya menunjuk kepada media cetak berkala: surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan pada media-media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televisi, film, dan media *online* internet. Pers dalam arti luas disebut media massa” (Sumadiria, 2017: 31).

Dalam Pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No. 40/1999, pada buku Sumadiria yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menyatakan *pers* sebagai berikut:

“*Pers* adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia” (Sumadiria, 2017: 31).

*Pers* adalah sebuah lembaga. Setidaknya, definisi sederhana ini disepakati oleh Bangsa Indonesia dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 yang sudah meluas juga oleh kalangan insan *pers* dan para ilmuwan komunikasi. Sebagai sebuah lembaga, *pers* harus memberikan manfaat terhadap kehidupan manusia. (Hikmat, 2018: 70)

### 2.1.5.1. Fungsi Pers

Dalam berbagai literatur komunikasi dan jurnalistik disebutkan, terdapat lima fungsi pers yang berlaku universal. Karena kelima fungsi tersebut dapat ditemukan pada setiap negara di dunia yang menganut paham demokrasi, yakni:

#### 1. Informasi (*to inform*)

Fungsi pertama dari lima fungsi utama *pers* ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: actual, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas, jernih, jujur, adil, berimbang, relevan, bermanfaat, dan yang lainnya.

#### 2. Edukasi (*to educate*)

Apa pun informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Dalam istilah sekarang, *pers* harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa. Seperti ditegaskan oleh Wibur Schram dalam *Men, Messages and Media* (1973), bagi masyarakat, pers adalah *watcher, teacher, and forum* (pengamat, guru, dan forum).

#### 3. Koreksi (*to influence*)

Keahadiran *pers* disini untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan *legislative, eksekutif, dan yudikatif* agar kekuasaan

mereka tidak menjadi korup dan *absolut*. Untuk itulah, dalam negara-negara penganut paham demokrasi, *pers* mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog function*).

#### 4. Rekreasi (*to entertain*)

Rekreasi adalah menghibur. *Pers* harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus yang menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Artinya apa pun pesan rekreatif yang disajikan, mulai dari cerita pendek sampai kepada teka-teki silang dan anekdot, tidak boleh yang bersifat *negative* apalagi *destruktif*.

#### 5. Mediasi (*to mediate*)

Mediasi artinya penghubung. *Pers* mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama. (Sumadiria, 2017: 32-35).

Selain kelima fungsi utama *pers* tersebut, di jelaskan dalam buku “*Jurnalistik Literary Journalism*” oleh Mahi M. Hikmat (2018: 74-75), masih terdapat fungsi-fungsi lainnya yang dalam konteks realitas dijalankan dengan baik oleh *pers*. Fungsi-fungsi *pers* tersebut di antaranya:

1. Fungsi Ekonomi

Kehadiran *pers* pun ikut mendukung berjalannya roda perekonomian di semua negara. *Pers* ikut mengambil bagian dari upaya membangun ekonomi negara dengan tampil sebagai perusahaan-perusahaan yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu negara, misalnya, dengan ikut menciptakan lapangan kerja, pembayar pajak, dan kegiatan ekonomi lainnya.

2. Fungsi Sosial

Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang *Pers* pun menyuratkan fungsi *pers* sebagai lembaga sosial. Hal itu dimainkan dengan baik oleh *pers* Indonesia, terutama sangat kentara tatkala Indonesia didera bencana. Banyak media cetak dan media elektronik berlomba-lomba menyediakan, menampung, dan menyalurkan bantuan untuk korban bencana dalam bentuk membuka dompet bencana, dompet duafa, dan bentuk kepedulian lainnya.

3. Fungsi Mediator

*Pers* adalah lembaga media, sehingga fungsi lainnya yang sebetulnya dapat dikategorikan fungsi utama *pers* adalah sebagai mediator, penghubung, atau fasilitator. *Pers* berfungsi memediasi berbagai kepentingan dan berbagai elemen dalam masyarakat.

#### 4. Fungsi Memengaruhi

*Pers* memiliki fungsi dapat memengaruhi masyarakat. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya teori yang mengungkap kedahsyatan *pers* dalam memengaruhi manusia, baik secara individu maupun kelompok.

#### 5. Fungsi Sejarah

Dengan kekuatan tulisan atau siaran *pers*. Maka *pers* berfungsi juga sebagai “*juru tulis*” bagi fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. *Pers* memberikan kelengkapan sejarah bagi catatan para sejarawan. Bahkan, salah satu sumber autentik bagi catatan sejarah para sejarawan adalah *pers*.

### 2.1.6. Definisi Berita

Berita adalah sebagai laporan dari keempat penjuru angina atau dari berbagai tempat di dunia. Terlebih media *online* pun ikut pula meramaikan media massa dengan sebutan media sosial yang melahirkan *journalistic online* yang akhir-akhir ini bertebaran di mana-mana dan memberikan kontribusi besar pada layanan penyajian informasi pada khalayak (Hikmat, 2018: 147).

#### 2.1.6.1. Jenis-jenis Berita

Berikut ini, penjelasan singkat tentang *Straight news report*, *Depth news report*, *Comprehensive news report*, *Interpretative news report*, *Feature story report*, *Depth reporting*, *Comprehensive news*

*report, Investigative reporting, Editorial writing*, seperti ditulis Rivers kutipan dalam buku “*Jurnalistik Indonesia*” oleh Sumadiria, (2017: 69-71).

1. Berita Langsung (*Straight news report*)

Laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya, sebuah pidato biasanya merupakan berita-berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, where, why, dan how* (5W1H).

2. Berita Mendalam (*Depth news report*)

Laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.

3. Berita Menyeluruh (*Comprehensive news report*)

Laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*). Berita menyeluruh, mencoba

menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.

#### 4. Berita Interpretatif (*Interpretative news report*)

Biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, focus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Mereka umumnya mencoba menerangkan berbagai peristiwa publik. Sumber informasi bisa diperoleh dari nara sumber yang mungkin hanya memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

#### 5. Karangan Khas (*Feature story report*)

Dalam laporan-laporan berita tersebut, reporter menyajikan informasi yang penting untuk para pembaca. Sedangkan *feature*, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.

#### 6. Pelaporan Mendalam (*Depth reporting*)

Pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau actual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam, orang akan

mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang.

#### 7. Pelaporan Penyelidikan (*Investigative reporting*)

Berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan *interpretatif*. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan *investigative*, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering illegal atau tidak etis.

#### 8. Penulisan Tajuk Rencana (*Editorial writing*)

Pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum. Para penulis editorial bukan bekerja untuk dirinya sendiri, melainkan untuk sebuah surat kabar, majalah, atau stasiun radio. (Sumadiria, 2017: 69-71).

#### **2.1.6.2. Nilai Berita**

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja, tetapi juga mempunyai *ideology professional*. Seperti kerja professional lain, wartawan dan orang yang bekerja di dalamnya mempunyai batasan professional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka. Semua itu ada ukuran untuk menilai kriteria berita yang

baik itu disebut sebagai berita. Nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ukuran yang dipakai untuk memilah-milah peristiwa oleh wartawan adalah ukuran-ukuran professional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Table 2.2**  
**Nilai-Nilai Berita**

<i>Promunance</i>	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 dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
<i>Human Interest</i>	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>Contlict / 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 lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosi dengan khalayak.

*Sumber: Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideology dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002: 123-125*

Daftar nilai berita itu hanya ingin menunjukkan bagaimana peristiwa yang begitu banyak tiap hari, yang terjadi hampir tiap saat, diseleksi dengan memakai prosedur tertentu. Nilai berita tersebut merupakan produk dari konstruksi sosial. Nilai berita membatasi, bahwa tidak semua peristiwa dapat diangkat dan disebut sebagai berita. Semakin penting, semakin jarang terjadi, dan semakin berkaitan peristiwa tersebut dengan khalayak banyak maka semakin dapat dianggap sebagai berita. Maka, semakin aneh, unik, dan jarang peristiwa tersebut semakin kuat kemungkinannya disebut sebagai berita. Semua proses ini berhubungan dan berkaitan dengan proses produksi berita. Nilai-nilai dalam kerja dan rutinitas organisasi berita ini terinternalisasi dan menjadi bagian dari kesadaran wartawan (Eriyanto, 2002: 120 - 126).

### 2.1.6.3. Unsur-unsur Berita

Ada beberapa elemen untuk membuat unsur berita, yang dimana unsur berita itu berada pada rumus dasar dalam setiap nilai berita. Unsur yang perlu diperhatikan adalah *what* (apa), *who* (siapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana).

Pembelajaran berita dapat dianggap sebagai penyatuan informasi baru ke dalam skema yang telah ada. Proses aktif oleh penerima dapat diduga meskipun informasi juga sering kali disajikan dalam bentuk skema yang telah ada sebelumnya yang secara sederhana diambil begitu saja oleh penerima alih-alih dinilai secara kritis (McQuail, 2011: 269).

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah memberikan suatu arah tujuan bagi proses penelitian dan terbentuknya persepsi yang sama antara peneliti dan orang lain terhadap hipotesis riset secara logis.

Analisis *framing* adalah analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga digunakan untuk melihat bagaimana media memahami dan mengkonstruksi peristiwa, dengan menggunakan cara bercerita (*Story telling*). Eriyanto mengutip dari Berger ialah realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi.

Peter L. Berger. dan Thomas Luckman mengatakan bahwa manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat yang memiliki 3 tahapan proses dialektis. Tahapan pertama ialah proses *ekternalisasi* (usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik) sehingga manusia dapat menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia. Selanjutnya Tahapan kedua ialah proses *objektivasi* (hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia) untuk menghasilkan realitas objektif. Selanjutnya pada Tahapan ketiga ialah proses *internalisasi* (penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial).

Menurut McLuhan, bentuk media saja sudah memengaruhi kita. Media saja sudah menjadi pesan. Ia bahkan menolak pengaruh isi pesan sama sekali. Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia. McLuhan pun menulis tentang:

“Secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media yakni karena perpanjangan diri kita timbul karena skala baru yang dimasukkan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru...” (McLuhan dalam Rakhmat, 2018: 274).

Media mengubah banyak dalam hal kepercayaan dan kredibilitas, walaupun temuan beragam dari waktu. Sekarang kita hanya melihat pada dua pertanyaan. Pertanyaan pertama, seberapa bebaskah media dalam hubungannya dengan masyarakat yang lebih luas. Pertanyaan yang kedua, apakah guna media

dan bagaimana media memahami kegunaan dari sudut pandang anggota khalayak individu (McQuail, 2011: 46).

Dalam pembedaan isi berita terdapat dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yaitu, pertama, *konsepsi psikologi* (menekankan pada bagaimana seseorang menangani informasinya sendiri). Kedua, *konsepsi sosiologi* (lebih melihat dari konstruksi sosial atas realitas).

Maka Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki membuat suatu proses penyusunan dan pengemasan pada sebuah peristiwa yang realitas dengan cara, yaitu:

1. **Struktur Sintaksis**, Secara umum, sintaksis adalah sebuah struktur kata-kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pemahaman komposisi rubrik berita, diantaranya: *headline*, *lead*, latar informasi, sumber, penutup dalam test berita secara keseluruhan. Bagian ini disusun dalam bentuk tetap dan teratur, sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman pada fakta yang hendak disusun. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik, yang dimulai dari judul *headline*, *lead*, episode/plot, latar dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang ditampilkan di atas lebih penting dibandingkan dengan bagian bawah. Elemen sintaksis memberikan petunjuk yang berguna tentang caranya wartawan/reporter menjelaskan peristiwa dan ke mana berita tersebut akan dibawa.

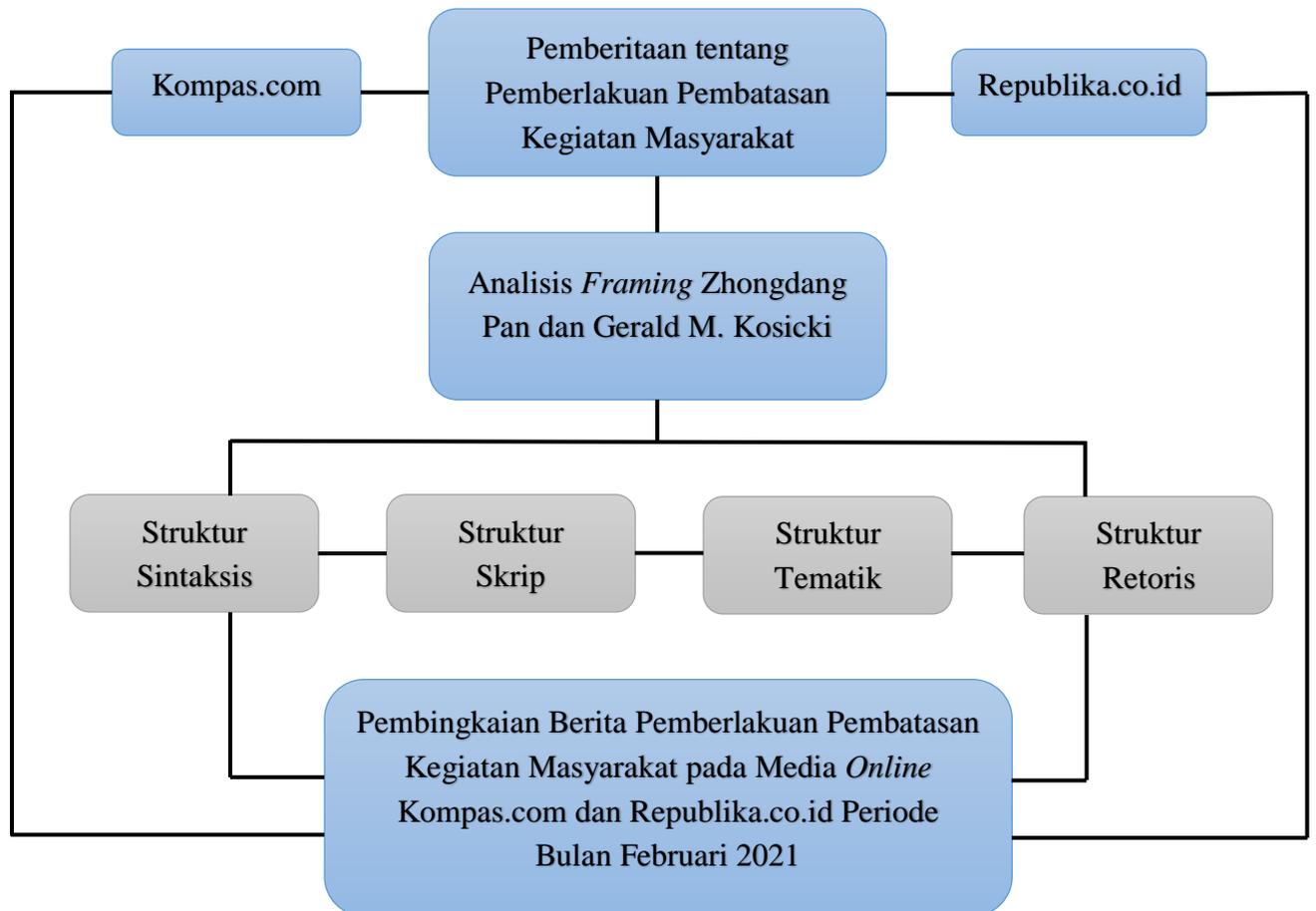
2. **Struktur Skrip**, Laporan berita biasanya disusun sebagai sebuah cerita. Ada dua alasan untuk ini. *Pertama*, banyak laporan berita yang menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis terus-menerus dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya memiliki orientasi yang menghubungkan teks tertulis dengan lingkungan pembaca publik. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W + 1H (*who, what, when, where, why, dan how*). Terlepas dari pola yang ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita bisa menjadi tanda pembedaan yang penting.
3. **Struktur Tematik**, berhubungan dengan bagaimana cara wartawan mengungkapkan pandangan mereka atas peristiwa ke dalam *paragraph, proposisi*, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks berita secara keseluruhan.
4. **Struktur Retoris**, berhubungan dengan bagaimana cara wartawan menekankan arti yang ingin ditonjolkan ke dalam teks berita. Struktur yang dilihat dari pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar/foto untuk meningkatkan arti tertentu kepada pembaca.

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis yang mencari tahu bagaimana media menggambarkan realitas pada pemberitaan. Realitas ditafsirkan melalui proses *konstruksi*. Seperti berita tentang pemberitaan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.

Terlihat dari kedua media itu sama-sama melaporkan tentang pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat pada periode bulan Februari 2021, namun teks berita yang mereka sampaikan berbeda. Tergantung dimana media yang mengkonstruksikan peristiwa ke dalam aspek realitas, menjadi berita yang bisa dijelaskan dan dipahami oleh khalayak masyarakat. Untuk memperoleh aspek yang diperlukan dari realitas media, dapat dilihat dari analisis pada Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dilihat dari sebagaimana wacana publik tentang isu dan kebijakan yang dikonstruksikan dan dinegosiasikan. Meski kejadian atau permasalahannya sama, tetapi pada masing-masing setiap media memiliki cara penyampaian yang berbeda untuk menonjolkan sebuah berita yang sudah dihasilkan walaupun beritanya sama, isi beritanya juga pasti berbeda antara satu media dengan media lainnya.

**Gambar 2.1**  
**Model Alur Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Peneliti, 2021*