

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Tentang Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian mengenai analisis framing yang dilakukan oleh media massa khususnya surat kabar. Untuk pengembangan dan menambah pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu mengenai analisis framing.

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

Setelah peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu, peneliti mendapatkan beberapa tulisan mengenai analisis framing, berikut ini penulisan mengenai analisis framing yang dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Tabel 2.1

## Penelitian Terdahulu

Penelitian Sejenis No.	Judul	Peneliti	Metode Penelitian
1.	Pembingkaian berita Revitalisasi Taman Tegalega (Studi Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki dalam Pemberitaan Revitalisasi Taman Tegalega di Media Cetak Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar Edisi 9 Februari 2017)	Muhammad Faizal Ramadhan, Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Komputer Indonesia, 2013	Pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki
2.	Pembingkaian Berita Tim Nasional U-19 (Studi Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki pada Harian Bola dan Top Skor Edisi 19-30 November 2013)	Revino Tryantito, Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Komputer Indonesia, 2008.	Pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

3.	Analisis Framing Pemberitaan Kepengurusan PSSI Terkait Format Kompetisi Liga Indonesia 2011/12 Pada Media Online goal.com Indonesia	Riska Khaerunnisya, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2012	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Pan dan Kosicki
----	---	--	--

### 2.1.2 Tentang Komunikasi

Komunikasi atau communication dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama komunis (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi. Selain komunis ada pula kata yang disebut sebagai asal mula komunikasi yaitu komunitas. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup Bersama untuk mencapai tujuan tertentu dan mereka berbagi makna dan sikap (Mulyana, 2007:46).

Menurut Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mendefinisikan komunikasi dalam arti sempit sebagai penyampaian pesan melalui media elektronik, sementara dalam arti luas komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih.

Istilah komunikasi bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2015: 9). Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang, Sedangkan. Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang (Mulyana, 2007:65). Makna disini dimaksudkan sebagai pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dapat diterima oleh komunikan dengan menggunakan asas perbedaan bukan asas persamaan dalam pengambilan sebuah keputusan.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan 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, 2015:10). 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 pembetulan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*public attitude*) yang dalam kehidupan social dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell 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 Lasswell tadi menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni :

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver*)
- Media (*channel*)
- Efek (*effect, influence*). (Effendy, 1990: 10)

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

#### **2.1.2.1 Proses Komunikasi**

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

##### **1. Proses Komunikasi Secara Primer**

Proses komunikasi secara primer (*primery 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 (Effendy, 2015: 16).

##### **2. Proses Komunikasi Sekunder**

Proses komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alata atau sarana sebagai media

kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama (Effendy, 2015: 11).

#### **2.1.2.2 Tujuan Komunikasi**

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 adalah mengubah opini, pendapat, 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 ke empat 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 massal.

## 1. Jenis-Jenis Komunikasi

Dalam ilmu komunikasi menurut Deddy Mulyana terdapat beberapa jenis-jenis komunikasi seperti :

1. Komunikasi Massa, adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang .
2. Komunikasi Organisasi, adalah upaya pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi didalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi.
3. Komunikasi Antar Pribadi, adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan cara tatap muka (*face to face*).
4. Komunikasi Kelompok, adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil atau kelompok besar.
5. Komunikasi Politik, adalah proses penyebaran arti, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu system politik. (Mulyana, 2007: 81-83)

### **2.1.3 Tentang Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi terdapat beberapa jenis-jenis komunikasi, yang memiliki pandangan dan tujuan komunikasi tersebut di fungsikan, salah satunya yaitu 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 siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah besar (heterogen). Namun, komunikannya pun terdiri dari orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat social, dan lain sebagainya.

Untuk membahas tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Dalam mendefinisikan komunikasi massa, para ahli memiliki perbedaan dalam memberikan Batasan terhadap pengertian istilah ini.

Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., 1992 3), dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy 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 televise, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televise, 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”.

Menurut Effendy (2015: 20), komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar, radio, film dan televise. Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak.

Sementara itu, Djalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan :

“Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym, melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat” (Rakhmat, 2015: 187).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dan ditujukan kepada khalayak umum yang tersebar dengan suatu maksud tertentu.

### **2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik dalam setiap penyampaian pesannya, menurut Ardianto Elvinaro dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar, yaitu :

#### **1. Komunikasi Terlembaga**

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 ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

#### **3. Komunikannya Anonim dan Heterogen**

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), 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 dalam buku komunikasi massa karya Ardianto mengatakan bahwa keserempakan media massa sebagai keserempakan kontak dengan jumlah penduduk dengan jarak yang jauh dengan komunikatornya. Pesan yang disampaikan diterima secara serempak dalam waktu yang bersamaan.

#### 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.

#### 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 Indera Terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

#### 8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan factor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

### 2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Setiap yang dilakukan dengan komunikasi massa ada fungsi-fungsi dari komunikasi massa tersebut. Adapun menurut buku *Aneka Suara, Satu Dunia (Many Voices One World)*, dengan Mac Bride sebagai editornya, yang dikutip dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Effendy, 2015: 27) mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap system social :

#### 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 dan menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, 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 local.

## 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 *horizons* seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

#### 7. Hiburan

Penyebarluasan sinyal, symbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, komedi, olahraga, 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 dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

Dari beberapa fungsi komunikasi diatas, sebuah komunikasi massa akan berfungsi dengan baik jika seorang komunikator dapat menjalankan fungsi-fungsi tersebut.

Dalam buku Psikologi Komunikasi Djalaludin Rakhmat menjelaskan tentang fungsi komunikasi massa, yaitu :

1. Bersifat langsung, dengan arti komunikasi massa harus melalui media perantara.
2. Bersifat satu arah, dengan artian tidak ada *feedback* secara langsung dari komunikan kepada komunikator, dari pesan yang disampaikan.
3. Bersifat terbuka, artinya ditinjau untuk khalayak yang tidak terbatas dan bersifat anonim.
4. Mempunyai massa atau komunikan yang secara geografis tersebar atau dalam jarak yang berjauhan (Rakhmat, 2015: 187).

#### **2.1.4 Tentang Media Massa**

Media Massa (*Mass Media*) singkatan dari Media Komunikasi Massa dan merupakan *Channel Of Mass Communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi Massa singkatan dari Komunikasi Media Massa dan artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa (*communicating with media*).

Dalam menjalankan fungsinya, komunikasi massa menggunakan media massa sebagai alat penyampai pesan. Ada dua jenis media massa yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik.

#### **2.1.4.1 Media Cetak**

Media cetak adalah media yang terdiri dari lembaran kertas yang tertulis dengan sejumlah kata, kalimat, gambar, dan wacana yang ditata rapi serta berisikan berbagai macam informasi-informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, hiburan, tips, lapangan pekerjaan, bisnis, aspirasi, opini, promosi dan juga mengenai kejadian di dalam dan luar negara.

Hamundu (1999), media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dapat di temui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram yang diperlihatkan poster. Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televise. Secara umum media cetak di Indonesia terbagi menjadi 8 bagian, yaitu :

- Surat Kabar Harian
- Surat Kabar Mingguan
- Majalah Mingguan

- Majalah Tengah Bulanan
- Majalah Bulanan
- Majalah Dwibulanan
- Majalah Tribulanan

### **2.1.5 Tentang Surat Kabar**

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman.

Media tidak hanya sekedar penyebar informasi. Media memiliki sejumlah tanggung jawab ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi social dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi. Dalam masyarakat, media bergerak dengan ditandai oleh adanya penyebaran kekuasaan yang diberikan kepada individu, kelompok, dan kelas social secara tidak merata.

Proses media massa membeitakan informasi yang diperlukan masyarakat diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Dalam pasal 6 point (a) Undang-Undang tersebut dinyatakan masyarakat memiliki hak untuk mengetahui apa yang diperlukan dan dalam hal ini lembaga pers berkewajiban memenuhinya.

Salah satu media yang sering digunakan dalam membentuk persepsi realitas sebagaimana disebutkan di atas adalah surat kabar. Surat kabar telah lama di pergunakan untuk penyebaran informasi.

Sejalan dengan berjalannya waktu, surat kabar tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi saja, tetapi banyak fungsi yang dapat diberikan oleh surat kabar. Suwardi (1993) menjelaskan bahwa fungsi-fungsi dari surat kabar adalah sebagai berikut :

- a. Fungsi menyiarkan informasi, berbagi informasi dengan cepat dan akurat dapat disampaikan oleh surat kabar. Pembaca menjadi pembeli ataupun berlangganan surat kabar karena ingin mengetahui informasi apa yang terjadi di berbagai tempat di dunia.
- b. Fungsi mendidik, surat kabar secara tidak langsung memberikan fungsi Pendidikan pada pembacanya. Ini bias dibuat materi isi seperti artikel, *feature* dan juga tajuk. Materi tersebut disamping memberikan informasi juga menambah perbendaharaan pengetahuan pembacanya walaupun bobot pemahaman tiap pembaca berbeda-beda.
- c. Fungsi mempengaruhi, berita pada surat kabar secara tidak langsung mempengaruhi para pembacanya, sedangkan tajuk rencana dan artikel dapat memberikan pengaruh langsung kepada pembacanya. Pengaruh ini pada mulanya timbul dari persepsi pembaca terhadap suatu masalah yang kemudian membentuk opini pada pembacanya.

Menurut Suwardi (1993), umumnya isi dari suatu surat kabar terdiri dari berita utama yang terletak di halaman depan, berita biasa, rubric opini, reportase, wawancara, *feature*, iklan, cerita pendek, cerita bergambar, dan lain-lain. Semua komponen itu diramu sedemikian rupa agar pembaca tertarik membaca dan menjadi pelanggan setia surat kabar itu.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi dan berlangsung dengan melibatkan unsur-unsur sebagai berikut: sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa saluran atau media merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi. Saluran komunikasi sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu saluran personal dan saluran massa atau media massa yang kerap disebut dengan komunikasi massa.

#### **2.1.5.1 Karakteristik Surat Kabar**

Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup: *publisitas, perioditas, universalitas, aktualitas, dan terdokumentasi.*

##### **a. Publisitas**

Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran pada public atau khalayak (Effendy, 2015:72). Salah satu karakteristik

komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan itu penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi kriteria tersebut.

b. Perioditas

Perioditas menunjuk pada keteraturan terbitnya, bias harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat perioditas sangat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar.

c. Universalitas

Universalitas menunjuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian atau isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah social, ekonomi, budaya, agama, Pendidikan, keamanan, dan lain-lain.

d. Aktualitas

Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti ‘kini’ dan ‘keadaan sebenarnya’ (Effendy, 2015: 154). *Laporan tercepat* menunjuk pada ‘kekinian’ atau terbaru dan masih hangat. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk di laporkan, karena khalayak pun memerlukan informasi yang paling baru.

e. Terdokumentasi

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau di baru kliping.

### 2.1.6 Tentang 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 dakta 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 periodic. Sumber berita adalah fakta dan atau 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 bterjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi).

#### **2.1.6.1 Jenis-Jenis Berita**

Berita memiliki beberapa jenis, seperti yang di sebutkan dalam buku “Menulis Berita” karangan **Husnun N. 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 penting yang harus segera di sampaikan 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 imformatif. 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).

#### **2.1.6.2 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 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 ke-redaksional. 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 pada kerja, tetapi juga mempunyai ideologi profesional. Seperti

kerja professional lain. Wartawan dan orang yang kerja didalamnya mempunyai Batasan professional 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 professional 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 industry percetakan dan media.

#### **2.1.7 Tentang Analisis Framing**

Analisis *framing* merupakan perkembangan terbaru yang lahir dari elaborasi terus menerus terhadap pendekatan analisis wacana untuk menghasilkan suatu metode yang *up to date* dalam memahami media yang mutakhir.

Analisis *framing* merupakan suatu tradisi dalam ranah komunikasi yang mewujudkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis peran 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, actor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses komunikasi. Disini realitas social dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu (Eriyanto, 2002: 3).

Menurut GJ. Aditjondro (Sudibyo, 1999b: 165) mendefinisikan *framing* sebagai metode penyajian realitas di mana keberadaan tentang sesuatu kejadian tidak dilingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang memiliki konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sobur, 2004: 165)

Dalam ilmu komunikasi, konsep *framing* sering dipakai untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh

media massa. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan 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, penonjoloan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai perspektif (Sobur, 2004: 162).

**Tabel 2.2**

**Model-Model Analisi *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), <i>Moral Identification</i> (Evaluasi Moral), dan <i>Treatment Recommendation</i> (Saran Penanggulangan 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 framing dalam level individual. <i>Framing</i> dalam level kultural dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstruksi

	wacana. Dalam hal ini, <i>frame</i> memberikan petunjuk elemen-elemen isu mana yang relevan untuk diwacanakan, problem-problem apa yang memerlukan tindakan-tindakan politis, solusi yang pantas diambil, serta pihak mana yang legitimate dalam wacana yang terbentuk.
Murray Edelman	Dalam bukunya <i>Contestable Categories and Public Opinion</i> ia mensejajarkan <i>framing</i> sebagai kategorisasi, artinya pemakaian perspektif 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.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993)	Dalam tulisan mereka yang berjudul " <i>Framing Analysis: An Approach to New Discourse</i> " mengoperasionalkan empat dimensi structural teks berita sebagai perangkat <i>framing</i> , yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Sumber: Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi Ideologi dan politik Media*, Yogyakarta, LKIS : 2002

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

Model *framing* yang diperkenalkan oleh 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 alternative dalam menganalisis teks media.

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

**Tabel 2.3**

#### **Skema Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M.**

#### **Kosicki**

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

<b>Cara Wartawan Menekankan Fakta</b>	8. Grafis 9. Metafora	gambar/foto, grafik.
---	--------------------------	-------------------------

*Sumber: Alex Sobur. Analisis Teks Media. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2012.*

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) dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan maksud Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dengan 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 pyramid terbalik

yang dimulai dengan judul *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian atas ditampilkan lebih penting dibandingkan bagian bawahnya. Elemen sintaksis memberi 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 laporan 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, kategorisasi 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 ini 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.

## 2.2 Konstruksi Realitas

### 2.2.1 Konstruksi Realitas Media Massa

Istilah konstruksi sosial atas realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *“The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge”* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin 2008:13).

Ide dasar semua teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya memiliki pandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosial. Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan

oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial. (Bungin,2008:11)

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur di mana individu melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang bebas di dalam dunia sosialnya.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (Bungin, 2008:15)

Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahap. Pertama, eksternalisasi yaitu usaha pencurahan ekspresi diri manusia kedalam dunia atau ke tempat dimana ia berada, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Sudah menjadi sifat manusia untuk

terus menerus melakukan interaksi dengan lingkungan luarnya, sejak ia dilahirkan sampai dengan mati. Kedua, objektivitas yaitu hasil atau produk yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil tersebut menjadi realitas objektif yang bisa dihadapi manusia sebagai hasil produk tersebut. Ketiga, internalisasi, proses ini merupakan penerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran manusia sebagai subjektivitas individu yang dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan akan ditangkap sebagai gejala realitas yang dibuat kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat (Riyanto, 2002: 14-15).

Bagi Berger realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas, berwajah ganda/plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas sesuatu realitas.

Menurut Berger dalam Riyanto, realitas merupakan realitas subjektif sekaligus realitas objektif. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antara

individu dengan objek. Setiap individu mempunyai latar belakang sejarah, pengetahuan, dan lingkungan yang berbeda-beda yang bisa menghasilkan penafsiran yang berbeda ketika melihat dan berhadapan langsung dengan objek. Sebaliknya realitas itu juga mempunyai dimensi objektif sesuatu yang dialami, bersifat eksternal, berada diluar. Dalam perspektif konstruksi sosial, kedua realitas tersebut saling berdialektika, membentuk dan dibentuk masyarakat begitu untuk seterusnya (Eriyanto, 2002:17).

Dalam konteks berita, gagasan Berner mengenai konstruksi realitas memandang bahwa teks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas relitas. Berita dalam konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang nyata. Tetapi ia adalah produk interaksi wartawan dengan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas, wartawan bisa mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan hal itu bisa dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita.

### **2.2.2 Media dalam Pembangunan Demokrasi**

Pada dasarnya media massa tidak berada di ruang hampa, pada saat era kebebasan media massa dalam proses sejarah panjang terutama pasca 1998,

media berada pada posisi “antara”, berbagai kepentingan akan masuk dalam ruang media tersebut baik itu melalui pemiliknya ataupun dari pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan politik dalam suatu negara demokrasi, posisi strategis media massa dalam pembangunan demokrasi tidak bisa di tapikan mempunyai andil bergerak maju atau mundurnya demokrasi Indonesia (Adiyana Slamet, 2016 : 125)

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah memberikan arah bagi proses penelitian dan terbentuknya persepsi yang antara peneliti dan orang lain (dalam hal ini pembaca, atau orang yang membaca hasil penelitian) terhadap alur-alur berpikir peneliti dalam rangka membentuk hipotesis riset secara logis.

Analisis *framing* adalah metode untuk melihat cara media berberita 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 dirumuskan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian analisis *framing*. Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstuksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan social 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 alternative 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 konsttusionel dan inkonstitusionel, kebijakan politik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung, dsb (Eriyanto, 2005: XV).

Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrument 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 obyektivasu, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia. Manusia juga mempengaruhi realitas social yang obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia social. Dengan demikian, manusia dan masyarakat (komponen dan realitas social) saling

membentuk dan masyarakat bukanlah produk, tetapi sebagai yang terbentuk.

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

Berdasarkan konsep pembingkaiian/*framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M, Kosicki inilah, yang menjadi kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian mengenai pemberitaan Ridwan Kamil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018 di Harian Pagi Radar Bandung dan Tribun Jabar menampilkan berita mengenai Ridwan Kamil dalam PilGub, namun isi berita dari masing-masing media memiliki perbedaan dan pandangan masing-masing. Hal ini tergantung dari mana media tersebut mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga 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 Ridwan Kamil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018 di Harian Pagi Radar Bandung dan Tribun Jabar.

Berdasarkan kerangka pemikiran inilah, peneliti ingin bisa jadi memahami dan menentukan seperti apa Harian Pagi Radar Bandung dan Tribun Jabar dalam membingkai berita mengenai Ridwan Kamil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018. 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 Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki inilah peneliti berusaha mengkonstruksi berita mengenai Ridwan Kamil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018 di Harian Pagi Radar Bandung dan Tribun Jabar.