

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian sejenis yang telah dilakukan terlebih dahulu oleh para peneliti. Adapun metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode *framing* Robert N. Entman, dimana metode ini cocok digunakan untuk media massa, dalam hal ini media *online*. Penelitian terdahulu bermaksud sebagai referensi peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Adapun sumber penelitian terdahulu, pada tabel berikut:

**Tabel 2 1**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	<b>Tita Fitrihni Hermawan, Universitas Komputer Indonesia 2022</b>	Pembingkaiian Berita Pemaksaan Aborsi Oleh Aktor Korea Selatan Kim Seon-Ho (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Dimuat Pikiranrakyat.com Oktober 2021)	Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman	Pikiran Rakyat melakukan pembingkaiian mulai dari mendefinisikan keterlibatan aktor Kim Seon-Ho, menganggap aktor tersebut adalah pelaku utama sehingga memilih sudut pandang sebagai korban.	Pada penelitian terdahulu, Tita Fitrihni Hermawan mengambil pemberitaan Pemaksaan Aborsi Oleh Aktor Korea Selatan Kim Seon-Ho sedangkan peneliti menganalisa Berita Mengenai Kendaraan Listrik Di Indonesia

2.	<p><b>Agus Suprayitno, M. Erza Aminanto, Lin Yola, Universitas Indonesia 2022</b></p>	<p>Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Wacana Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Media Elektronik.</p>	<p>Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman</p>	<p>Media <i>online</i> Kompas.com dan Tempo.co menggambarkan dua sisi <i>framing</i> terhadap berita wacana kenaikan BBM. Pemberitaan dengan <i>tonality positif</i> dilakukan oleh Kompas.com dengan mengedepankan narasi bahwa keputusan kenaikan harga BBM ini adalah langkah sulit, namun kebijakan tersebut harus mau tidak mau diambil oleh pemerintah. Di sisi lain, Tempo.co membuat <i>framing</i> negatif terhadap isu kenaikan harga BBM. Berdasarkan hasil analisis, <i>framing</i> ini dibentuk sebagai masukan kritis atas dasar pertimbangan dampak ekonomi dan</p>	<p>Penelitian terdahulu, Agus Supriyanto, M. Erza Aminanto dan Lin Yola, melakukan analisis berita wacana kenaikan harga BBM di media Kompas.com dan Tempo.co. Sedangkan peneliti melakukan analisis berita mengenai Kendaraan Listrik Di Indonesia pada media PikiranRakyat.com.</p>
----	---	--	--	--	---

				sosial yang akan dirasakan oleh masyarakat akibat dari kenaikan BBM..	
3.	<b>Muzakkir, Universitas Teuku Umar 2017</b>	Analisis <i>Framing</i> Dalam Pemberitaan Media.	Penelitian menggunakan analisis <i>framing</i> dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Kemudian menggunakan <i>discourse analysis</i> (analisis wacana)	Pemberitaan di Surat Kabar Harian Serambi, Kompas dan Republika dalam menggemas berita berbeda. Kompas dan Republika memilih pandangan dan frame yang berbeda dalam melihat masalah dan Operasi Darurat Militer (DOM) di Bumi Cut Nyak Dhien. Melalui skema dan konsep framing dalam teks berita, menyimpulkan jenis pemberitaan Kompas jurnalisme perang. Sementara Republika melakukan jurnalisme damai.	Pada penelitian terdahulu, Muzakkir melakukan analisis pemberitaan mengenai Operasi Darurat Militer di Aceh, sedangkan peneliti melakukan analisis pemberitaan mengenai kendaraan listrik di Indonesia.  Penelitian Muzakkir juga dilakukan pada media massa surat kabar, sedangkan peneliti melakukan analisis pada media <i>online</i> .

Sumber : Peneliti, 2023

## 2.2 Tinjauan Pustaka

### 2.2.1 Tinjauan Komunikasi

#### 2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologis merupakan terjemahan dari bahasa Inggris Communication, komunikasi berasal dari bahasa latin communis yang berarti sama. Berkomunikasi berarti berdiri di atas dasar yang sama “kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada hakekatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang menyampaikan pesan) secara sama atau sesuai untuk sebuah pesan (Solihat et al., 2015:1).

Pemahaman komunikasi menurut R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken memiliki tiga paham komunikasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana,2002 dalam Rismawaty et al., 2014 : 66) Pada proses komunikasi, manusia selain menjadi sumber dan komponen penyampai, juga sekaligus sebagai penerima pesan sehingga diperlukan alat media/saluran. Agar komunikasi dapat efektif diperlukan kondisi-kondisi yang tepat antara sumber,

saluran, dan penerima. (Isnawijayani, 2019:2) Untuk dapat memahami komunikasi secara menyeluruh dan mudah, peminat komunikasi umumnya menggunakan pengertian komunikasi menurut Harold Lasswell, yaitu dengan menjawab pertanyaan *who says what in which channel to whom with what effect* atau siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa.

### **2.2.1.2 Fungsi Komunikasi**

Fungsi Komunikasi menurut Harold D. Laswell adalah *The Surveillance Of The Environment* yaitu untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian dalam suatu lingkungan (dalam media massa hal ini sebagai penggarapan berita), *The Correlation Of Correlation Of The Parts Of Society In Responding To The Environment* yaitu interpretasi terhadap informasi mengenai lingkungan (dapat diidentifikasi sebagai tajuk rencana atau propaganda), *The Transmission Of The Social Heritage From One Generation To The Next*, dalam hal ini *transmission of culture* difokuskan pada kegiatan mengomunikasikan informasi, nilai, dan norma sosial dari satu generasi ke generasi lainnya (Solihat et al., 2015:4-5)

Fungsi komunikasi menurut Onong Uchajana Effendi dalam buku *Dimensi-dimensi Komunikasi* adalah *Public Information* (Memberikan informasi kepada masyarakat), *Public Education* (mendidik masyarakat), *Public Persuasion* (mempengaruhi masyarakat), *Public Entertainment* (menghibur masyarakat). (Solihat et al., 2015:5-6)

### 2.2.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menjadi salah satu komunikasi yang ada dalam kehidupan manusia yang muncul bersamaan dengan lahirnya alat-alat mekanik yang mampu menggandakan pesan-pesan komunikasi. Secara etimologi, komunikasi massa diadopsi dari bahasa Inggris "*mass communication*", yang berarti komunikasi yang menggunakan media massa (Mogot, 2021).

Banyak definisi komunikasi massa yang para ahli kemukakan, banyak ragam dan penekanan. Namun ada benang merah kesamaan definisi satu dan lainnya. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media massa dan elektronik) (Nurudin, 2014:4)

Berlo (1968) seperti dikutip Yuni Mogot pada bukunya *Manajemen Surat Kabar*:

"Kata "massa" dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekadar "orang banyak", seperti orang-orang

yang sedang mengerumuni penjual obat atau orang-orang yang sedang bersama-sama berhenti menunggu dibuka pintunya pintu lintasan kereta api. Pengertian "massa" di sini bukan sekadar orang banyak di suatu lokasi yang sama. Massa di dalam komunikasi kita artikan sebagai "meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran" (Berlo dalam Mogot, 2021:1-2)

### 2.2.3 Pengertian Media Massa

Secara etimologi, media massa berasal dari bahasa latin "medium"; media (jamak); yang secara harfiah berarti pertengahan, tengah atau, pusat. Kata "media" di dalam Kamus Besar Inggris Indonesia (KBII) mengacu pada bentuk tunggal-nya "medium", di mana terdapat banyak makna yang diberikan. Namun arti dari kata media yang sesuai dengan kajian komunikasi adalah media dalam arti "perantara", atau alat jalur (*of communications*). Kosakata bahasa Inggris "mass" merupakan adopsi begitu saja dari bahasa Latin, baik dalam bentuk tunggal maupun jamaknya yang berarti kelompok atau kumpulan yang tak terhitung banyaknya. Didalam lingkup Ilmu Komunikasi, media massa berarti alat jalur dari komunikasi (yang digunakan massa), atau perantara yang mempertemukan seseorang dengan orang lain, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi (Putra, 2007 dalam Mogot, 2021:10)

Media massa merupakan alat komunikasi yang secara serentak dan cepat menyebarkan informasi kepada khalayak yang luas dan heterogen. Dibandingkan dengan alat komunikasi lainnya,

keunggulan media massa adalah dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan informasi hampir secara instan dalam waktu yang tidak terbatas. Kekhasan untuk dapat membedakan antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal terletak pada penerima (*audiens*) informasi tersebut. Pada awal perkembangannya, komunikasi massa sebagai suatu penelitian ilmiah dimaknai dalam masyarakat massa sebagai khalayak komunikasi. Konsep masyarakat massa memang merupakan istilah yang sering digunakan dalam bidang sosiologi untuk menggambarkan masyarakat dan lembaga-lembaganya di negara-negara industri maju. (Nurudin, 2007)

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Kini media massa *online* menjadi media massa yang mudah dijangkau karena masyarakat bisa memperoleh berita dengan mudah dan cepat.

#### **2.2.4 Pengertian Media *Online***

Menurut definisi, media *online* (*online* media) disebut juga *cybermedia* (media siber), internet media (media internet), dan media baru (*new* media) dapat diartikan sebagai media disajikan secara *online* di website. Pedoman Pemberitaan Media Siber

(PPMS). yang diterbitkan oleh Dewan Pers mendefinisikan media siber sebagai “Semua bentuk media menggunakan internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi Kepatuhan terhadap Hukum Pers dan Peraturan Perusahaan Pers ditetapkan oleh Dewan Pers”. Media *online* dapat dianggap sebagai media “generasi”. ketiga” setelah media cetak, surat kabar, tabloid, majalah, buku dan media elektronik radio, televisi dan film/video. Media *online* merupakan produk dari jurnalisme *online* atau *cyberjournalism*, didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui Internet” (Romli, 2020:34)

Media baru adalah penyederhanaan istilah untuk bentuk media di luar kelima media massa konvensional, televisi, radio, majalah, surat kabar dan film. Ciri media baru adalah cair, konektivitas individu dan menjadi sarana membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun, 2006 dalam Romli, 2020:35)

Teknisnya adalah media *online* merupakan media massa menggunakan telekomunikasi dan multimedia (computer dan internet. Termasuk portal, *website* (situs web, blog, dan media sosial), radio *online*, TV *online*, dan email.

Media *online* memiliki karakteristik yaitu:

1. Multimedia

Dapat mengunggah atau melihat berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafik dan gambar secara bersamaan.

2. Aktualitas

Berisi informasi faktual untuk kenyamanan dan kecepatan layanan.

3. Cepat

Setelah diterbitkan atau diunggah, Anda dapat langsung melakukannya dapat diakses oleh semua.

4. *Update*

Informasi dapat diperbarui cepat baik dari segi isi maupun redaksional, misalnya salah ketik/ejaan. Kami belum menemukannya istilah “kesalahan” di media online seperti yang sering muncul di cetak. Informasi juga ditransmisikan terus menerus.

5. Kapasitas Luas

Halaman web dapat berisi skrip sangat panjang

6. Fleksibilitas

Mengunggah dan mengedit skrip dapat dilakukan kapan saja dimanapun dan kapanpun, bahkan program publish (update) pun bisa melakukannya kapan saja, kapan saja.

7. Luas

Jangkau semua orang dengan akses Internet.

## 8. Interaktif

Dengan layanan komentar dan kolom obrolan tanpa ruang

## 9. Terdokumentasi

Informasi tersimpan di arsip, dapat ditemukan kembali melalui link, artikel terkait, dan fasilitas cari (*search*)

## 10. *Hyperlinked*

Terhubung dengan sumber lain dimana saling berkaitan satu dan lainnya dengan topik yang dibahas.

(Romli, 2020:37-38)

## 2.2.5 Pers

### 2.2.5.1 Pengertian Pers

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” memaparkan bahwa pers adalah :

“Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala: surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televisi, film dan media on line internet. Pers dalam arti luas disebut media massa” (Sumadiria, 2008 :)

Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers No. 40

Tahun 1999, yang terdapat di buku Sumadiria yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menyatakan bahwa pers adalah:

“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, 2008)

#### 2.2.5.2 Fungsi Pers

Fungsi pers menurut pakar ilmu komunikasi , Mahi M . Hikmat dalam bukunya yang berjudul “Etika dan Hukum Pers” ada empat fungsi pers :

1. *To Inform* (Informatif). Fungsi informasi adalah untuk menyediakan informasi atau berita kepada masyarakat secara tertib. Pers mengumpulkan informasi yang dianggap berguna dan penting bagi publik, dan menuliskannya dalam kata-kata, kemudian merilisnya ke publik. Semua informasi yang disampaikan jelas harus memenuhi kriteria dasar sebuah berita, yaitu terkini, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap, jelas, adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis, dan lainnya. Dalam prinsip jurnalistik, syarat utamanya adalah berita sering dirumuskan dalam 5W + 1H (*what, who, where, when, why, dan how*). Berita atau informasi dianggap lengkap jika Keenam pertanyaan itu dijawab dengan lengkap.

2. *To Educate* (mendidik). Dalam konsep yang ideal, itu memberikan informasi yang dikeluarkan oleh pers dapat berfungsi sebagai pendidikan bagi masyarakat khususnya pembaca, pendengar atau pemirsa. Dalam konteks ini, fungsi pendidikan pers berarti pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Informasi itu dirilis oleh pers benar-benar memiliki dampak positif, baik kognitif, afektif dan psikomotorik pembaca, pendengar, dan publik. Bahkan dengan fungsi tersebut, pers harus mampu berperan sebagai guru yang memberikan penjelasan kepada siswanya (pembaca, pendengar, pemirsa). Pers melaporkan berita setiap hari, memberikan gambaran atau analisis berbagai peristiwa kecenderungan yang terjadi dan berperan dalam hereditas nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar kebangsaan dan konten budaya lokal dari satu generasi ke generasi lainnya.
3. *To Entertain* / Penghibur. Aspek ketiga lebih melekat pada media elektronik: radio dan televisi. Bahkan sebelum kehadiran televisi dan radio yang berisi pemberitaan, fungsi hiburan itu adalah fungsi utama. Walaupun begitu bagi sebagian media besar

elektronik, ampai saat ini fungsi menghibur tetap merupakan fungsi yang dominan. Bahkan kalau di persentasekan sebagian besar televisi dan radio menjalankan fungsi hiburannya di atas 80% dari 100% acara yang mereka tayangkan.

Memang, peran ini menuntut pers mampu melakukannya terlihat seperti kendaraan rekreasi yang menyenangkan serta sehat bagi seluruh lapisan masyarakat khususnya bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Di media cetak, fitur menyenangkan ini juga dilengkapi dengan mengunggah cerita baik itu nyata dalam bentuk film layar lebar maupun fiksi dalam bentuk cerita pendek atau cerita bersambung, puisi, berita hiburan, berita tentang selebriti, humor, komik dan sebagainya.

4. *To Influence* (kontrol sosial). Pers adalah bagian yang ikut berkontribusi sesuai dengan visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah. Pers berfungsi sebagai kontrol kehidupan berbangsa dan bernegara. Di Indonesia, melahirkan pers sebagai institusi kekuatan keempat dalam konsep pemisahan kekuasaan Montesquieu atau dalam sistem pembagian kekuasaan seperti di Indonesia.

Untuk untuk ini pers mendapat julukan *fours estate* pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif.

Dalam hal ini, adalah kehadiran pers mengawasi atau mengontrol legislatif, eksekutif dan peradilan agar kekuasaannya tidak menjadi korup dan absolut. Di negara-negara yang menganut demokrasi, pers menjalankan fungsi pengawasan terhadap pemerintah dan masyarakat. Pers juga harus independen menjaga jarak yang sama dari semua kelompok dan organisasi yang ada.(Hikmat, 2011)

## 2.2.6 Berita

### 2.2.6.1 Pengertian Berita

*News* (berita) adalah laporan tentang sesuatu peristiwa atau kejadian terkini (aktual); laporan fakta aktual, mencolok, dianggap penting atau luar biasa.

Definis berita menurut Assegaf sebagaimana dikutip oleh Isnawijayani dalam bukunya *Menulis Berita di Media Massa & Produksi Feature*

“Berita dapat didefinisikan sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Assegaff, 1983 dalam (Isnawijayani, 2019 :75)

### 2.2.6.2 Unsur-Unsur Berita

Bagian tubuh berita dan teras berita (bila ada) diharapkan hanya mengandung unsur-unsur yang berupa fakta, unsur factual, dengan meminimalisir unsur nonfactual yaitu opini. “Fakta” dalam kerja jurnalistik terurai menjadi enam unsur yang biasa diringkas dalam sebuah rumusan 5W+1H

1. *What*: apa yang terjadi dalam suatu peristiwa?
2. *Who*: siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut?
3. *Where*: dimana terjadinya peristiwa tersebut?
4. *When*: kapan terjadinya peristiwa tersebut?
5. *Why*: mengapa peristiwa tersebut terjadi?
6. *How*: bagaimana peristiwa tersebut terjadi?

(Isnawijayani, 2019: 78)

### 2.2.6.3 Nilai Berita

Sebuah berita tentu saja memiliki nilai berita (news values). Sebuah peristiwa baru dianggap bernilai untuk diberitakan apa bila mengandung mengandung salah satu atau beberapa nilai berita berikut :

1. Objektif : berdasar fakta, tidak memihak.
2. Aktual: terbaru, belum “basi”
3. Luar biasa: besar, aneh, janggal, tidak umum.

4. Penting: memiliki dampak bagi orang banyak, atau menyangkut orang penting/terkenal.
5. Jarak: familiaritas, kedekatan (geografis, kultural, psikologi). (Kris: 2005 dalam (Isnawijayani, 2019: 77)

### 2.2.7 Pengertian Analisis *Framing*

Analisis *framing* sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya itu pastinya melalui proses konstruksi. Pada analisis *framing* yang dapat dilakukan pertama yaitu melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Peristiwa dipahami bukan sesuatu yang pasti, namun wartawan dan media adalah yang aktif membentuk realitas sesuai pembingkaiannya mereka. (Eriyanto, 2008: 7)

“Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, 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, 2008: 37)

Analisis *framing* menurut para ahli :

**Tabel 2. 2**  
**Definisi *framing* menurut para ahli**

<b>Robert N. Entman</b>	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain
<b>William A. Gamsom</b>	Cara bercerita atau gugusan ide ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan kontruksi makna peristiwaperistiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkontruksi makna pesanpesan yang ia terima.

<p><b>Todd Gitiin</b></p>	<p>Strategi bagaimana realitas/ dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.</p>
<p><b>Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki</b></p>	<p>Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.</p>
<p><b>David E. Snow and Robert Benford</b></p>	<p>Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam</p>

	kata kunci tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu
<b>Amy Binder</b>	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan membeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

Sumber : (Eriyanto, 2008: 67- 68)

### 2.2.7.1 Analisis *Framing* Robert N. Entman

Menurut Entman, *framing* adalah bagaimana teks komunikasi yang disajikan dan representasi yang ditampilkan secara menonjol mempengaruhi khalayak. Menurutnya *framing* bisa digunakan untuk meneliti beberapa konsep tertentu, seperti:

1. Otonomi khalayak, bagaimana khalayak menafsirkan dan mengkode simbol dan pesan yang diterima. Bagaimana sebuah teks dibaca secara dominan oleh khalayak, dan kenapa teks dibaca

dengan cara pandang tertentu dan bukan dengan cara yang lain.

2. Praktik jurnalistik. Ranah penelitian ini misalnya melihat bagaimana *frame* mempengaruhi kerja wartawan. Apa yang diperhatikan oleh wartawan pertama ketika ia meliput peristiwa, kenapa ia melihat aspek tertentu, alasan apa yang menyebabkan ia melihat dengan cara tertentu dan bukan dengan cara lain. Bagaimana wartawan membuat satu informasi lebih penting dan menonjol dibandingkan informasi lain, faktor-faktor apa yang menyebabkannya, dan sebagainya.
3. Analisis isi, dalam analisis isi tradisional, yang diukur oleh peneliti adalah bagaimana kecenderungan pemberitaan suatu media, apakah positif ataukah negatif, dari suatu teks. Di sini teks dipandang sebagai sesuatu yang linear. Sama sekali tidak diperhatikan bahwa dalam teks ada penonjolan yang mempengaruhi pembacaan atas suatu teks.
4. Pendapat umum, penelitian dalam ranah ini sangat banyak, misalnya dalam jajak pendapat, bagaimana pertanyaan yang disusun dengan *frame* tertentu mempengaruhi jawaban khalayak. Atau bagaimana

seorang kandidat atau politisi yang mengemas isu dalam cara tertentu dan menonjolkannya, berpengaruh terhadap persepsi khalayak atas suatu isu. Dan bagaimana kalau isu ditonjolkan dan dikemas dengan cara lain akan berbeda pandangan khalayak (Eriyanto, 2008: 184)

Dalam konsep Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Entman menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Sehingga *framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain (Eriyanto, 2008: 188)

**Tabel 2. 3**  
**Model Framing Robert N. Entman**

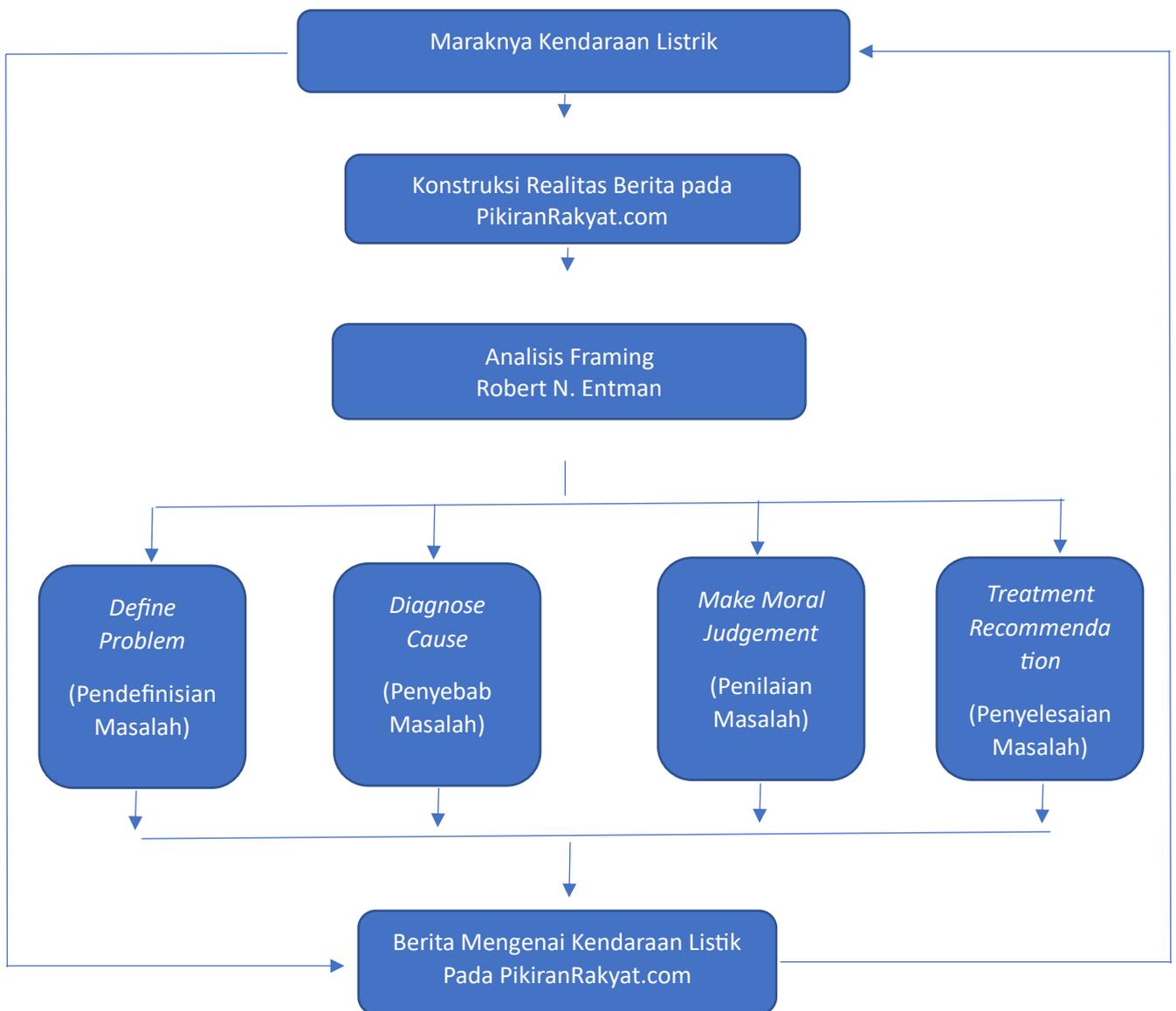
<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah/sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi masalah?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber (Eriyanto, 2008: 188-189)

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut gambaran peneliti bagaimana penelitian kerangka karangannya berjalan.

**Gambar 2. 1**  
**Mode Alur Kerangka Pemikiran**



Sumber: Peneliti, 2023

Dari gambar skema kerangka pemikiran diatas, dapat digambarkan kerangka pemikiran yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini. Adapun penjelasan mengenai kerangka diatas:

1. Kendaraan listrik, menjadi topik utama yang ramai diperbincangkan dan mulai menarik perhatian masyarakat. Pemerintah sendiri juga masih memperkenalkan kendaraan listrik guna mendukung peralihan dari energi gas alam (bahan bakar bensin) ke energi listrik.
2. Konstruksi realitas berita sebagai teori atau kerangka pemikiran teoritis dasar pada analisis *framing* dalam penelitian. Khususnya konstruksi realitas berita pada PikiranRakyat.com
3. Analisis *framing* Robert N. Entman, digunakan wartawan atau redaktur dalam pembuatan berita dan membaginya menjadi empat elemen identifikasi masalah sebagai berikut :
  - a. *Define Problem* (Pendefinisian Masalah)
  - b. *Diagnose Cause* ( Penyebab Masalah)
  - c. *Make Moral Judgement* (Penilaian Masalah)
  - d. *Treatment Recommendation* (Penyelesaian Masalah)
4. Berita sebagai hasil pekerjaan wartawan atau redaktur. Proses ini menjadi hal utama pada penelitian, yaitu berita yang dibuat oleh wartawan.

Pada kerangka pemikiran ini, peneliti berfokus pada hasil berita terkait adanya kendaraan listrik. Berita yang disebarluaskan akan dibaca oleh khalayak, disini peran media sangat penting untuk menunjukkan realitas terkait kendaraan listrik. Maka penting atau tidaknya sebuah berita, semua

tergantung pada penekanan media massa dalam memberitakan suatu peristiwa. Realitas konstruksi yang dibangun media massa, akan berdampak pada pembacanya yang akan memiliki realitas serupa dengan yang dibangun oleh media massa