BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *comunication* bersumber dari kata komunis yang berarti sama. Sama disini dimaksudkan adalah satu makna jika orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan yakni si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002:9).

Menurut Carld Hovland, pengertian komunikasi adalah "Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukaan pendapat dan sikap" (Effendy, 2002:10). Hovland mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public Attitude*). Hovland juga mengatakan komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communication is the proses to modify the behafavior of the other individuals*).

Berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegitan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Hal itu terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan –pesan harus benar – benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

Menutur schramm (1955) menyatakan bahawa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*). Yaitu panduan pengalaman dan pengertian (*collection of expreinces and menanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunkator kepada komunikan, pesan itu berupa gagasan, informasi, opini dan lain –lain.

2.2 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komnikasi melalui media massa (Media cetak dan elektronik). untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memilki ciri tersendiri. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikais dari benrbagai sudut pandang, sepertih halnya Effendy (1993) mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa moedrn, seperti surat kabar, radio, film dan televisi. Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serntak. Akibatnya terciptalah global village dimana setiap kejadian yang terjadi di suatu negara dalam beberapa saat bisa diketahui oleh masyarakat di dunia.

Saat ini tanpa disadari dalam kejadian kehidupan sehari-hari kita tidak akan mungkin lepas dari terpaan media massa. Banyak tindakan yang kita lakukan berdasarkan informasi yang diberikan media massa. Termasuk berbagai kebutuhan sehari –hari juga diplih oleh media massa. Menurut Dennis McQuail

dalam karya ilmiah Aurora, selain sebgai industri media berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan dalam pengertian tata cara, mode , gaya hidup, dan norma – norma. Media menjadi sumber dominan bagi individu dan masyarakat untuk memperoleh gambaran an citra realitas sosial. Oleh karena itu tak heran jika sekarang sering di sebut dengan abad komunikasi massa. Sebab, selain komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu menyampaikan pikiran dengan jutaan pikiran maunasia secara serentak, sehingga media suadah melekaat dalam kehidupan masnusia sehari –hari.Banyak ddia natara para ahli mendefinisikan komunikasi massa.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bitnner dalam Rahmat yang mengatakan "*Mass communication is massages communicated though a mass medium to a large of people*" (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang). Dapat disipilkan komunikasi massa adalah salah satu bentuk penyampian pesan dengan menggunakan media. Komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa melalui siap dan golongan mana pesan tersebut diterima dan ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media. Sejalan dengan perkembangannya media massa dibagi menjadi dua bagian yakni media cetak dan media elektronik. Berikut adalah penjelasannya :

2.2.1 Media Cetak

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 televisi.

Secara umum media cetak di Indonesia di kalsifikasikan menjadi 8 bagian, yakni :

- Surat Kabar Harian
- Surat Kabar Mingguan
- Majalah Mingguan
- Majalah Tengah Bulanan
- Majalah Bulanan
- Majalah Dwibulanan
- Majalah Tribulanan
- Buletin

2.2.2 Media Elektronik

Dengan kemunculan media cetak, langkah aktivitas komunikasi mulai menanjak cepat. Apalagi dengan adanya penemuan telegrap, semua menjadi lebih kenyataan. Walaupun bukan sebagai media massa komuniksi, peralatan ini menjadi elemen penting bagi akumulasi teknologi yang pada akhirnya akan mengarahkan masyarakat memasuki era media massa elektronik. Beberapa dekade terakhir, percobaan – percobaan yang dilakukan telah membawa kesusksesan untuk memasuki era dunia *motion picture* mejadi bentuk hiburan.

Pada permulaan abad ke-20, masyarakat barat melakukan percobaan mengembangkan teknik komunikasi yang luas pada tahun 1920-an dengan pengembangan radio dan tahun 1940-an dengan dimulainya televise (Nurdin, 2003 :57).

Seketsa singkat peralihan utama dalam kemampuan berkomunikasi menunjukan dua factor. Pertama, “revolusi” komunikasi sedang terjadi sepanjang keberadaan manuasia. Masing masing menyediakan alat perubahana penting yang dapat membawa untuk memikirkan diri manusia. Kedua, pertumbuhan media massa terlah terjadi dengan sangat luar biasa akhir- akhir ini. Apa lagi setelah muncul komunikasi dengan menggunakan satelit.

Secara umum media elektronik adalah media *audio visual*, dimana media tersebut pengembangan dari dampak teknologi yang dikembangkan oleh manusia. Sehingga informasi pun akan kebutuhan pesan dapat diterima dengan jelas, cepat dan akurat.Acara yang disiarkan oleh media elektronik tidak lagi direkam, melainkan banyak yang disiarkan secara langsung.

Munculnya internet sebagai media bentuk komunikasi massa baru untuk saat ini yang membawa pengaruh yang tidak sedikit pula pada kebutuhan akan inormasi. Internet telah mengambil peran revolusi komunikasi yang kian kompleks. Sehingga semua dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan di sederhanakan, walaupun selalu terdapat konsekuwnsi dampak yang di timbulkan dari peran media komunikasi elektronik ini. Untuk saat ini media elektronik yang berkembang saat ini adalah Radio, Televisi, dan Internet.

2.3 Tinjauan Surat Kabar dan Pers

Secara harfiah, *pers* berarti *cetak* dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak. Pemahaman ini diambil dari bahasa pers itu sendiri, yaitu pers yang berasal dari bahasa Belanda yang artinya adalah *cetak.* Sementara dalam bahasa Inggris pers berasal dari kata *press* yang artinya *tekan.* Namun pada perkembangan selanjutnya istilah pers meluas menjadi segala macam bentuk penerbitan, baik itu media massa elektronik maupun cetak, yang dalam kegiatannya melakukan segala bentuk kegiatan jurnalistik.

Jurnalistik itu sendiri secara bahasa mempunyai pengertian lain. Secara etimologis, kata jurnalistik yang dalam bahasa Inggrisnya ditulis *journalism* sebagaimana kutipan Alex Sobur dalam diktat kuliah *Dasar Jurnalistik*, diambil dari bahasa Perancis yang berarti *Surat Kabar* (Sobur, 2000 : 1).

Sedangkan sumber utamanya diambil dari kata bahasa latin yaitu *diurna*, yang berarti *tiap hari* atau *catatan harian.* Kata ini berkaitan erat dengan *diurnarii* yang memiliki arti *pencatat.*

Sejalan dengan hal ini, Adinegoro mengatakan dalam buku *Pengantar Ilmu Publisistik*, karya M.O palapah & Atang Syamsudin, seperti dikutip oleh Alex Sobur dalam diktat *Dasar Jurnalistik*-nya, bahwa pengertian jurnalistik itu adalah *"Kepandaian karang-mengarang yang pokoknya untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya"*(dalam Sobur, 2000 : 1).

Sementara itu, Roland E. Wolseley dan Laurence R. Campbell dalam bukunya *Exploring Journalism*, seperti dikutip pula dalam *Dasar Jurnalistik*-nya Alex Sobur, mengartikan jurnalistik sebagai *"Penyebaran informasi untuk publik yang sifatnya sistematis dan dapat dipercaya melalui media komunikasi massa modern"* (dalam Sobur, 2000:1).

Dari berbagai literatur mengenai pengertian-pengertian jurnalistik ini tadi, maka kemudian praktisi maupun akademisi komunikasi menggeneralisasikan pengertian jurnalistik secara umum, yaitu kegiatan mengumpulkan, mengolah, serta menyebarkan pemberitaan kepada publiknya dalam waktu yang cepat kepada jumlah audiens yang sebanyak-banyaknya.

Apa pun definisinya, secara kasar orang mengartikan kegiatan jurnalistik sebagai sebuah proses penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Media inilah yang kemudian disebut orang sebagai pers.

Bicara mengenai pers, orang akan selalu mengaitkannya dengan istilah yang selalu mengiringinya, yaitu *obyektif*. Pers obyektif, akan kerap kita dengar manakala kita tengah mengangkat dan membicarakan tentang dunia pers itu sendiri. Namun sebelum kita melangkah jauh kepada wacana pers obyektif ini, alangkah baiknya kita ketengahkan kembali pengertian pers itu secara mendasar.

Istilah *pers* berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggrisnya berarti *press*. Secara harfiah pers berarti cetak, secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publications*). Kemudian dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yaitu pers

dalam *arti luas* dan pers dalam *arti sempit.* Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk juga diantaranya media massa elektronik, radio siaran dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam arti sempit, terbatas pada media cetak, yaitu surat kabar, majalah, dan buletin kantor berita (Effendy, 2002 : 145).

Pers seharusnya adalah lembaga sosial yang *independent*. Ia tidak boleh membawa suatu kepentingan tertentu, dan ia tidak boleh berada dalam tekanan orang per orang atau lembaga-lembaga lainnya. Sebagaimana diungkap Totok Djuroto, dalam karyanya *Manajemen Penerbitan Pers*, bahwa pers sebagai sebuah lembaga, intensitasnya berdiri sendiri. Ia hidup di tengah-tengah masyarakat, tetapi bukan bagian dari masyarakat itu. Ia berada dalam satu negara, tetapi bukan bagian dari pemerintahan negara itu. Pers dikenal sebagai "lembaga kemasyarakatan" (Djuroto, 2000 : 5).

Media pers, dewasa ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan bergulirnya proses reformasi pada tahun 1998 lalu. Bahkan ada juga yang beranggapan bahwa dewasa ini pers tumbuh dan berkembang secara *sporadis.* Dengan nada yang cenderung mengarah kepada hal-hal yang negatif, pendapat ini juga mengungkapkan bahwa pertumbuhan dan perkembangan pers tersebut bergerak secara tidak terkontrol, yang pada gilirannya nanti akan banyak menimbulkan kekhawatiran. Kekhawatiran semacam ini dapatlah kita pahami, mengingat salah satu dari beberapa fungsi pers adalah kekuatan untuk mempengaruhi.

Sesungguhnya fungsi inilah yang kemudian menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, bahwa Napoleon pada masa jayanya pernah berkata bahwa ia lebih takut kepada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan senapan bersangkur terhunus. Sudah tentu surat kabar yang ditakuti ini ialah surat kabar yang independent, yang bebas menyampaikan pendapat, bebas melakukan *social control*, dan bukan surat kabar yang membawakan *his masteris voice.* Fungsi mempengaruhi dalam surat kabar ini, secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel (Effendy, 2002 : 150).

Wacana pers obyektif ini atau pers yang *independent* dalam bahasanya Onong Uchjana Effendy tersebut, mengemuka disebabkan oleh sebagian pengelola pers itu sendiri yang keluar dari jalur tujuan pendirian lembaga penerbitan. Banyak dari sebagian para pengelola lembaga pers kita, yang memantapkan tujuan pendirian penerbitannya hanya sekedar untuk kepentingan komersial semata, tanpa menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas yang ada dalam ruang lingkup kegiatan-kegiatan pers. Maka diusunglah wacana pers obyektif sebagai sebuah bentuk perlawanan dari *gerakan* pers komersial dan lagi memihak, dengan harapan terwujudnya pers ideal yang menjadi harapan masyarakat. Meskipun, masih banyak pertentangan mengenai pers yang obyektif tersebut.

Surat kabar sebagai pemberi informasi karena dengan pemberitaan-pemberitaan yang menggambarkan segala sesuatu yang sedang berlangsung disekitarnya ini akan memberikan titik terang kepada para pembaca tentang apa

yang terjadi atau peristiwa yang sedang berlangsung disekitarnya. Hal ini sejalan dengan surat kabar yaitu memberi kabar kepada masyarakat.

Adapun ciri-ciri pers atau surat kabar menurut Effendy dalam ilmu teori dan filsafat komunikasi adalah

1. Publisitas atau penyebaran kepada publik atau khalayak, sehingga surat kabar bersifat umum sesuai dengan kepentingan umum dan memenuhi kepentingan khalayak.
2. Periodisitas ata periodik, pers selalu terbit secara periodik dalam kurun waktu tertentu.
3. Universalitas (universality), surat kabar adalah kesemestaan isinya. Isi surat kabar terdiri dari berbagai macam informasi yang bisa memenuhi kebutuhan khalayaknya yang mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda.
4. Aktualitas (actuality) merupakan ciri dari surat kabar yang keempat mengenai berita yang akan diberikan kepada khalayak. Aktualitas menurut kataasalnya berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Berita yang disiarkan oleh surat kabar adalah berita yang baru tanpa mengeyampingkan kebenaran beritanya.

2.3.1 Fungsi Pers

Sebagai lembaga kemasyarakatan (sosial institution) tentu memduduki tempat tertentu dalama masyarakat. Empat fungsi pers adalah sebagai berikut :

1. *To inform* (Informatif)

fungsi pers yang pertama ini merupakan fungsi utama dalam pers yakni, memberikan informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar lengkap, utuh, jelas, jernih, jujur, adil, berimbang, relevan, bermanfaat,etis dan syarat berita lainnya.

2. *To educate* (Mendidik)

dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar atau penonton. Dalam konteks ini funsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam menyampaikan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Ilmu yang disebar luaskan memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif maupun pisikomotorik publik, sehingga dengan fungsi ini pers dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencarahan kepada muridnya.

3. *To entertaint* (Hiburan)

pers juga dapat di jadikan sebagai saran hiburan atau rekreasi. Fungsi ini lebih melekat pada media media elektronik sebagai fungsi pers yang utama. Namuan dalam fungsi ini mengamanatkan pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenagkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

4. *To influenc*e (Kontrol sosial)

Sebagai media pelayanan publik pers menjadi bagian penting dalam posisi strategis dalam ikut mendorong berjalanya roda pemerintahan. Sebagai kontribusi penyeimbang dalam penyelenggaraan kehidupan sosial kemasyarakatan. Pers menjadi bagian yang memberikan visi membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah**.**

Selain keempat fungsi utama pers tersebut, di jelaskan dalam buku Etika Hukum dan Pers oleh Mahi M. Hikmat (2011 : 57-59), masih terdapat fungsi – fungsi lain yang menjadi tambahan dalam konteks realitas yang dijalankan dengan baik oleh pers baik media cetak maupun elektronik. Fungsi – fungsi pers tambahan tersebut diantaranya :

1. Fungsi Ekonomi

Kehadiran pers di banyak Negara ikut mendukung berjalannya roda perekonomian. Pers ikut mengambil bagian dari upaya ikut membangun ekonomi Negara dengan tampil sebagai perusahaan – perusahaan yang memeberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu Negara. Misalnya dengan ikut menciptakan lapangan pekerjaan, pembayaran pajak dan kegiatan ekonomi lainya.

2. Fungsi Sosial

Undang – ndang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, menyuratkan fungsi pers yang ada di Indonesia sebagai lembaga social. Hal itu dimainkan dengan melihat realitas yang selalu hadir di Indonesia akan bencana yang selalu hadir dan mengakibatkan rasa empati untuk kepada masyarakat lain. Sehingga banyak media cetak dan elektronik berlomba – lomba menyediakan, menampung dan

menyalurkan setiap korban bencana dan kemiskinan yang didera masayarakat yang dterjadi, ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan fungsi sosial yang mereka perankan.

3. Fungsi Mediator

Pers adalah lembaga media sehingga fungsi utama pers adalah sebagai mediator, dimana berfungsi sebagai penghubung atau fasilitator., dengan memediasi berbgai kepentingan dan berbagi elemen dalam masyarakat.

4. Fungsi Mempengaruhi

Pers memiliki fungsi dapat mempengaruhi. Hal itu disadari lama dengan dibuktikannya banyak teori yang mengungkapkan kehebatan pers dalam mempengaruhi individu maupun kelompok. Pers memiliki mata pisau yang tajam untuk mengubah kognisi, afikesi dan piskomotorik individu atau kelompok, apalagi dengan era teknologi informasi yang makin canggih. Daya rangsang televisi dan internet dapat memberikan pengaruh besar terutama kepada anak – anak dan reamaja yang belum memiliki daya filter yang kuat.

5. Fungsi Sejarah

Dengan kekuatan tulisan atau siarannya. Pers berfungsi juga sebagai “juru tulis” terhadap fakta – fakta yang terjadi di masyarakat. Fakta adalah sebuah sejarah bagi kehidupan massa depan, sehingga catatan pers pers masa lalu bermakna historis bagi masa kini dan catatan masa kini historis bagi masa depan. Bahkan, salah satu sumber otentik bagi catatan sejarah bagi para sejarawan adalah pers.

2.3.2 Nilai Berita

Terlepas dari nilai berita yang sesungguhnya, harus diketahui juga bahwa setiap media memiliki isi media yang secara garis besar terbgai atas tiga kategori : berita, opini dan iklan. Karena ketiga kategori dimaksud secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap massa dari informasi berita yang disampaikan dapat membentuk opini publik.

Opini (*views*) merupakan salah satu produk jurnalistik yang meliputi : artikel, tajuk rencana (*editorial*), karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca. Pemisahan secara tegas berita dan opini, merupakan konsekuensi dari norma dan etika luhur jurnalistik yang tidak menghendaki berita sebagai fakta objektif, diwarnai atau dibaurkan dengan opini sebagai pandangan yang sifatnya subjektif.

Secara umum iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan menyakinkan. Iklan merupakan pilihan yang paling sering diambil dalam mengarahkan kampanye promosi, karena iklan dapat membantu kita untuk mencapai hampir setiap tujuan komunikasi kita. Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lain, periklanan adalah suatu sarana komunikasi yang dipergunakan dalam dunia perdagangan oleh produsen terhadap komsumen yang meraih lebih banyak calon pembeli dengan biaya lebih rendah, dalam waktu yang lebih singkat dan dengan pengaruh yang akan melekat lebih lama pada ingatan pemirsa.

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja tertentu, tapi juga mempunyai ideologi profesional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka. Ideologi profesionali wartawan yang paling jelas tentu saja apa itu berita

dan berita apa yang baik. Semua itu mempunyai ukuran dan kriteria yang disebut nilai berita. Eriyanto(2002:106-107), menjelaskan nilai nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ini merupakan prosedur awal dari bagimana peristiwa dikontruksi. Ukuran – ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat di gambamkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1

Nilai – nilai Beita

Prominance	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukanlah berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
Human Interest	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebing 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 di Surabaya saja.
Conflict/Controversy	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi

	dengan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari –hari antar penduduk pribumi.
Un usual	Berita peristiwa yang mengadung tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi. Seorang melahirkan 6 bayi dengan selamat lebih disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran seorang bayi saja.
Proximity	Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002

Daftar nilai berita itu hanya ingin menunjukan bagaimana peristiwa yang begitu banyak tiap hari, yang terjadi hampir setiap saat, diseleksi dengan memaknai prosedur tertentu. Sehingga dapat menentukan apa saja yang layak dan apa yang bisa disebut dengan berita. Nilai berita membatasi, bahwa tidak semua perittiwa dapat diangkat dan disebut dengan berita. peristiwa yang layak dan dapat disebut berita mengacu pada nilai berita, maka peristiwa tersebut adalah peristiwa yang negatif, konflik, jarang terjadi, atau peristiwa yang tidak umum.

Semakin penting, semakin jarang dang semakin berkaitan peristiwa tersebut dengan khalayak, maka semakin dapat dianggap sebagai berita, dan semakin aneh, unik, dan jarang peristiwa tersebut maka semakin kuat kuat kemngkinannya disebut sebangai berita. Semua proses ini berkaitan dengan proses produksi berita, nilai-nilai dalam kerja rutinitas organisasi berita ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadara wartawan.

2.3.3 Jenis – Jenis Berita

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

1. *Straight news*: berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini.
2. *Depth news*: berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.
3. *Investigation news*: berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
4. *Interpretative news*: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian penulisnya/reporter.
5. *Opinion news*: berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, tokoh, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya.

(Romli, 2001:8)

Susunan atau struktur berita, khususnya dalam berita langsung, pada umumnya mengacu pada struktur piramida terbalik, yaitu memulai penulisan berita dengan mengemukakan bagian berita yang dianggap paling penting, kemudian diikuti bagian-bagian yang dianggap agak penting, kurang penting, dan seterusnya. Susunan berita bentuk piramida terbalik ini menguntungkan pembaca dalam hal efisiensi waktu karena langsung mengetahui berita paling penting. Karenanya, bentuk ini bisa lebih menarik perhatian pembaca.

2.3.4 Unsur – Unsur Berita

Dalam membuat sebuah berita yang baik terdapat unsur – unsur sebuah berita, dimana unsur berita tersebut adalah sebuah rumus dasar dalam setiap pembuatan sebuah nilai berita. unsur yang perlu diperhatian adalah what (apa), who (siapa), where(dimana), when (kapan), why(mengapa), dan how (bagaimana). Rumus dasar pembuatan berita ini sering disebut dengan 5W dan 1H, berikut tabel gambaran pengertiannya :

Tabel 2.2

Unsur Berita 5W dan 1 H

What (Apa)	Untuk mengetahui tentang berita apa yang akan ditulis, tema apa yang akan diangkat dalam berita, atau hal apa yang akan dibahas dalam berita tersebut.
Who (Siapa)	Untuk mengetahui siapa tokoh yang menjadi tokoh utama di "what". unsur siapa selalu menarik perhatian pembaca. Unsur "Siapa" ini harus dijelaskan dengan menunjukkan cirri-cirinya seperti nama, umur, pekerjaan, alamat serta atribut lainnya berupa gelar (bangsawan, suku, pendidikan) pangkat/jabatan.
Where (Dimana)	Untuk mengetahui lokasi kejadian peristiwa (dimana) atau tempat berlangsungnya peristiwa tersebut.
When (Kapan)	Untuk mengetahui waktu peristiwa itu terjadi.
Why (Mengapa)	Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi.
How (Bagaimana)	Untuk menggambarkan suasana dan proses peristiwa terjadi.

Sumber : Penulis

Unsur ini adalah untuk mengetahui dengan tepat apa yang akan disiarkan atau disampaikan dalam bentuk berita. Sehingga unsur berita merupakan bagian paling penting dalam menyajikan dasar sebuah pemeberitaan.

2.3.5 Struktur Berita

Ada berbagai konsep penyusunan dan penulisan berita. Namun untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak pendengar, khususnya penulisan berita, setidaknya sampai sekarang berita biasa disajikan dalam bentuk piramida terbalik. Bagian paling atas atau alenia yang pertama sering disebut dengan teras berita. bagian tengah merupakan tubuh berita dan bagian bawah adalah ekor berita.

Teras biasanya berisi fakta yang dianggap paling penting dan paling menarik dari informasi. Tubuh berita berisi fakta-fakta pendukung yang ebih detail, yang mendukung alenia pertama, untuk menjawab pertanyaan “mengapa (why)” dan “bagaimana (how)”. Sedangkan untuk ekor berita adalah informasi fakta keterangan yang dianggap sebagai pelengkap saja. Pola penulisan piramida terbalik ini memungkinkan khalayak mengetahui isi dari inti berita yang hendak disampikan. Selain itu, pola ini juga memudahkan proses penyuntingan berita dan memudahkan khalayak menangkap isi berita yang disampaikan(Aurora,2006:60)

2.3.6 Landasan Penyajian Berita

Setiap media massa, baik media cetak maupun media elektronik. mempunyai landasan dalam penyajian dan penulisan berita. Menurut Errol

Jonathans, setiap media massa tersebut harus menerapkan rumus yang disebut tori A + B + C = D , yaitu Accuracy + Balance + Carity = Credibilitas. Jadi kredibilitas berita, penlis berita dan lembaga tempat warrtawan bernaung, tergantung kepada :

- Accuracy (Keakuratan). Akurasi disebut – sebut sebgai pondasi untuk segala macam penulisan dan laporan jurnalistik, sebab akurasi menyangkut keparcayaan khalayak.
- Balance (Keseimbangan). Keberimbangan berarti tidak berat sebelah dan tidak merugikan salah satu pihak dalam pemberitaan. Faktor keseimbangan menjadi terasa lebih penting untuk media yang berada dilingkungan masyarakat multi rasial dan multi relijius.
- Clarity (Kejelasan). Faktor kejelasan bisa diukur dari apakah khalayak mengerti isi dan maksud berita yang disajikan, intinya tidak menimbulkan makna yang bias lagi bagi khalayak.

2.3.7 Berita di Surat Kabar

Berita merupakan laporan tercepat mengenai suatu peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Peristiwa yang dimaksud adalah peristiwa penting yang layak untuk disebarluaskan dan wajib untuk diketahui khalayak. Awalnya istilah berita hanya ditujukan untuk laporan yang dimuat di media cetak saja. Tetapi seiring dengan perkembangan teknologi, laporan yang disiarkan di media elektronik pun disebut berita.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah berita adalah “cerita atau keterangan mengenai peristiwa atau kejadian yang hangat” (KBBI,1991:120). Sedangakan Oxford Dictionary menyebutkan “news is new or fresh information of recent event” (Hornby, 1996:781). (berita adalah informasi baru dan hangat dari kejadian penting). Jadi istilah berita dari dua definisi diatas adalah laporan tentang kejadian atau peristiwa yang baru dan hangat

Menurut Alex Sobur dalam diktat Dasar-dasar Jurnalistik, cukup sulit untuk memberikan definisi tentang berita, karena didalam berita terdapat banyak variabel. Mengutip pendapat English dan Hach, Alex mengatakan variabel dalam berita tersebut adalah:

“(1) Berita harus berdasarkan fakta dan tidak semua fakta adalah berita. (2) Berita tidak perlu merupakan suatu laporan peristiwa baru seperti banyak dikemukakan dalam kamus. (3) Sesuatu yang penting untuk sekolah atau masyarakat, mungkin hanya sedikit saja atau tidak ada artinya sama sekali bagi sekolah atau masyarakat lainnya. (4) Apa yang merupakan berita pada hari ini, mungkinbukan lagi menjai berita pada esok harinya. (5) Apa yang menjadi berita bagi seseorang, mungkin bukan berita bagi orang lain (6) Apa yang menjadi berita bagi surat kabar di kota ini mungkin bukan berita bagi surat kabar lainnya walaupun berada dalam satu kota” (Sobur, 1998:14).

Sedangkan Charnley dalam bukunya Reporting memberikan definisi tentang berita. Menurutnya, *“News is the timely report of facts or opinion that hold interest or importance or both for cosiderable number of people”* (Charnley, 1979:51). (Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau keduanya bagi sejumlah besar penduduk).

Definisi berita yang diungkapkan oleh Charnley diatas lebih tepat jika dihubungkan dengan variabel-variabel berita diatas. Oleh karena itu dalam sub sub bab ini penulis lebih memilih definisi berita yang diungkapkan oleh Charnley.

2.4 Paradigma Kontruksionis

Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkan. Kontruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L Berger bersama Thomas Lckman, yang menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai kontruksi sosial atas realitas. Menurut Berger manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus. Masyarakat merupakan produk manusia, dan sebaliknya manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Keduanya secara terus menerus memberikan aksi kembali terhadap penghasilanya.

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 terusmenerus melakukan interaksi dengan lingkungan luarnya, sejak ia dilahirkan sampai dengan mati. Kedua, objektivitsi, yaitu hasil atau produk yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan ekstenalisasi manuasia tersebut. Hasil tersebut menjadi realitas objektif yang bisa menghadapi manusia sebagai hasil produk tersebut. Ketiga, internalsasi. Proes ini merupakan penerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran manusia sehingga subjektifitas individu dipengarui oleh stuktur dunia sosial. Berbagai macam unsur

dari dunia yang telah terobjektifkan akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebgai gejala internal bagi kesadaran. Melalui intenalisasi, manusia menjadi hasi 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 dikonturksi. Dengan pemahaman ini realitas berwajah ganda/prural.setiap orang mempunyai kontruksi yang berbeda-beda atas sesuatu realitas.

Menurut Berger dalam Eriyanto, realitas merupakan realitas subjektif sekaligus realiatas objektif. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antara individu dengan objek. Setiap individu mempeunyai 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 perpektif kontruksi sosial, kedua realitas tersebut saling berdialektika, membentuk dan dibenti=uk masyarakat begitu untuk seterusnya (Eriyanto,2002:17)

Dalam konteks berita, gagasan Berger mengenai kontruski realitas memandang bahwa teks berupa berita harus dipangang sebgai kontruksi atas realias. Berita dalam kontruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang rill. Tetapi, ia adalah produk interaksi wartawan dengan fakta. Dalam prosesinternalisasi, wartawan akan melihat realitas yang kemudian diaati dan diterima dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta

diekspresikan untuk melihat realitas. Dalam memaknai realitas, wartawan bisa mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan hal itu bisa dilihat dari bagaimana mereka mengkontruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita.

2.4.1 Fakta Media Massa, Berita, Wartawan dan Khalayak Dilihat dari Paradigma Kontruksionis

Pendekatan kontuksionis mempunyai penilaian tersendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut dapat diuraikan satu persatu.

2.4.1.1 Fakta / Peristiwa Dalam Pandangan Paradigma Kontruksionis

Realitas itu hadir karena didirikan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat kontrusionis, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat kontruksi dan pandangan tertentu, tergantung bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan. James W. Carey menuturkan realitas bukanlah sesuatu yang diberi, seakan- akan ada, realitas sebaliknya diproduksi. Hal yang utama dalam pandangan kontruksionis adalah fakta itu sendiri bukan sesuatu yang di beri melainkan ada yang terdapat dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebgai kenyataan. Kita secara aktif mendefinisikan mendefinisikan dan memaknai peristiwa/fakta tersebut sebgai sesuatu. Karena fakta itu diproduksi dan di tampilkan secara

simbolok, maka realitas tergantung pada bagaimana fakta tersebut dikontruksi(Eriyanto, 2002)

2.4.1.2 Media Massa Dalam Pandangan Paradigma Kontuksionis

Selama kita mengetaui bahwa media massa adalah sebuah saluran, dan sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikaator ke komunikan. Media massa adalah saluran untuk menggambarkan realitas/peristiwa. Tetapi dalam pandangan kontruksionis media massa bukanlah sekedar saluran untuk menggambarkan realitas. Menurut Eriyanto, media massa juga merupakan subjek yang mengkontuksikan realitas lengkap dengan pandangan bias dan pemihakannya.

Berita yang disajikan selain menggabarkan realitas dari media itu sendiri. Media memilih realitas mana yang diambl dan realitas mana yang tidak diambil. Selain itu secara sadar atau tidak sadar, media juga memilih aktor yang dijadikan sumber berita, sehingga hanya sebgaian saja dari sumber berita yang tampil dalam pemberitaan. Media massa juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa lewat bahasa yang digunakan dalam pemberitaan. Media massa membingkai suatu peristiwa dengan bingkai tertentu yang pada akhinya menentukan bagaimana cara khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kaca mata tertentu. (Eriyanto, 2002:22-24)

2.4.1.3 Berita Dalam Pandangan Paradigma Kontruksionis

Berdasarkan uraian sebelumnya, fakta merupakan hasil kontruksi dan media sebgai agen kontruski, begitu juga berita dalam pandangan kontuksionis juga dilihat sebgai hasil kontruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai – nilai wartawan atau media. Menurut Eriyanto, bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat bergantung pada bagaimana fakta dipahami dan dimaknai oleh media dana wartawan.

Dalam pembentukan dan penulisan berita, secara sadar atau tidak sadar akan melibatkan nilai – nilai tertentu yang dimiliki oleh wartawan atau media sehingga mustahil berita merupakan pencerminan realitas. Realiatas yang sama bisa menghasilkan berita yang berbeda, karena adanya cara pandang yang berbeda. Oleh karenanya, berita bersifat subjektif karena saat melihat realitas wartawan atau media melihat dengan perpektif dan pertimbangan subjektif. Hal ini dapat dilihat dari contoh sederhana, yakni bgaimana seorang tokoh lebih ditonjolkan pendapatnya dan mendapat ruang yang lebih besar dalam sebuah berita dibandingkan dengan tokoh yang lain. Namun dalam pandangan kontruksionis, perpedaan antara realitas yang sesungguhnya dengan berita tidak dianggap kesalahan, tetapi suatu kewajaran karena berita adalah produk jurnalistik bukan representasi dari realitas.

2.4.1.4 Wartawan dalam Pandangan Paradigma Kontruksionis

Paradigma kontrusionis memandang wartwana sebgai agen/ aktor kontruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta, memberikan atau

mentransfer apa yang dilihatnya dilapangan, melainkan wartawan juga mendefinisikan peristiwan dan secara aktif membentuknya.

Menurut Eriyanto, dalam melakukan tugasnya, wartawan sebetulnya bukan hanya mengambil realitas yang sebenarnya, tapi juga membentuk berita; ia menguraikan, mengurutkan, mengkontruksikan peristiwa demi peristiwa, sumber demi sumber, serta membentuk citra berita tertentu. Saat meliput satu peristiwa dan menulisnya, ia secara sengaja atau tidak menggunakan dimensi perseptualnya. Dengan begitu realitas yang berserakan dipahami dan ditulis dengan melibatkan konsepsi yang mau tdak mau sulit dilepaskan dari unsur subjektivitas. Apa yang kemudian tersaji dan muncul sebgai berita., pada dasarnya adalah hasil olahan dan kontruksi wartawan. Sebagai konsekuensinya, realitas yang dihasilkan bersifat subjektif.

Dengan kata lain dalam proses kerjanya wartawana seringkali bukan melihat lalau menyimpulkan suatu peristiwa dan menulisnya, tetapi justru menyimpulkan terlebih dahulu kemudian melihat fakta yang ingin dikumpulkan. Dalam proses ini wartawan tida bisa menghilangkan fator subjektivitasnya, misalnya dengan memilih fakta tertentu dan membuanga fakta yan lainya. Wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya karena ia merupakan bagian intrinsik dalam pembentukan berita. lagi pula berita yang disajikan bukan merupakan produk individual wartawan, melainkan juga merupakan bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawannya. (Eriyanto, 2002 : 28).

2.5 Konsep Framing

Menurut Sudibyo dalam sobur. Pada awalnya frmaing dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori – kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh lagi oleh Ervin Goffman pada tahun 1974. Goffman mengandaikan framing sebgai kepentingan-kepentingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membingbing individu dalam membaca realitas.

Konsep framing kini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk mengambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek – aspek khusus sebuah realitas oleh media massa. Namun konsep framing atau *frame* sendiri sebenarnya bikan murni konsep ilmu komunikasi, tapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Oleh karena itu menurut Sudibyo konsep framing dalam studi media massa banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi.

Dalam ilmu komunikasi, konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. Framing dapat dipandangan sebagai penempatan informasi – informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu medapat alokasi lebih besar dari isu yang lain. Dengan kata lain analisis framing dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perfektif atau cara pandanga yang digunkan oleh wartawan atau media massa saat mengkontruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih

bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai perpektifnya. (Sobur, 2004 : 162)

Gamson dan Modigiani menyebut cara pandang media massa atau wartawan itu sebagi kemasan (*package*) yang mengandung kontruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut mereka frame adalah cara bercerita atau gugusan ide – ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan kontruksi makna peristiwa – peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana.

Berdasrkan kosep psikologi, framing dilihat sebagi penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemen –elemen tertentu suatu isu memperoleh kognitif individu lebih besar. Konsekwensinya, elemen – elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

Menurut Ervin Goffman, secara sosiologis konsep frame analisis memelihara kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan interpretasi secara aktif pengalaman – pengalaman hidup kita agar dapat dipahami. Skema interpretasi itu desebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidetifikasi dan memberi label terhadap peristiwa – peristiwa serta informasi. (Sobur, 2004 : 163)

Tood Gitlin mendefinisikan frame dengan konsep yang sama, sebagai seleksi penegasan dan ekslusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep itu dengan proses memproduksi wacana berita dengan mengatakan, frame memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran yang efesien kepada khalayak

menurut Gitlin, frame adalah bagian yang pasti hadir dalam praktek jurnalistik. Dengan mengutip Ervin Goffman, ia menegaskan bagaiman *frame* media/ wartawan tersebut terbetuk. Menurutnya frame media/ wartawan tidak beda jauh dengan *frame* kehdupan sehari – hari yang sering kali kita lakukan. Kita bisa membingkai dan membungkus realitas dalam suatu aturan tertentu, kemasan tertentu dan menyederhanakannya serta memilih apa yang tersedia dalam pikiran dan tindakan (Sobur 2004:163 dan Eriyanto, 2002 68 :69)

Ada beberapa definisi mengenai framing yang disampaikan oleh berbagai ahli, diantaranya :

Tabel 2.3

Definisi – Definisi Framing

Robert N. Entman	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.
William A. Gamsom	Cara bercerita atau gugusan ide – ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan kontruksi makana peristiwa – peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan idndividu untuk mengkontuksi makna pesan – pesan yang ia terima.
Todd Gitiin	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, penekananan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas
David E. Snow and Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunkan 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.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi kontruksi dan memproses berita. perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002

2.5.1 Analisis Framing Model Robert N. Entman

Robert N.Entman dalam Eriyanto adalah seorang ahli yang meletakan dasar – dasar bagi analisis framing untuk studi isi media melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek – aspek tertentu dari realitas/ isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dalam konsep Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi,

penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana unutk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Etnman menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Sehingga framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi – informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertent mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain.

Tabel 2.4

Model Framing Robert N. Entman

*Define Problem*s (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
Diagnose causes (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebgai penyebab dari suatu masalah ? Siapa(aktor) yang dianggapa sebgai penyebab masalah?
Make moral Judgement (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah ? nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitiasi masalah?
Treatment Recommendation (menekankan penyalesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi maslah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002

Define problem (pendefinisan masalah) adalah elemen pertama yang merupakan master frame bingkai yang paling utama pada bagian ini dijelaskan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah) merupakan elemen framing untuk membingkai penyebab

masalah dalam suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga siapa (*who*) yang dianggap sebagai sumber masalah. Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa atau siapa yang dianggap sebgai sumber masalah. Lebih luas lagi bgaian ini akan menyertakan siap atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah dan korban.

Make moral judgement (membuat pilihan moral) adalah elemen framing yang ketiga yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisan masalah yang dibuat. Ketika masalah yang sudah didefiniskan, penyebab maslah yang sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Elemen framing yang lain adalah treatment recommendation (menekankan penyelesaian masalah). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaiakan masalah. Penyelaian ini tertentu tergantung pada bagian peristiwa itu dilihat dan siapa atau apa yang di pandang sebagai penyebab masalah. (Riyanto,2002 : 189-191)

Konsepsi Entman ini mengambarkan luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Peristiwa yang sama bisa dimaknai secara berbeda oleh media massa tergantung pada pemaknaan dan pemahaman yang dimiliki oleh wartawan dan kebijakan dari media massa.