BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Peneletian Terdahulu

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

Hal tersebut penting dilakukan untuk mengetahui model dan teori yang 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 analisi framing yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu :

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis

No.	Judul	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Pembingkaian Berita Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2013 di Harian Umum Pikiran Rakyat dan dan Harian Pagi Radar Bandung.	Cecep K.Nurizal (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi 2006.	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Robert Etnman.	Berita tentang pemilihan Gubrenur Jawa barat 2013 di Harian Umum Pikiran Rakyat dan dan Harian Pagi Radar Bandung.

2.	Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosick di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013.	Fazar Nur Setiawan (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, 2013.	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing.	- Berita tentang Berita Gratifikasi Seks di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013. - Objek yang dipakai Fazar adalah media online.
3.	Pembingkaian Berita keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.	Shirley Suandrea Chandra (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, 2013.	- Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Robert Etnman. - Objek yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak.	Berita tentang Berita keterlibatan artis Raffi Ahmad kasus narkob di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.

4.	Pembingkaian Pemberitaan Program Kerja Aher-Demiz dalam Satu Bulan Pertama di Harian umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.	Agnes Amalia (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi STIKOM Bandung, 2013.	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Robert Etnman. framing dari Robert Etnman. - Objek yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak.	Berita tentang Pemberitaan Program Kerja Aher-Demiz dalam Satu Bulan Pertama di Harian umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.

Sumber: Peneliti 2015

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin communication, dan perkataan ini bersumber pada kata communis, yang artinya adalah sama, yaitu sama makna menganai satu hal. Jadi komunikasi akan berlangsung apabila orang-orang yang terlibat di dalamnya mempunyai kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, maka dengan demikian pernyataan yang dilontarkan akan mudah dimengerti dan bersifat komunikatif.

Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

a. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner

   Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol–kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya.

b. Carl I. Hovland

   Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).

c. Gerald R. Miller

   Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

d. Everett M. Rogers

   Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

e. Harold Lasswell

   Menjelaskan bahwa "(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What*

Effect?" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2007:67).

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu kegiatan interaksi antara dua orang atau lebih, antara komunikator dengan komunikan atau audiennya dimana ada proses pertukaran makna/pesan media dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Dengan kata lain komunikasi mengandung arti usaha menyamapikan gagasan, yang mana gagasan tersebut diusahakan untuk memiliki arti yang sama atau kesamaan makna. Apabila dalam suatu percakapan terjadi perbedaan pengertian atau perbedaan makna antara yang berbicara dengan yang diajak bicara, maka dalam hal ini komunikasi tidak akan berjalan lancar. Komunikasi baru dapat berlangsung efektif, apabila antara yang berbicara dengan yang diajak berbicara memiliki makna yang sama tentang sesuatu objek tertentu.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Dengan demikian komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan gagasan atau tidak kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang berupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda

yang berarti bersikap umum. Sedangkan menurut Bernard Berelsan dan Barry A Strainer dalam karyanya "*Human Behavior*" mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

> "Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan gambar-gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain, kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi". (Effendy, 1992 : 48)

Dari definisi diatas, mengandung kesamaan yaitu adanya proses atau usaha individu untuk merubah individu lain, yang dimengerti oleh kedua belah pihak yang melakukan komunikasi. Sehingga dari proses komunikasi tersebut terciptalah sebuah pesan yang dimaknai serupa, sebuah pesan yang penyampaiannya melalui media.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Untuk memberikan batasan tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Begitu mendengar istilah komunikasi massa, biasanya yang muncul dibenak seseorang adalah bayangan tentang surat kabar, radio, televisi atau film. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, menjabarkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara dan sesaat. (Rahkmat, 1993:77)

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam bukunya, *Communication Theories, Origins, Methods, Uses*, mengatakan sebagai berikut:

Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, 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 dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. (Effendy, 2001:21)

Dikarenakan komunikasi massa itu ditujukan kepada massa dan dengan menggunakan media massa, maka komunikasi massa ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antar pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana

informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.

Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa (Cangara, 2000:131-135).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah, dan film.

2.1.3.2 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

2.1.3.3 Media Elektronik

Dengan kemunculan media cetak, langkah aktivitas komunikasi mulai menanjak cepat. Apalagi dengan adanya penemuan telegraf, semua menjadi lebih nyata. Walaupun bukan sebagai media massa komunikasi, alat 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 televisi (Nurdin, 2003 :57).

Sketsa singkat peralihan utama dalam kemampuan berkomunikasi menunjukan dua faktor. Pertama, revolusi komunikasi sedang terjadi sepanjang keberadaan manuasia. Masing-masing menyediakan alat perubahan penting yang dapat membawa untuk memikirkan diri manusia. Kedua, pertumbuhan media massa terlah terjadi dengan sangat luar biasa akhir-akhir ini. Apalagi 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 informasi. Internet telah mengambil peran revolusi komunikasi yang kian kompleks.

Sehingga semua dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan disederhanakan, walaupun selalu terdapat konsekuensi dampak yang ditimbulkan dari peran media komunikasi elektronik ini. Untuk saat ini media elektronik yang berkembang saat ini adalah Radio, Televisi, dan Internet.

2.1.4 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).

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 seluasluasnya*" (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 public*

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.

Apapun 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, ada baiknya menengahkan 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).

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 yang dapat 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 adalah surat kabar yang independent, yang bebas menyampaikan pendapat, bebas melakukan *social control*. 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, yaitu :

1. Publisitas atau penyebaran kepada publik atau khalayak, sehingga surat kabar bersifat umum sesuai dengan kepentingan umum dan memenuhi kepentingan khalayak.

2. Periodisitas 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 kata asalnya berarti kini dan keadaan sebenarnya. Berita yang disiarkan oleh surat kabar adalah berita yang baru tanpa mengesampingkan kebenaran beritanya.

2.1.4.1 Fungsi Pers

Sebagai lembaga kemasyarakatan (social 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 fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan

informasi yang berperan positif dalam menyampaikan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Ilmu yang disebarluaskan memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif maupun psikomotorik 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 menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

4. *To influence* (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 :

a. 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 memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu Negara. Misalnya dengan ikut menciptakan lapangan pekerjaan, pembayaran pajak dan kegiatan ekonomi lainya.

b. Fungsi Sosial

Undang-undang 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 terjadi, ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan fungsi sosial yang mereka perankan.

c. Fungsi Mediator

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

d. 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, afeksi dan psikomotorik 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 remaja yang belum memiliki daya filter yang kuat.

e. 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.

2.1.4.2 Tentang Berita

Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang (Budyatna, 2009:40). Dari definisi tersebut dapat dibedakan antara berita yang berdasarkan objektif (fakta) dan berita berdasarkan subjektif (opini).

Paul De Massenner mengatakan bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak. Sedangkan Dean M. Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik sebagian besar pembaca (Sumadiria, 2008:64).

Selain definisi-definisi berita diatas, Sumadiria dalam bukunya Jurnalistik Indonesia : Menulis Berita dan Feature mengatakan bahwa:

> "Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar,menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar,radio, televisi, atau mediaonline internet,"(Sumadiria, 2008:65).

Berita dapat diklasifikasikan kedalam kategori berita berat (straight news) dan berita ringan (soft news). Sedangkan berdasarkan sifatnya berita terbagi menjadi dua bagian yaitu: berita terduga dan berita tak terduga.

Berita terduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya. Berita tak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba, ditdak direncanakan, dan tidak diketahui sebelumnya (Sumadiria, 2008:66).

2.1.4.3 Jenis-Jenis Berita

Jenis-jenis berita yang umum dikenal dalam dunia jurnalistik, diantaranya :

1. *Straigt news* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. *Depth news* adalah berita mendalam, laporan yang menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa sebagai data tambahan untuk peristiwa itu sendiri.

3. *Comprehensive news* adalah laporan tentang fakta yang bersifay menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.

4. *Interpretatif report* adalah memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.

5. *Feature* adalah menyajikan fakta untuk menarik minat pembaca, dalam feature lebih diutamakan gaya (style) daripada informasi yang disajikan.

6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.

7. *Investigative news* adalah berita yang memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi, dalam penulisan berita ini watrawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi.

8. *Editorial writing* adalah penyajian fakta atau opini yang menafsirkan berita-berita penting dan mempengaruhi pendapat umum. (Sumadiria, 2008:69-71).

2.1.4.4 Kriteria Berita

Kriteria berita adalah acuan yang dapat digunakan oleh jurnalis dalam memutuskan fakta yang pantas disajikan menjadi sebuah berita (Sumadiria, 2008:80). Berikut adalah kriteria umum sebuah berita :

1. Keluarbiasaan (*unusualness*)
2. Kebaruan (*newsness*)

3. Akibat (*impact*)
4. Aktual (*timeliness*)
5. Kedekatan (*proximity)*
6. Informasi (*information*)
7. Konflik (*conflict*)
8. Orang penting (*prominence*)
9. Ketertarika manusiawi (*human interest*)
10. Kejutan (*surprising*)
11. Seks (*sex*). (Sumadiria, 2008:80)

2.1.5 Konsep Framing

Analisi framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (pristiwa, aktor, kerlompok, atau apa saja) dibingkai oleh oleh media. (Eriyanto, 2002 : 3).

Menurut Sudibyo dalam Sobur. Pada awalnya *framing* 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* sebagai kepentingan- kepentingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing 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 bukan 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 mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain. Dengan kata lain analisis framing dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya (Sobur, 2004 : 162).

Gamson dan Modigiani menyebut cara pandang media massa atau wartawan itu sebagai kemasan (package) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut mereka frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Berdasarkan konsep psikologi, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemen- elemen tertentu suatu isu

memperoleh kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, 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 disebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi 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 efisien kepada khalayak menurut Gitlin, frame adalah bagian yang pasti hadir dalam praktek jurnalistik. Dengan mengutip Ervin Goffman, ia menegaskan bagaiman frame media/wartawan tersebut terbentuk. Menurutnya frame media/ wartawan tidak beda jauh dengan frame kehidupan 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. Definisi framing tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.2

Tabel 2.2

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 makna 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 mengkontruksi 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, penekanan, 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 konstruksi 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

2.1.5.1 Media dan Kontruksi Realitas

Susbtansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckmann tidak memasukan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subyektivasi, dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai "konstruksi sosial media massa". Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga

membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut :

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal yaitu kedudukan, harta, dan perempuan. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu :

a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.

b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap

media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

2. Tahap sebaran konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

a. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi realitas pembenaran; *kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga*, sebagai pilihan konsumtif.

Tahap pertama adalah konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian. *Tahap kedua* adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila apabila ia belum membaca koran.

b. Pembentukan konstruksi citra

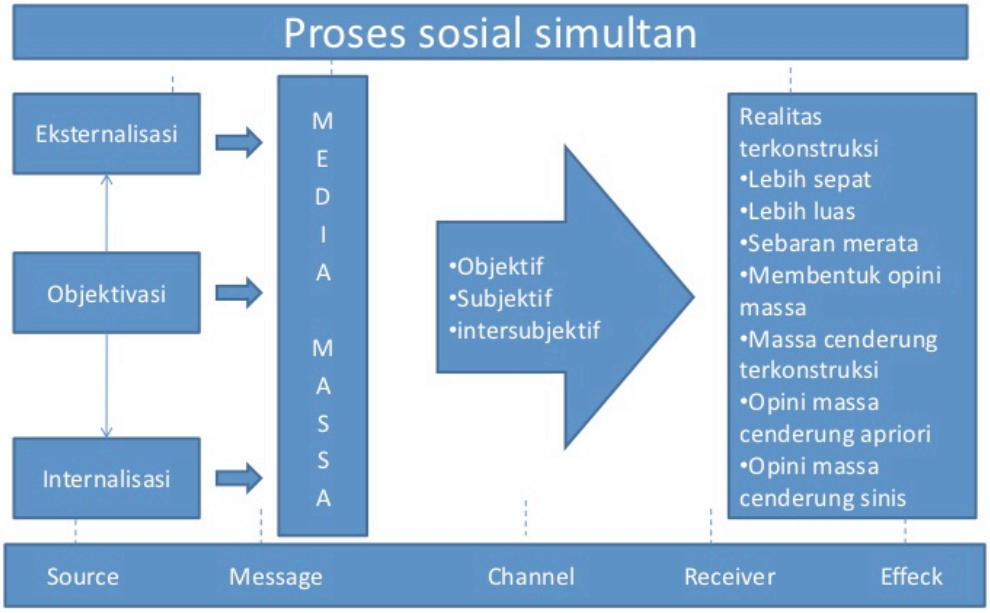
Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model : 1) model *good news* dan 2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Sementara, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa, b) kedekatan dengan media massa adalah life style orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri, dan c) media massa walaupun memiliki

kemampuan mengkonstruksi realitas media berdasarkan subyektivitas media, namun kehadiran media massa dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

Gambar 2.1 Proses Kontruksi Sosial Media Massa



2.2 Kerangka Pemikiran

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti halnya pemberitaan mengenai 100 Hari Program Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla di Harian Pikiran Rakyat dan Inilah Koran.

Kedua media cetak tersebut sama-sama memberitakan tentang 100 Hari Program Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla namun isi berita yang disampaikan berbeda. Hal ini tergantung dari bagaimana media mengkonstruksikan peristiwa menjadi sebuah realitas, dan bagaimana media menyeleksi isu dan juga menonjolkan aspek- aspek dari sebuah realitas untuk dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Proses seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek dari realitas yang dilakukan oleh media dapat dilihat dengan cara:

1. *Define problems* atau pendefinisian masalah, merupakan elemen utama dalam proses pembingkaian yang dilakukan oleh media, yaitu Harian Pikiran Rakyat dan Inilah Koran. Dalam pendefinisian masalah bagaimana suatu peristiwa atau isu dipahami, namun peristiwa yang sama dipahami oleh media dengan cara yang berbeda-beda.

2. *Diagnose causes* atau memperkirakan penyebab masalah, elemen ini merupakan elemen yang menganggap siapa yang menjadi aktor dari suatu peristiwa, penyebabnya bisa apa (*wha*t) atau siapa *(who)* untuk memahami suatu peristiwa.

3. *Make moral judgement* atau membuat pilihan moral, merupakan elemen untuk membernarkan atau memberi argumentasi terhadap suatu peristiwa yang telah didefinisikan.

4. *Treatment judgment* atau menekankan penyelesaian, merupakan elemen yang dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan, dan jalan apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah. Menyelesaikan masalah tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah.

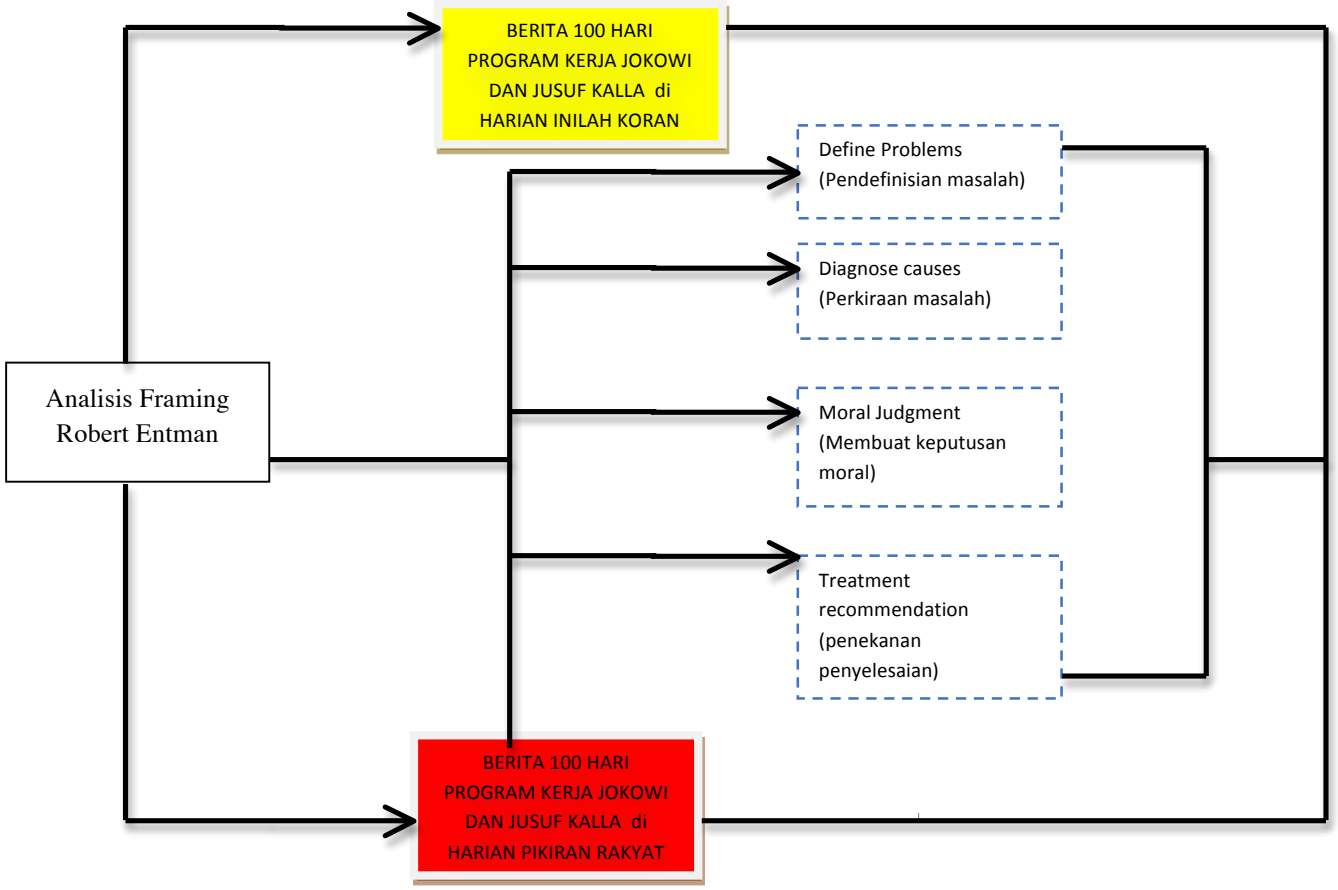
Berdasarkan konsep dari Robert N. Entman peristiwa atau realitas diseleksi oleh media dan juga menonjolkan aspek-aspek tertentu untuk dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak. Walaupun peristiwa atau isu tersebut sama, tetapi dalam setiap penyampaiannya setiap media memiliki cara yang berbeda-beda dalam menonjolkan berita yang dibuat, sehingga walaupun beritanya sama tapi dari isi beritanya tentu berbeda-beda antara media yang satu dengan media yang lainnya.

Seperti pada berita mengenai 100 Hari Program Jokowi dan Jusuf Kalla di Harian Pikran Rakyat dan Inilah Koran, kedua media tersebut sama-sama memberitakan tentang 100 Hari Program Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla namun dalam isi berita yang disampaikan, kedua media tersebut memiliki perbedaan dalam setiap menampilkan isi berita.

Perbedaan itu bisa dilihat dari kata yang digunakan, penyusunan kalimat, serta penggunaan grafik atau gambar untuk mendukung isi berita yang disampaikan pada Model Alur Kerangka Pemikiran pada Gambar 2.2 dibawah ini:

Gambar 2.2

Model Alur Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2015