BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN MODEL PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tentang Penelitian Sejenis

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

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

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

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis

No.	Judul	Peneliti	Metode Penelitian
1.	Analisis Framing Pemberitaan Tsunami Di	Desi Yoanita (Skripsi) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen	Pada penelitian ini, peneliti Desi menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing

	Harian Kompas dan Jawa Pos	Petra, 2006	dari Pan dan Kosicki
2.	Pembingkaian Berita Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2013 di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Radar Bandung.	Cecep K. Nurizal (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, 2013	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Robert Etnman

Sumber : Penulis, 2013

2.1.2 Tentang Komunikasi

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

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

Istilah komunikasi bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002: 9)

Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang. Sedangkan Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang (Mulyana, 2007:65). Makna disini maksudnya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dapat diterima oleh komunikan dengan menggunakan asas perbedaan bukan asas persamaan dalam pengambilan sebuah keputusan.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar

asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10).

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : proses mengubah perilaku orang lain. *(communications is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2004: 10)

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain *(communication is the process to modify the behavior of other individuals)*.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society.*Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect*?"

Paradigma Lasswell tadi menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

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

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

2.1.2.1 Proses Komunikasi

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

1. Proses Komunikasi Secara Primer

   Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media saluran. Lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

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

media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy. 2000: 38).

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)

   Seperti telah dikemukaan sebelumnya, bahwa fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah khalayak terpengaruh maka secara langsung ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan dari komunikasi. Mengubah sikap seseorang sehingga menjadi yang diharapkan si pemberi informasi.

2. Mengubah Opini/Pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

   Tujuan selanjutnya mengubah opini, pendapat, atau pandangan seseorang, seperti yang diharapkan oleh pemberi informasi.

3. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)

   Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi dan pesan yang disampaikan, sehingga tercapai seperti yang diinginkan pemberi informasi.

4. Mengubah Masyarakat (*to change the society*)

   Dari ketiga point diatas tujuan komunikasi menitikberatkan kepada suatu individu. Namun, pada point keempat ini suatu informasi dapat mengubah masyarakat atau suatu khalayak yang besar atau banyak menjadi seperti apa yang diharapkan pemberi

informasi. Sehingga perubahan yang terjadi, yakni perubahan secara masal.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Komunikasi

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

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

2.1.3 Tentang Komunikasi Massa

Dalam komunikasi terdapat beberapa jenis-jenis komunikasi, yang memiliki pandangan dan tujuan komunikasi tersebut di fungsikan, salah satunya yaitu komunikasi massa.

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (Media cetak dan elektronik). Komunikator menyampaikan informasi tanpa harus tahu komunikannya siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah yang besar (heterogen). Namun, komunikannya pun terdiri dari orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat sosial, dan lain sebagainya.

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

Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., 1992: 3), dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy yaitu "komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera 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 dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik".

Menurut Effendy (1993), komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa moderen, 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 serentak.

Sementara itu, Djalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan ;

> "Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elekronik sehinga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat"(Rahkmat, 1993 : 177).

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

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

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

1. Komunikator Terlembaga

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

2. Pesan Bersifat Umum

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

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

   Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

   Menurut Effendy dalam buku komunikasi massa karya Ardianto mengatakan bahwa keserempakan media massa sebagai keserempakan kontak dengan jumlah penduduk dengan jarak yang jauh dengan komunikatornya. Pesan yang disampaikan diterima secara serempak dalam waktu yang bersamaan.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

   Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan

atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

   Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

7. Stimulasi Alat Indera Terbatas

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

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

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

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Setiap yang dilakukan dengan komunikasi massa pasti ada fungsi-fungsi dari komunikasi massa tersebut. Adapun menurut buku *Aneka Suara, Satu Dunia* (*Many Voices One World*), dengan Mac Bride sebagai

editornya, mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap sistem sosial :

1. Informasi

   Pengumpulan, penyimpanan, pemprosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan seseorang agar dimengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, serta dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi

   Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan berperan aktif di masyarakat.

3. Motivasi

   Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.

4. Perdebatan dan diskusi

   Menyediakan dan saling menukar fakta dan informasi yang diperlukan, sehingga tercapai persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti–

bukti yang relevan, untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5. Pendidikan

   Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran.

6. Memajukan kebudayaan

   Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas *horizon* seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan

   Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Integrasi

   Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

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

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

1. Bersifat langsung, dengan arti komunikasi massa harus memalui media perantara
2. Bersifat satu arah, dengan artian tidak ada *feedback* secara langsung dari komunikan kepada komunikator, dari pesan yang disampaikan
3. Bersifat terbuka, artinya ditunjau untuk khalayak luas yang tidak terbatas dan bersifat anonim
4. Mempunyai massa atau komunikan yang secara geografis tersebar atau dalam jarak yang berjauhan. (Rahkmat, 1992 : 189)

2.1.4 Tentang Media Massa

Media Massa (*Mass Media*) singkatan dari Media Komunikasi Massa dan merupakan *Channel Of Mass Communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa.

Komunikasi Massa singkatan dari Komunikasi Media Massa dan artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa (*communicating with media*).

Dalam menjalankan fungsinya, komunikasi massa menggunakan media massa sebagai alat penyampai pesan. Ada dua jenis media massa yang

digunakan yaitu media cetak dan media elektronik.

2.1.4.1 Media Cetak

Media cetak adalah media yang terdiri dari lembaran kertas yang tertulis dengan sejumlah kata, kalimat, gambar, dan wacana yang ditata rapi serta berisikan berbagai macam informasi-informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, hiburan, tips, lapangan pekerjaan, bisnis, aspirasi, opini, promosi dan juga mengenai kejadian di dalam dan luar negara.[1]

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 bagi menjadi 8 bagian, yaitu :

- Surat Kabar Harian

[1] http://adexshare.blogspot.com/2012/10/jenis-jenis-media-massa-beserta-contoh.html

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

2.1.4.2 Media Elektronik

Media elektronik adalah media yang menggunakan teknologi elektronik dan bersifat audio visual, dalam penyampaian informasi terhadap khalayak, media elektronik menggunakan audio visual supaya khalayak atau pemirsa lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan. Pemirsa tidak hanya menggunakan alat indra penglihatan dalam mendapatkan informasi seperti yang terjadi pada media cetak, tetapi pendengar juga menggunakan alat indra pendengar.

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.

Saat ini dalam media elektronik terdapat beberapa media yang digunakan seperti televisi, film, radio dan yang terbaru adalah media internet (media *online*).

2.1.5 Tentang Media *Online*

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat, karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media *online*.

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio *online*, TV *online*, pers *online*, dan mail o*nline* dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* karya Elvinaro Ardianto, pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs utnuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya (Straubhar dan LaRose. 2000: 267).

Sama halnya dengan telpon, sebuah media *online* akan memungkinkan seorang wartawan (Jurnalis *online)* mewawancarai orang dimanapun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Pendeknya

informasi melalui jaringan internet sangat memudahkan seorang wartawan menjalankan tuganya dimanapun dia berada. (Ardianto. 2007 : 156)

2.1.5.1 Karakteristik Media *Online*

Karakteristik media *online* mampu menjangkau masyarakat lebih dekat, alternative promise, kepuasan kepada pembaca karena mudah di akses, serta berita actual yang diperbaharui terus-menerus. Berikut karakteristik yang di miliki oleh media *online* :

1. Kapasitas luas sehingga halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan ”*egaliter*” dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di ”bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui ”link”, ”artikel terkait”, dan fasilitas ”cari” (*search*).
10. Terhubung dengan sumber lain *(hyperlink)* yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.1.5.2 Jurnalisme Media *Online*

Kehadiran media online memunculkan generasi baru jurnalistik, yakni jurnalisme online (*online journalism*) bisa disebut juga *cyber journalism*. Jurnalisme online merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet (*website*). Kamus bebas *Wikipedia* mendefinisikan jurnalisme online sebagai pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarkan melalui internet (*reporting of facts produced and distributed via the Internet*). Jurnalisme online adalah jurnalisme judul karena perilaku pembaca yang umumnya *headline reader* atau *lead reader*, perilaku yang juga berlaku bagi pembaca koran. Tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat. Kelengkapan informasi tetap terjaga karena ada berita/tulisan terkait (*linkage*).[2]

Karakteristik jurnalisme *online* secara detail dikemukakan James C. Foust dalam bukunya**,** *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* (2005):

1. *Audience Control*

   Jurnalistik *online* memungkinkan *audience* untuk bisa leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.

2. *Nonlienarity*

   Jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sehingga *audience* tidak harus membaca secara

[2] Romli,M.2011.Teknik Menulis Media Online. Memalui www.epetani.deptan.go.id/.../Teknik%20Menulis%20di%20Media%20Online%20. (13/04/13)

berurutan untuk memahami.

3. *Storage and retrieval*

   Jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah ileh *audience*.

4. *Unlimited Space*

   Jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang di sampaikan/ditayangkan kepada *audience* dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.

5. *Immediacy*

   Jurnalistik *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara tepat dan langsung kepada *audience*.

6. *Multimedia Capability*

   Jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam beritu yang akan diterima oleh *audience*.

7. *Interactivity*

   Jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi *audience* dalam setiap berita.

2.1.6 Tentang Berita

Berita merupakan bentuk laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi baru baru ini atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa. Dengan kata lain berita adalah fakta menarik atau sesuatu hal yang penting yang

disampaikan pada masyarakat orang banyak melalui media. Tapi tidak semua fakta bisa diangkat menjadi suatu berita oleh media. Karena setiap fakta akan dipilih mana yang pantas untuk disampaikan pada masyarakat.

Kata "Berita" sendiri berasal dari bahasa Sansekerta, *vrit* (artinya ada atau terjadi) atau *vritta* (artinya kejadian atau peristiwa). Sedangkan kamus besar bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Menurut JB. Wahyudi penulis buku Komunikasi Jurnalistik, berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodic.[3]

Sumber berita adalah fakta dan data sebuah peristiwa, meliputi apa yang kemudian menjadi rumus berita, 5W+IH: *What* (apa yang terjadi), *Where* (dimana hal itu terjadi), *When* (kapan peristiwa itu terjadi), *Who* (siapa yang terlibat dalam kejadian itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi).

2.1.6.1 Jenis-Jenis Berita

Berita memiliki berberapa jenis, seperti yang di sebutkan dalam buku "Menulis Berita" karangan **Husnun N. Djuraid**, terdapat tiga macam berita, yaitu berita langsung (*straight news*) berita ringan (*soft news*), dan berita kisah (*feature*).

1. Berita langsung (*straight news*)

[3] http://izalphotography.blogspot.com/2010/09/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html

Berita tentang peristiwa yang penting yang harus segera di sampaikan kepada pembaca dan ditempatkan di halaman utama. Materinya berisi laporan langsung wartawan yang menyaksikan kejadian secara langsung dan berita berisi fakta yang berat.

2. Berita ringan (*soft news*)

   Berita yang menampilkan sesuatu yang menarik, penting, dan bersifat informatif. Penulisannya tidak terlalu panjang, mungkin tidak lebih dari tiga alinea. *Soft news* bisa merupakan bagian dari peristiwa yang diberitakan melalui *straight news* atau berita yang berdiri sendiri.

3. Berita kisah (*feature*)

   Tulisan mengenai kejadian yang dapat menggugah perasaan dan menambah pengetahuan pembaca melalui penjelasan yang rinci, lengkap, mendalam, dan tidak terpengaruh waktu (Djuraid, 2007:68-69).

2.1.6.2 Proses Produksi Berita

Tahap awal dari produksi berita adalah bagaimana wartawan mempersepsi / fakta yang akan diliput kenapa suatu peristiwa disebut sebagai berita sementara yang lain tidak. Berita adalah hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu (Eriyanto, 2002 : 118)

Beberapa hal yang menjadi bagian proses produksi berita diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rutinitas Organisasi

   Semua proses seleksi dan sortir berita terjadi dalam rutinitas kerja keredaksionalan. Setiap hari institusi media secara teratur memproduksi berita, dan proses seleksi itu adalah bagian dari ritme dan keteraturan kerja yang dijalankan setiap hari.

2. Nilai Berita

   Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja, tetapi juga mempunyai ideology professional. Seperti kerja professional lain. Wartawan dan orang yang kerja didalamnya mempunyai batasn professional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka.

3. Kategori Berita

   Proses kerja dan produksi berita adalah sebuah konstruksi. Berita sebagai sebuah konstruksi yaitu, ia menganggap mana yang lebih penting dan mana yang tidak penting. Media dan wartawanlah yang mengkonstruksikan sedemikian rupa sehingga peristiwa itu penting.

4. Ideologi Profesional / Objektivitas

   Standar profesional berhubungan dengan jaminan yang ditekankan kepada khalayak bahwa apa yang disampaikan adalah suatu yang

benar atau kebenaran. Menurut Shomeker dan Reese, objektivitas lebih merupakan ideologi bagi jurnalis yang disediakan oleh jurnalis, maksudnya adalah objektivitas dan ideologi datang bersamaan dengan datangnya sirkulasi dan kapitalisme dalam industri percetakan dan media.

2.1.7 Tentang Gratifikasi Seks

Gratifikasi adalah pemberian dalam arti luas, yakni meliputi pemberian uang, barang, rabat (diskon), komisi pinjaman tanpa bunga, tiket perjalanan, fasilitas penginapan, perjalanan wisata, pengobatan cuma-cuma, dan fasilitas lainnya. Gratifikasi tersebut baik yang diterima di dalam negeri maupun di luar negeri dan yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau tanpa sarana elektronik.

Pengertian gratifikasi tersebut terdapat pada Penjelasan Pasal 12B Ayat (1) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 juncto Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001. Pada ayat tersebut berbunyi *"Setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian suap, apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya"*.[4]

Dalam kamus Ingris-Indonesia, gratifikasi berasal dari kata *gratification* yang berarti kepuasan atau kegembiraan. Sedangkan *sex* berarti jenis kelamin. Merujuk pada pengertian tersebut, gratifikasi seks

[4] muhardianinsyah, doni.dkk.2010. Buku Saku Memahami Gratifikasi. Melalui http://kpk.go.id/gratifikasi/modulgratifikasi/bukusaku/#/0 (4/25/2013)

adalah bentuk pemberian layanan kesenangan yang dapat menimbulkan kepuasan seksual bagi penerimanya. Dengan demikian makin jelas adanya unsur tidak pidana dan dari sudut pandang moral dan keagamaan ada tindakan asusila atau perzinahan.

2.1.8 Tentang Analisis Framing

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

Analisis *framing* merupaka suatu tradisi dalam ranah komunikasi yang menonjolkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis pesan-pesan tertulis maupun lisan.

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada ‘cara melihat’ terhadap realitas yang dijadikan berita. (Eriyanto.2002 : 10)

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu.(Eriyanto.2002:3)

Menurut G.J. Aditjondro (Sudibyo, 1999b:165) mendefinisikan

framing sebagai metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang sesuatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halis, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. (Sobur.2004:165)

Dalam ilmu komunikasi, konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. Framing dapat dipandang 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 perfektif atau cara pandangan yang digunakan 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).

Menurut Eriyanto terdapat empat model dalam analisis *framing*, yaitu:

Tabel 2.2

Model-Model Analisis *Framing*

Robert N. Entman	Metode *framing* dalam berita dilakukan dengan empat cara, yaitu: *Problem Identification* (Identifikasi masalah), *causal Interpretation* (identifikasi penyebab masalah), Moral *Identification* (evaluasi moral) dan *Treatment Recommendation* (saran penanggulangan masalah).
William A. Gamson	Mendefinisikan *framing* dalam dua pendekatan yaitu pendekatan menghasilkan *framing* dalam level kultural, dan pendekatan psikologis yang menghasilkan *framing* dalam level individual. *Framing* dalam level kultural dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstitutif yang tersebar dalam konstruksi wacana. Dalam hal ini, frame memberikan petunjuk elemen-elemen isu mana yang relevan untuk diwacanakan, *problem-problem* apa yang memerlukan tindakan-tindakan politis, solusi yang pantas diambil, serta pihak mana yang *legitimate* dalam wacana yang terbentuk.
Murray Edelman	Dalam bukunya *Contestable Categories and Public Opinion* ia mensejajarkan *framing* sebagai kategorisasi, artinya pemakaian perpektif tertentu dengan pemakaian kata-kata yang terttentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipaham, kategorisasi juga dapat diartikan sebgai penyederhanaan, realitas yang kompleks dan berdimensi banyak diphami dan ditekankan supaya dipahami dan hadir dalam benak khalayak.
Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993)	Dalam tulisan meraka yang berjudul " *Framing Analysis: An Approach to New Discourse*" mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris.

Sumber: Eriyanto. Analisis Framming Konstruksi Ideologi dan Politik Media.Yogyakarta. LKiS. 2002

2.1.9 Model *Framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

Model *framing* yang dperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan

Kosicki, analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media.

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

Tabel 2.3

Skema Framing Model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	**PRANGKAT FRAMING**	**UNIT YANG DIAMATI**
SINTAKSIS Cara Wartawan Menyususn Fakta	1. Skema Berita	*Headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara Wartawan Mengisahkan Fakta	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan Menulis Fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara Wrtawan Menekankan Fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

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

Teori ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* ini adalah salah satu ide

yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Keempat perangkat *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Struktur Sintaksis**

   Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita (*lead* yang dipakai, latar informasi, *headline*, sumber, penutup) dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian ini tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramid terbalik yang dimulai dengan judul *headline, lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian atas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis member petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

2. **Struktur Skrip**

   Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama*, banyak lapran berita yang berusaha menunjukan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca.

   Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+IH-*who, what, where, why,* dan *how.* Meskipun pola ini ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.

3. **Struktur Tematik**

   Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

4. **Struktur Retoris**

   Berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

2.2 Kerangka Pemikiran

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

2.2.1 Kerangka Teoritis

Media *online* adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film / video.

Analisis framing adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas sebuah peristiwa, cara bercerita tersebut melihat terhadap realitas yang dijadikan berita. Dalam analisis framing dijelaskan bagaimana cara media mengkonstruksikan sebuah realitas. Seperti yang dikutip Eriyanto dari Berger realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi.[5]

Peter. L. Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang obyektif melalui proses eksternalisasi (usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam keadaan mental maupun fisik). Setelah proses eksternalisasi, akan terjadi proses obyektivasi, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia. Manusia juga mempengaruhi realitas sosial

[5] Eriyanto, Analisis Framing, (Yogyakarta; LKIS 2002) hal. 18

yang subyektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial). Dengan demikian, manusia dan masyarakat (komponen dan realitas sosial) saling membentuk dab masyarakat bukanlah produk, tetapi sebagai yang terbentuk. [6]

Dalam pembingkaian isi berita dilakukan menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki ada dua konsepsi dari *framing* yang berkaitan yaitu, *pertama* konsepsi psikologi menekankan bagaimana sesorang memperoses informasi dari dalam dirinya. *Kedua* konsepsi sosiologi dengan melihat kontruksi sosial atas realitas.

Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki menggambarkan proses penyusunan dan pengemasan sebuah peristiwa serta realitas dengan cara, yaitu :

1. **Struktur Sintaksis,** dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita (*lead* yang dipakai, latar informasi, *headline*, sumber, penutup) dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian ini tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramid terbalik yang dimulai dengan judul *headline, lead,*

[6] Eriyanto, Analisis Framing, (Yogyakarta; LKIS 2002) hal. 15-18

episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian atas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis member petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

2. **Struktur Skrip,** laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama*, banyak lapran berita yang berusaha menunjukan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+IH-*who, what, where, why,* dan *how.* Meskipun pola ini ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.
3. **Struktur Tematik**, berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.
4. **Struktur Retoris,** berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat

bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti pada pemberitaan mengenai gratifikasi seks di media *online* kompas.com dan Republika.co.id.

Dapat diketahui bahwa kedua media tersebut sama-sama memberitakan tentang Gratifikasi seks pada periode bulan Januari 2013, namun isi berita yang disampaikannya berbeda. Hal ini tergantung dari mana media tersebut mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Untuk mendapatkan aspek-aspek dari realitas yang dilakukan oleh media dapat dilihat dan dianalisis dengan Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki sebagaimana wacana publik tentang isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosisikan. 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.

Sementara dalam konsep framing dimana framing memiliki dua aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu: **Pertama**, memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan, apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Bagian mana yang ditekankan dalam realitas dan bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan. **Kedua**, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya.

Seperti pada berita mengenai Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id, kedua media tersebut sama-sama memberitakan tentang Gratifikasi Seks, 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.

2.3 Model Penelitian

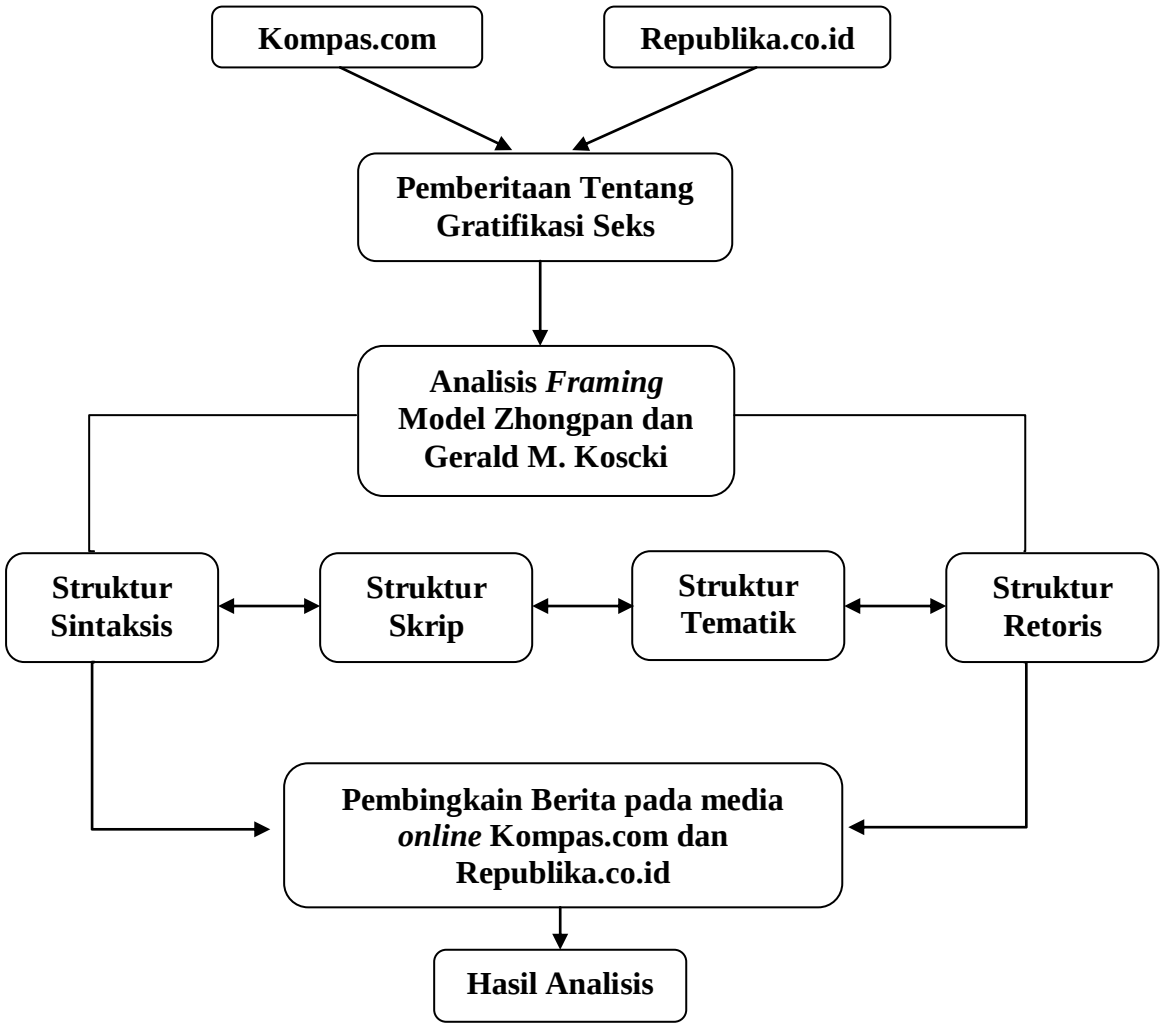
Pada penelitian ini peneliti mencoba menyajikan bagaimana cara media *online* membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari Kompas.com dan Republika.co.id dengan menggunakan analisis *framing* dengan pendekatan dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki media melakukan pembingkaian berita dengan cara menkonstruksi dan memproses peristiwa. Untuk menunjukan sebuah pembingkaian berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris.

Berdasarkan paparan diatas dapat digambarkan sebuah bagan guna mempermudah peneliti dalam meneliti berita tentang gratifikasi seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id . Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1

Model Penelitian



Sumber: Peneliti, 2013