BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

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 surat kabar. Untuk pengembangan dan menambah pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu mengenai analisis framing.

Hal tersebut sangat penting dilakukan untuk mengetahui model dan teori peneliti terdahulu lakukan, 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

Penelitian Sejenis No.	Judul	Peneliti	Metode Penelitian
1	Framing Opini Masyarakat tentang Polemik Jabatan Gubernur DIY dalam Koran Lokal DIY	Lidwina Chometa Halley Eprilianty, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta,	Pada penelitian ini, peneliti Lidwina menggunakan metode penelitian

	(Analisis Framing Media atas Opini Narasumber sebagai Representasi Masyarakat tentang Polemik Pengisian Jabatan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2008 – 2013 dalam SKH *Kedaulatan Rakyat* dan SKH *Bernas Jogja***)**	2009	kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Pan dan Kosicki
2	Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis *Framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki Di Media *Online* kompas.com dan republika.co.id periode Januari 2013)	Fazar Nur Setiawan, Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Komputer Indonesia, 2013	Pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Pan dan Kosicki
3	Analisis Framing Pemberitaan Kepengurusan PSSI Terkait Format Kompetisi Liga Indonesia 2011/12 Pada Media Online goal.com Indonesia	Riska Khaerunnisya, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2012	Pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis framing dari Pan dan Kosicki

2.1.2 Tentang Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *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. 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 Surat Kabar

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman.[2]

Media tidak hanya sekedar penyebar informasi. Media memiliki sejumlah tanggung jawab ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi. Dalam masyarakat, media bergerak dengan ditandai oleh adanya penyebaran kekuasaan, yang diberikan kepada individu, kelompok, dan kelas sosial secara tidak merata. McQuail (1989), menyebutkan media seringkali dipandang sebagai alat kekuasaan yang efektif karena kemampuannya untuk melakukan salah satu atau lebih dari beberapa hal seperti : menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat dan anggapan, mempengaruhi pilihan sikap, memberikan status dan legitimasi, mendefinisikan dan membentuk persepsi realitas.

[2] Elvinaro dkk, Komunikasi Massa, (Bandung: Simbiosa 2009) hal. 105

Menurut Devito (1996), komunikasi massa adalah komunikasi dengan radio, televisi, surat kabar, majalah, hasil rekaman radio kaset dan piringan hitam. Dengan begitu, media massa dapat diklasifikasikan menjadi media massa cetak dan media massa elektronik. Surat kabar sebagai salah satu media massa cetak merupakan lembaga yang menyebarkan informasi atau berita sebagai karya jurnalistik kepada masyarakat.

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

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

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

a. Fungsi menyiarkan informasi, berbagai informasi dengan cepat dan akurat dapat disampaikan oleh surat kabar. Pembaca menjadi pembeli ataupun berlangganan surat kabar

karena ingin mengetahui informasi apa yang terjadi di berbagai tempat di dunia.

b. Fungsi mendidik, surat kabar secara tidak langsung memberikan fungsi pendidikan pada pembacanya. Ini bisa dilihat dari materi isi seperti artikel, *feature* dan juga tajuk. Materi isi tersebut disamping memberikan informasi juga menambah perbendaharaan pengetahuan pembacanya walaupun bobot pemahaman tiap pembaca berbeda-beda.

c. Fungsi mempengaruhi, berita pada surat kabar secara tidak langsung mempengaruhi para pembacanya, sedangkan tajuk rencana dan artikel dapat memberikan pengaruh langsung kepada pembacanya. Pengaruh ini pada mulanya timbul dari persepsi pembaca terhadap suatu masalah yang kemudian membentuk opini pada pembacanya.

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

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi akan berlangsung dengan melibatkan unsur-unsur sebagai berikut : sumber, pesan, saluran, penerima dan efek. Menurut McQuail (1989), komunikasi merupakan

suatu proses dimana seorang individu (komunikator) menyampaikan rangsangan biasanya dalam simbol-simbol verbal untuk mengubah perilaku individu lain (komunikan).

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa saluran atau media merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi. Saluran komunikasi sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu saluran personal dan saluran massa atau media massa yang kerap disebut dengan komunikasi massa.

2.1.5.1 Karakteristik Surat Kabar

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

a. Publisitas

   Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran pada public atau khalayak (Effendy, 1981:98). Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan itu penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi kriteria tersebut.

b. Periodesitas

Periodesitas menunjuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat periodisitas sanagat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar.

c. Universalitas

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

d. Aktualitas

Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti "kini" dan "keadaan sebenarnya" (Effendy, 1981:99). *Laporan tercepat* menunjuk pada "kekinian" atau terbaru dan masih hangat. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk di laporkan, karena khalayak pun memerlukan informasi yang paling baru.

e. Terdokumentasi

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalma bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak

tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau di buat kliping.

2.1.6 Tentang Berita

Berita merupakan bentuk laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi baru baru ini atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa. Dengan kata lain berita adalah 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 periodik.[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).

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

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*)

   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 ideologi professional. Seperti kerja professional lain. Wartawan dan orang yang kerja didalamnya mempunyai batasan professional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka.

3. Kategori Berita

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

4. Ideologi Profesional / Objektivitas

Standar 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 Timnas U-19

Tim Nasional U-19 ini merupakan sebuah tim nasional yang terdiri dari pemain-pemain berusia dibawah 19 tahun. Timnas ini berada di bawah naungan Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI).[4] Popularitas Timnas U-19 ini mulai meningkat saat mereka berhasil menjadi juara Piala AFF U-19 2013. Ini menjadi kali pertama mereka juara sejak keikutsertaan Timnas U-19 Indonesia dalam Piala AFF U-19

[4] http://id.wikipedia.org/wiki/Tim_nasional_sepak_bola_U-19_Indonesia

Disamping itu, Timnas U-19 juga berhasil memastikan diri lolos ke Piala Asia U-19 2014. Dengan permainan yang atraktif dan penuh semangat juang tinggi, Timnas U-19 mampu mengungguli Timnas Korea Selatan U-19 yang merupakan juara Asia dan kontestan Piala Dunia U-19 2013 di Turki.

Keberhasilan tersebut menjadikan Timnas U-19 ini mendapat sorotan dari masyarakat dan juga media. Timnas U-19 ini mendapat sorotan karena tidak hanya berhasil menjadi juara, juga karena mereka mampu menampilkan permainan yang indah. Timnas U-19 mampu melepaskan dahaga juara yang lama tidak dirasakan.

Dengan keberhasilan ini, menjadikan pecinta sepakbola Indonesia seakan menemukan gairah kembali terhadap sepakbola Indonesia yang sempat kisruh. Timnas U-19 ini membuka asa terhadap perkembangan sepakbola Indonesia di masa mendatang.

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* merupakan 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 halus, 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

Model *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu 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	PERANGKAT 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 Wartawan 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.

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]

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian analisis *framing*. Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruktionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukan realitas yang natural, akan tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma kontruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikontruksi, dengan cara apa kontruksi itu dibentuk. (Eriyanto,2005:27).

Analisis *framing* merupakan salah satu model analisis alternatif yang bisa mengungkapkan rahasia di balik perbedaan. Bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* membongkar bagaimana realitas dibingkai oleh media, akan dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, mana lawan mana kawan, siapa si penindas dan siapa si tertindas, tindakan politik mana yang konstitusional dan yang inkonstitutional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung, dsb (Eriyanto, 2005:XV)

Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang obyektif melalui proses

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

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 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. Kosicki 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. Kosicki menggambarkan proses penyusunan dan pengemasan sebuah peristiwa serta realitas dengan cara 4 cara yaitu : *Sintaksis, Skrip, Tematik, Retoris.*

Berdasarkan konsep pembingkaian/*framing* model Zhondang Pan dan Gerlad M.Konsicki inilah, yang menjadi kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian mengenai pemberitaan Timnas U-19. Seperti yang diketahui, pada tanggal 19-30 November 2013 harian Bola dan harian Top Skor menampilkan berita mengenai Timnas U-19, namun isi berita dari masing-masing media memiliki perbedaan. Hal ini tergantung dari mana media tersebut mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

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

Setiap media pasti memiliki cara tersendiri dalam mengkontruksi realitas yang ada. Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti pada pemberitaan mengenai Timnas U-19 di Harian Bola dan Top Skor.

Berdasarkan kerangka pemikiran inilah, peniliti ingin bisa jauh memahami dan menemukan seperti apa harian Bola dan harian Top Skor dalam membingkai berita mengenai Timnas U-19. Apakah kedua media tersebut memiliki ciri khas dalam bahasa yang digunakan. Pemilihan judul berita yang mampu menarik perhatian pembaca. Penggunaan foto yang dapat menjadikan sebuah ilustrasi dari berita yang disampaikan dan beberapa aspek lainnya. Melalui analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M.Konsicki inilah peneliti berusaha mengkontruksi berita mengenai Timnas U-19 di harian Bola dan harian Top Skor edisi 19-30 November 2013.

2.3 Alur Model Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mencoba menyajikan bagaimana cara surat kabar membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari harian Bola dan Harian Top Skor dengan menggunakan analisis *framing* dengan pendekatan dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

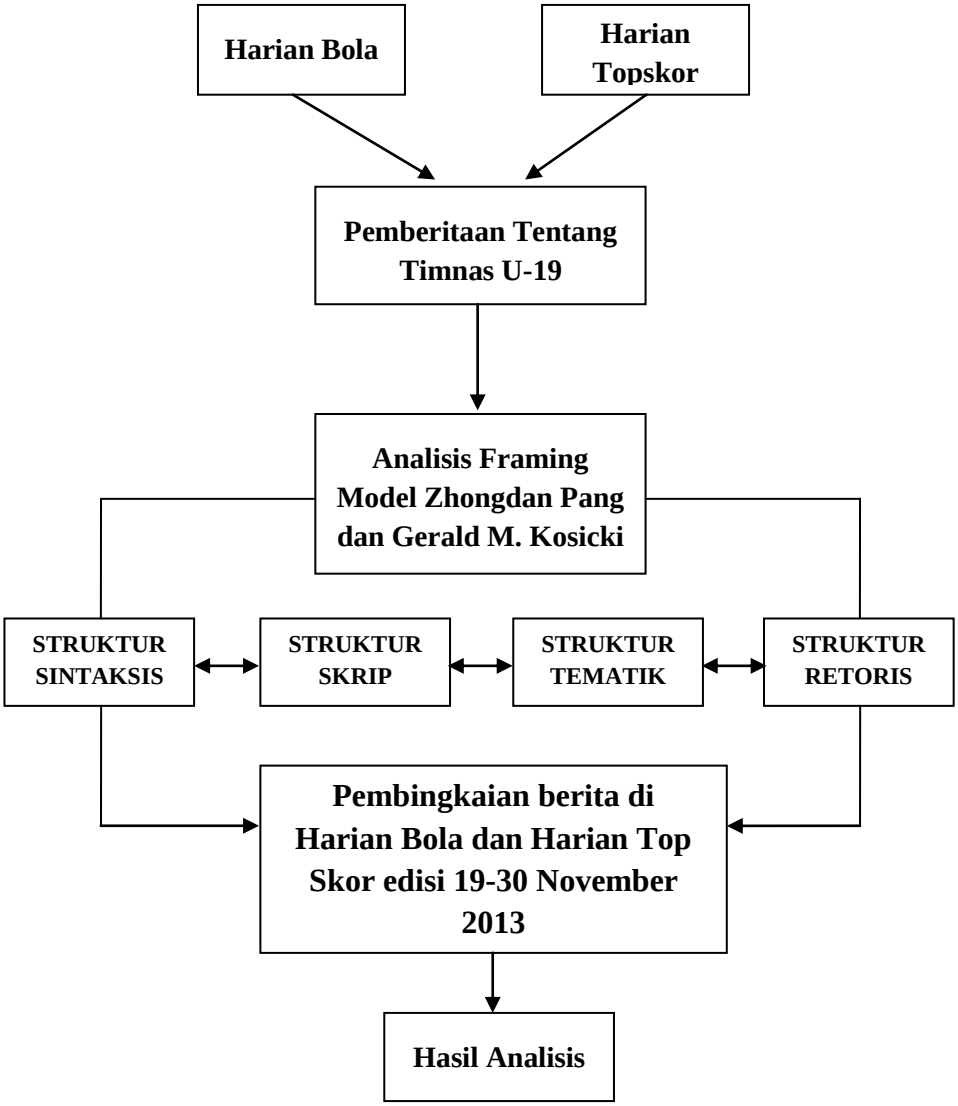
Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki media melakukan pembingkaian berita dengan cara menkonstruksi dan memproses peristiwa. Untuk

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 Timnas U-19 di harian Bola dan harian Top Skor. Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1

Alur Model Penelitian



Sumber: Peneliti, 2013