BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu adalah penelitian yang di jadikan peneliti sebagai referensi nya pada penelitian ini. Adapun referensi- referensi penelitian terdahulu adalah:

2.1.1.1 Skripsi Fazar Nur Setiawan, UNIKOM 2013

"Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis *framing* Zhondang Pan Dan Gerald M. Kosicki Di Media Online Kompas.com Dan Republika.co.id Periode Januari 2013)"

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui bagaimana analisis *framing* pemberitaan Gratifikasi seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id pada periode bulan Januari 2013, menganalisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerlad M. Kosicki yang memiliki empat perangkat *framing* yaitu: struktur *sintaksi, struktur skrip, struktur tematik,* dan struktur *retoris* agar dapat dketahui bagaimana pembingkaian sebuah media.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analsisi *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M.Kosicki. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, studi dokumentasi dan penelurusan data *online*. Objek yang di analisis adalah pemberitaan Gratifikasi Seks yang dilakukan oleh media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pembingkaian berita Gratifikasi seks oleh media *online* Kompas.com dan Republika.co.id dengan empat struktur sesuai dengan analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki bahwa pembingkaian yang dilakukan oleh Kompas.com lebih memberikan pemahaman terhadap pemberitaan gratifikasi seks secara umum dengan sudut pandang nasionalis, sementara Republika lebih mengedepankan penyampaian pemberitaan gratifikasi seks dengan mengkaitkan ke ranah religious. Kedua media tersebut mengkontruksi realitasnya dengan mengikuti ideologi yang mereka miliki sehingga jadilah pembingkaian tersebut

2.1.1.2 Skripsi Shirley S CH , UNIKOM 2013

“Pembingkaian Berita Keterlibatan Artis Raffi Ahmad Dalam Kasus Narkoba”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahu pembingkaian (*framing*) pemberitaan tentang keterlibatan artis raffi ahmad dalam

kasus narkoba edisi Januari- Februari 2013. Berita yang di analisis sebanyak enam berita yang semuanya adalah berita utama.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode yang di gunakan adalah analisis *framing* model Robert N. Etman. Metode ini digunakan untuk menganalisis cara media massa mengkontruksi realitas dengan mengidentifikasi pendefinisian maslaah, perkiraan sumber masalah pembuatan keputusan moral, dan penyelesaian masalah.

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa Harian Umum Pikiran Rakyat mendefinisikan masalah keterlibatan Raffi Ahmad sebagai pintu masuk untuk menyampaikankejahatan luar biasa kepada masyarakat, perkiraan penyebab masalahnya adalah maslah waktu ketahanan mental, penilaian moralnya yaitu *shock teraphy* untuk Raffi Ahmad, dan penyelesaian masalah berupa kejelasan pembenahan hukum. Sedangkan Harian Pagi Tribun Jabar membingkai pendefinisian maslah kasus Raffi Ahmad ini sebagai *warning* buat siapapun yang ada di Indonesia, perkiraan penyebab maslaahnya adalah masalah penyebab awal kejadian, penilaian moralnya yaitu me-*warning* masyarakat agar berhati-hati dengan narkoba, dan penyelesaian masalah berupa pencegahan dimulai dari lingkungan keluarga sendiri.

Kesimpulan yang diperoleh adalah Harian Umum Pikiran Rakyat memberitakan pemberitaan kasus Raffi Ahmad lebih besar

kadar subjektifitas dari objektifitasnya. Sedangkan Harian Pagi Tribun Jabar memberitakan pemberitaan kasus Raffi Ahmad secara objektif, sesuai dengan fakta di lapangan.

Saran untuk Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar tetap terus mempertahankan nilai berita pada setiap informasi yang di sajikan. Saran bagi peneliti seterusnya yakni peneliti harus dapat menguasai analisi *framing* dan permaslahan berita dengan baik utuk pemahaman berita.

2.1.1.3 Skripsi Riska Khaerunnisya, Universitas Hasanuddin makasar 2012, Analisis *Framing* Pemberitaan Kepengurusan PSSI Terkait Format Kompetisi Liga Indonesia 2011/12 Pada Media *Online* Goal.com Indonesia

Analisis *framing* pemberitaan kepengurusan PSSI terkait format kompetisi Liga Indonesia 2011/2012 pada media *online* Goal.com Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media *online* Goal.com Indonesia dalam membongkai pemberitan klub peserta liga terhadap format kompetisi liga Indonesia 2011/2012.

Data penelitian dilaksanakan di kota makasar. Adapun media yang diteliti adalah media *online* terbesar di Indonesia yang

khusus menyajikan berita seoakbola khususnya berita seputar liga Indonesia

Hasil penelitian menunjukan bahwa Goal.com Indonesia memiliki kecendrungam jika pengurusan PSSI terkait format kompetisi liga Indonesia telah melanggar pedoman dan hasil kongres PSSI. Penelitian ini juga menemukan bahwa pemberitaan Goal.com Indonesia seputar klub-klub yang menolak kompetisi IPL.

Tabel 2.1

Tabel PenelitianTerdahulu

No	**Judul**	**Peneliti**	**Metode Penelitian**
1.	Pembingkaian berita Gratifikasi Seks (Analisis *framing* Zhondang pan dan Gerlad M. Kosicki 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 peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analsis *framing* dari Zhodang Pan dan Gerald M. Kosicki

2.	Pembingkaian Berita Keterlibatan Artis Raffi Ahmad Dalam Kasus Narkoba (Analisis *Framing* Robert N. Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar edisi Januari - Februari 2013)	Shirley S CH , (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2013	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analsis *framing* dari Robert. Etnman
	Analisis *Framing* Pemberitaan Kepengurusan PSSI Terkait Format Kompetisi Liga Indonesia 2011/12 Pada Media *Online* Goal.com Indonesia	Riska Khaerunnisya (skripsi) Studi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makasar	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analsis *framing* dari Zhodang Pan dan Gerald M. Kosicki

Sumber: Peneliti 2014

2.1.2 Pengertian 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 Schramm(1955) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*). Yaitu panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, pesan itu berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

2.1.3 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memilki ciri tersendiri. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy (1993) mengartikan

komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, 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

Saat ini tanpa disadari dalam kejadian kehidupan sehari-hari kita tidak akan mungkin lepas dari terpaan media massa. Banyak tindakan yang kita lakukan berdasarkan informasi yang diberikan media massa. Termasuk berbagai kebutuhan sehari hari juga dipilih oleh media massa. Menurut Dennis McQuail, dalam karya ilmiah Aurora, selain sebagai industri media berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan dalam pengertian tata cara, *mode* , gaya hidup, dan norma norma. Media menjadi sumber dominan bagi individu dan masyarakat untuk memperoleh gambaran citra realitas sosial. Oleh karena itu tak heran jika sekarang sering disebut dengan abad komunikasi massa. Sebab, selain komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu menyampaikan pikiran dengan jutaan pikiran manusia secara serentak, sehingga media sudah melekat dalam kehidupan manusia sehari hari.

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).

Sejalan dengan perkembangannya media massa dibagi menjadi dua bagian yakni media cetak dan media elektronik. Berikut adalah penjelasannya :

2.1.3.1 Media Cetak

Hamundu (1999), media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dapat di temui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram yang diperlihatkan poster.

Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi.

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

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

- Buletin

2.1.3.2 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 (Nurudin, 2003 :57).

Sketsa singkat peralihan utama dalam kemampuan berkomunikasi menunjukan dua faktor. Pertama, revolusi komunikasi sedang terjadi sepanjang keberadaan manusia. Masing-masing menyediakan alat perubahan penting yang dapat membawa untuk memikirkan diri manusia. Kedua, pertumbuhan media massa telah 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 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

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, 2009:145)."

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, 2009 : 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 tidak 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 (Effendy, 2009 : 154).

2.1.4.1 Fungsi Pers

Sebagai lembaga kemasyarakatan (*social institution*) tentu menduduki 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. Namun dalam fungsi ini mengamanatkan

pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

4. *To influenc*e (Kontrol sosial)

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

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

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 masyarakat 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 Nilai Berita

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

Opini (*views*) merupakan salah satu produk jurnalistik yang meliputi artikel, tajuk rencana (*editorial*), karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca. Pemisahan secara tegas berita dan opini,

merupakan konsekuensi dari norma dan etika luhur jurnalistik yang tidak menghendaki berita sebagai fakta objektif, diwarnai atau dibaurkan dengan opini sebagai pandangan yang sifatnya subjektif.

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

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja tertentu, tapi juga mempunyai ideologi profesional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka. Ideologi profesional wartawan yang paling jelas tentu saja apa itu berita dan berita apa yang baik. Semua itu mempunyai ukuran dan kriteria yang disebut nilai berita. Eriyanto(2002:106-107), menjelaskan nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ini merupakan prosedur awal dari bagaimana peristiwa dikontruksi. Ukuran-ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh

wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat di gambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.2

Nilai-Nilai Berita

Prominance	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukanlah berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
Human Interest	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebinh mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh di Surabaya saja.
Conflict/Controversy	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk

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

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

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

Semakin penting, semakin jarang dan semakin berkaitan peristiwa tersebut dengan khalayak, maka semakin dapat dianggap

sebagai berita, dan semakin aneh, unik, dan jarang peristiwa tersebut maka semakin kuat kemungkinannya disebut sebagai berita. Semua proses ini berkaitan dengan proses produksi berita, nilai-nilai dalam kerja rutinitas organisasi berita ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadaran wartawan.

2.1.4.3 Jenis-Jenis Berita

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

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

2.1.4.4 Unsur-unsur Berita

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

Tabel 2.3

Unsur Berita 5W dan 1H

What (Apa)	Untuk mengetahui tentang berita apa yang akan ditulis, tema apa yang akan diangkat dalam berita, atau hal apa yang akan dibahas dalam berita tersebut.
Who (Siapa)	Untuk mengetahui siapa tokoh yang menjadi tokoh utama di *what*. Unsur siapa selalu menarik perhatian pembaca. Unsur Siapa ini harus dijelaskan dengan menunjukkan ciri-cirinya seperti nama, umur, pekerjaan, alamat serta atribut lainnya berupa gelar (bangsawan, suku, pendidikan) pangkat/jabatan.

Where (Dimana)	Untuk mengetahui lokasi kejadian peristiwa (dimana) atau tempat berlangsungnya peristiwa tersebut.
When (Kapan)	Untuk mengetahui waktu peristiwa itu terjadi.
Why (Mengapa)	Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi.
How (Bagaimana)	Untuk menggambarkan suasana dan proses peristiwa terjadi.

Sumber : Peneliti 2014

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

2.1.4.5 Struktur Berita

Ada berbagai konsep penyusunan dan penulisan berita. Namun untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak pendengar, khususnya penulisan berita, setidaknya sampai sekarang berita biasa disajikan dalam bentuk piramida terbalik. Bagian paling atas atau alinea yang pertama sering disebut

dengan teras berita. Bagian tengah merupakan tubuh berita dan bagian bawah adalah ekor berita.

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

2.1.4.6 Landasan Penyajian Berita

Setiap media massa, baik media cetak maupun media elektronik.mempunyai landasan dalam penyajian dan penulisan berita. Menurut Errol Jonathans, setiap media massa tersebut harus menerapkan rumus yang disebut teori A + B + C = D , yaitu *Accuracy* + *Balance* + *Carity* = *Credibility*. Jadi kredibilitas berita, penulis berita dan lembaga tempat wartawan bernaung tergantung kepada :

a) *Accuracy* (Keakuratan). Akurasi disebut sebut sebagai pondasi untuk segala macam penulisan dan laporan jurnalistik, sebab akurasi menyangkut kepercayaan khalayak.

b) *Balance* (Keseimbangan). Keberimbangan berarti tidak berat sebelah dan tidak merugikan salah satu pihak dalam pemberitaan. Faktor keseimbangan menjadi terasa lebih penting untuk media yang berada di lingkungan masyarakat multi rasial dan multi relijius.

c) *Clarity* (Kejelasan). Faktor kejelasan bisa diukur dari apakah khalayak mengerti isi dan maksud berita yang disajikan, intinya tidak menimbulkan makna yang biasa lagi bagi khalayak.

2.1.4.7 Berita di Surat Kabar

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

2.1.5 Paradigma Konstruksionis

Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkan. Konstruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L Berger bersama Thomas

Lckman, yang menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas. Menurut Berger manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus. Masyarakat merupakan produk manusia, dan sebaliknya manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Keduanya secara terus-menerus memberikan aksi kembali terhadap penghasilannya.

Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahap. Pertama, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan ekspresi diri manusia kedalam dunia atau ke tempat dimana ia berada, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Sudah menjadi sifat manusia untuk terus-menerus melakukan interaksi dengan lingkungan luarnya, sejak ia dilahirkan sampai dengan mati. Kedua, objektivitasi, yaitu hasil atau produk yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan ekstenalisasi manusia tersebut. Hasil tersebut menjadi realitas objektif yang bisa menghadapi manusia sebagai hasil produk tersebut. Ketiga, internalisasi. Proses ini merupakan penerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran manusia sehingga subjektifitas individu dipengarui oleh stuktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat (Eriyanto,2002:14-15).

Bagi Berger realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya ia dibentuk dan

dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas sesuatu realitas.

Menurut Berger dalam Eriyanto, realitas merupakan realitas subjektif sekaligus realitas objektif. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antara individu dengan objek. Setiap individu mempunyai latar belakang sejarah, pengetahuan dan lingkungan yang berbeda-beda, yang bisa menghasilkan penafsiran yang berbeda ketika melihat dan berhadapan langsung dengan objek. Sebaliknya realitas itu juga mempunyai dimensi objektif sesuatu yang dialami, bersifat eksternal, berada diluar. Dalam perpektif kontruksi sosial, kedua realitas tersebut saling berdialektika, membentuk dan dibentuk masyarakat begitu untuk seterusnya (Eriyanto, 2002:17).

Dalam konteks berita, gagasan Berger mengenai konstruksi realitas memandang bahwa teks berupa berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realias. Berita dalam konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang nyata. Tetapi, ia adalah produk interaksi wartawan dengan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan akan melihat realitas yang kemudian ditaati dan diterima dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Dalam memaknai realitas, wartawan bisa mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan

hal itu bisa dilihat dari bagaimana mereka mengkontruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita.

2.1.5.1 Fakta/Peristiwa Dalam Pandangan Paradigma Konstruksionis

Realitas itu hadir karena didirikan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksionis, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu, tergantung bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan. James W. Carey menuturkan realitas bukanlah sesuatu yang diberi, seakan-akan ada, realitas sebaliknya diproduksi. Hal yang utama dalam pandangan konstruksionis adalah fakta itu sendiri bukan sesuatu yang diberi melainkan ada yang terdapat dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan. Kita secara aktif mendefinisikan dan memaknai peristiwa atau fakta tersebut sebagai sesuatu. Karena fakta itu diproduksi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas tergantung pada bagaimana fakta tersebut dikonstruksi (Eriyanto, 2002;19).

2.1.5.2 Media Massa Dalam Pandangan Paradigma Konstruksionis

Selama kita mengetahui bahwa media massa adalah sebuah saluran, dan sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke komunikan. Media massa adalah saluran untuk menggambarkan realitas atau peristiwa. Tetapi dalam pandangan konstruksionis media massa bukanlah sekedar saluran untuk menggambarkan realitas. Menurut Eriyanto, media massa juga merupakan subjek yang mengkonstruksikan realitas lengkap dengan pandangan bias dan pemihakannya.

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

2.1.5.3 Berita Dalam Pandangan Paradigma Kontruksionis

Berdasarkan uraian sebelumnya, fakta merupakan hasil konstruksi dan media sebagai agen konstruksi, begitu juga berita dalam pandangan konstruksionis juga dilihat sebagai hasil konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai wartawan atau media. Menurut Eriyanto, bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat bergantung pada bagaimana fakta dipahami dan dimaknai oleh media dan wartawan.

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

karena berita adalah produk jurnalistik bukan representasi dari realitas.

2.1.5.4 Wartawan dalam Pandangan Paradigma Konstruksionis

Paradigma konstruksionis memandang wartawan sebagai agen/ *actor* konstruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta, memberikan atau mentransfer apa yang dilihatnya dilapangan, melainkan wartawan juga mendefinisikan peristiwa dan secara aktif membentuknya.

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

Dengan kata lain dalam proses kerjanya wartawan seringkali bukan melihat lalu menyimpulkan suatu peristiwa dan

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

2.1.6 Konsep *Framing*

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, 2009 : 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, 2009 : 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 2009:163 dan Eriyanto, 2002 68 :69).

Ada beberapa definisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Definisi *framing* tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.4

Tabel 2.4

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.

2.1.6.1 Analisis *Framing* Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam Eriyanto adalah suatu model yang paling popular dan banyak di pakai. Proses didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari yang lain. Ada dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan. Pertama dalam konsepsi psikologi, kosep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua konsepsi sosiologis, lebih melihat pada proses konstruksi sosial atas realitas.

Tabel 2.5

Model Framing Zhondang 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 : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media.

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* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

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.

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.

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.

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

2.2.1 Konstruksi Realitas Media Massa

Istilah konstruksi sosial atas realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*" (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin 2008:13)

Ide dasar semua teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya memiliki pandangan bahwa

> "Manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosial. Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial (Bungin,2008:11)."

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur di mana individu melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu

manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang bebas di dalam dunia sosialnya.

Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalamnya maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Paradigma konstruktivis menjelaskan bahwa realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Akhirnya, dalam pandangan paradigma definisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.

Bungin dalam bukunya "Konstruksi Sosial Media Massa" yang mengutip dari Berger dan Luckman menjelaskan bahwa :

> "Konstruksi sosial adalah sebuah proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang terjadi antara individu di dalam masyarakat. Ketiga proses tersebut terjadi secara simultan membentuk dialektika, serta menghasilkan realitas sosial berupa pengetahuan umum, konsep, kesadaran umum, dan wacana publik. Konstruksi sosial dibangun oleh individu dan masyarakat secara dialektika. Dan yang dimaksud konstruksi sosial itu adalah realitas sosial yang berupa realitas obyektif, subyektif, maupun simbolis". (2008:212)

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan

internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivitas, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. (Bungin, 2008:15)

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Substansi "teori konstruksi sosial media massa" adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebenarnya merata. Realitas terkonstruksi itu juga membentuk opini. (Bungin, 2008:193)

Atas dasar pemikiran semacam itulah kaum konstruksionis memiliki pandangan tersendiri dalam melihat wartawan, media dan berita. Konsep mengenai konstruksionisme ini diperkenalkan oleh Peter L.Berger dan Luckmann melalui *"The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge"* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin,2008:13)

Ada beberapa definisi mengenai framing, meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian, tetapi ada titik singgung utama dari setiap definisi tentang *framin*g. Pada dasarnya *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksikan oleh media (Eriyanto, 2002:66). Proses dari pembentukan dan konstruksi realitas peristiwa yang dihadirkan oleh media, hasil akhirnya adalah bagian bagian realitas yang hadir dapat disajikan secara menonjol agar lebih mudah dikenal. Sehingga khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media, dan aspek-aspek yang tidak ditonjolkan, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

> "*Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak, *framing* membuat dunia lebih diketahui dan dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu, bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian, membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti (Eriyanto,2002:67)."

Selain menonjolkan bagian dan aspek tertentu untuk mempermudah khalayak mengenal sebuah realitas.

> "*Framing* juga merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan dan redaksi. Yang pada akhirnya menentukan fakta mana yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. *Framing* seperti yang dikatakan Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan

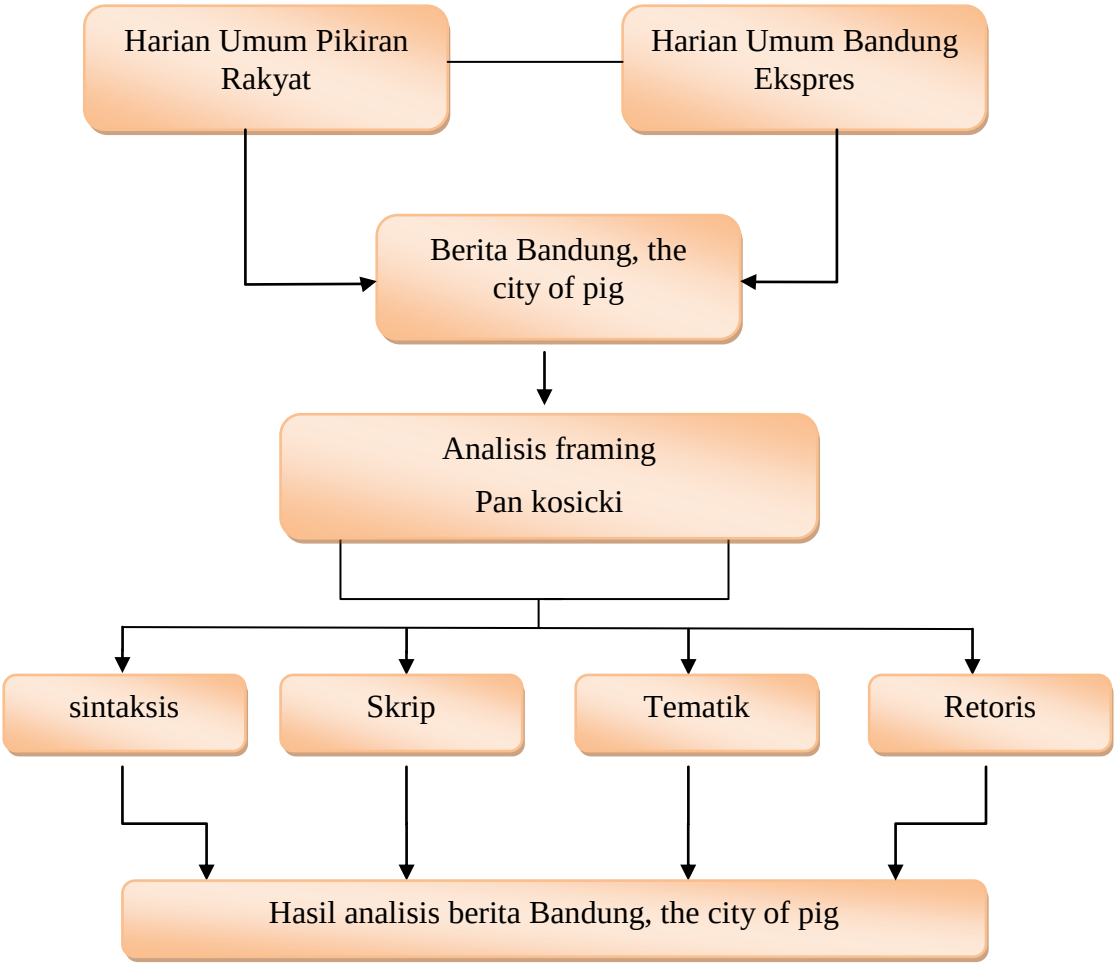
sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2002:68).”

2.2.2 Model Alur Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis mengambarkan kerangka pemikiran penelitian yang akan peneliti teliti dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2014