BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali penelitian dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang telah ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

1. **Skripsi Fazar Nur Setiawan**, **Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki di Media *Online* Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013), Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013**

Penelitian Fazar Nur Setiawan 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 dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memiliki empat perangkat *framing* yaitu : struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik dan struktur retoris agar dapat diketahui bagaimana pembingkaian sebuah media.

Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, studi dokumentasi, dan penelusuran data *online*. Objek yang dianalisis adalah pemberitaan Gratifikasi Seks yang lakukan oleh media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.

Hasil penelitian menunjukkan struktur sintaksis Kompas.com membahas pada koridor secara umum kepada pembaca dengan bersifat netral dan Republika.co.id lebih sebagai suatu yang kontra dengan pemahaman agama, struktur skrip Kompas.com dan Republika.co.id tidak mengikuti kaidah penulisan berita dengan unsur 5W+1H, struktur tematik Kompas.com dengan pernyataan-pernyataan dari ahli dan tokoh secara umum namun Republika.co.id seks dengan pemahaman religius

didukung pernyataan dari ahli dan tokoh agama Islam, struktur retoris Kompas.com terdapat pada penggunaan bahasa yang nasional dan Republika.co.id menggunakan frasa yang lebih terarah ke bahasa religius. Wartawan dan medianya memiliki ideologi yang melatari dalam menyampaikan pemberitaan berita tentang Gratifikasi Seks.

Kesimpulan penelitian ini yaitu media *online* Kompas.com lebih menekankan penyampaian berita tentang Gratifikasi Seks lebih kearah nasionalis secara umum yang bersifat netral, sedangkan media *online* Republika.co.id menyampaikannya bisa terlihat sangat kontra dengan suatu hal tentang seks termasuk Gratifikasi Seks ini, dengan mengarahkan dan mengkaitkan sisi religius.

Saran dari penelitian ini adalah untuk memahami analisis *framing* lebih dalam dan diharapkan mengambil sebuah kasus yang menarik yang mempunyai nilai objektifitas tinggi.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sama-sama menggunakan analisis *framing* menggunakan metode Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Objek penelitian ini juga sama-sama mengenai media massa. Perbedaannya terletak pada media massa yang diteliti. Fazar meneliti media *online* yaitu Kompas.com dan Republika.co.id, sedangkan penelitian ini meneliti media *online* Antaranews.com, dan Kompas.com.

Penelitian Fazar berfokus pada pemberitaan Gratifikasi Seks sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pemberitaan bom Thamrin.

2. **Skripsi Revino Tryantito, Pembingkaian berita Tim Nasional U-19 (Studi Analisis *Framing* Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Harian Bola dan Top Skor Edisi 19-30 November 2013) Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2014**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembingkaian pemberitaan Tim Nasional U-19 di Harian Bola dan Harian Top Skor. Untuk menjawab penelitian ini peneliti menggunakan empat struktur pengamatan yang dijadikan sub-fokus sebagai identifikasi masalah yaitu Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini digunakan untuk mengetahui cara media massa membingkai berita dengan empat struktur pengamatan identifikasi masalah.

Data penelitian pemberitaan Tim Nasional U-19 periode 19 November 2013 sampai dengan 30 November 2013 yang berjumlah 8 berita dari di Harian Bola dan Harian Top Skor. Dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari pengumpulan berita dari Harian Bola dan Harian Top Skor. Teknik

analisis data dilakukan dengan cara koleksi data, reduksi data, memperlihatkan data dan verifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa Harian Bola dan Harian Top Skor membingkai suatu berita Tim Nasional U-19 dengan sudut pandang berbeda. Harian Bola dalam melakukan pembingkaian berfokus pada taktikal. Sedangkan Harian Top Skor dalam melakukan pembingkaian meliputi taktikal dan juga hal lain selain taktikal. Kesimpulan dari penelitian ini masih banyak kekurangan dipemenuhan unsur 5W+1H.

Saran untuk Harian Bola dan Harian Top Skor tidak terlalu berlebihan dalam pemberitaan Tim Nasional U-19. Saran bagi peneliti seterusnya yakni model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki relevan untuk analisis *framing* media cetak.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sama-sama menggunakan analisis *framing* menggunakan metode Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Objek penelitian ini juga sama-sama mengenai media massa. Perbedaannya terletak pada fokus dan media yang diteliti. Revino meneliti media cetak Harian Bola dan Harian Top Skor, sedangkan penelitian ini meneliti media *online* yaitu Antaranews.com, dan Kompas.com. Penelitian Revino berfokus pada pembingkaian

pemberitaan Tim Nasional U-19 sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pemberitaan bom Thamrin.

3. **Skripsi Shirley Suandrea Chandra, 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), Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembingkaian (*framing*) pemberitaan tentang keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba edisi Januari-Februari 2013. Berita yang dianalisis sebanyak 6 berita, yang semuanya adalah berita utama.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode yang digunakan adalah analisis framing model Robert N. Entman. Metode ini digunakan untuk menganalisis cara media massa mengkonstruksi realitas dengan mengidentifikasi pedefinisian masalah, perkiraan sumber masalah, pembuatan keputusan moral, dan penyelesaian masalah.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa Harian Umum Pikiran Rakyat mendefinisikan masalah keterlibatan Raffi Ahmad ini sebagai pintu masuk untuk menyampaikan kejahatan luar biasa kepada masyarakat, perkiraan penyebab masalahnya adalah masalah waktu dan

ketahanan mental, penilaian moralnya yaitu *shock therapy* untuk Raffi Ahmad, dan penyelesaian masalah berupa kejelasan pembenahan hukum. Sedangkan Harian Pagi Tribun Jabar membingkai pendefinisian masalah kasus Raffi Ahmad ini sebagai warning buat siapapun yang ada di Indonesia, perkiraan penyebab masalahnya 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 daripada 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 disajikan.

Saran bagi penelitian seterusnya yakni peneliti harus dapat menguasai analisis framing dan permasalahan berita dengan baik untuk pemahaman berita.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan sama-sama menggunakan analisis *framing*. Objek penelitian ini juga sama-sama mengenai media

massa. Perbedaannya terletak pada fokus dan media yang diteliti serta model analisis *framing* yang digunakan. Shirley meneliti media cetak Harian Pikiran Rakyat dan HarianPagi Tribun Jabar dan menggunakan model *framing* Robert N. Entman, sedangkan penelitian ini meneliti portal berita *online* yaitu Antaranews.com, dan Kompas.com. Penelitian Shirley berfokus pada pembingkaian berita keterlibatan artis Rafii Ahmad dalam kasus narkoba, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pembingkaian berita bom Thamrin.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian ini
1.	Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki di Media *Online*	Fazar Nur Setiawan, (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analsis framing dari Zhodang Pan dan	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan media yang diteliti. Fazar meneliti media *online* kompas.com dan republika.co.id, sedangkan peneliti

	Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013)	Indonesia 2013	Gerald M. Kosicki	meneliti portal berita *online* antaranews.com dan kompas.com, serta fokus penelitian Fazar adalah pembingkaian berita gratifikasi seks, sedangkan penelitian ini berfokus pada pembingkaian berita bom Thamrin
2.	Pembingkaian berita Tim Nasional U-19 (Studi Analisis *Framing* Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Harian Bola dan Top Skor Edisi	Revino Tryantito, (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2014	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analsis framing dari Zhodang Pan dan Gerald M. Kosicki	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan media yang diteliti. Revino meneliti media cetak yaitu Harian Bola dan Harian Top Skor, sedangkan pada penelitian ini, yang ditetilti adalah portal

	19-30 November 2013)			berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com. Fokus penelitian Revino adalah pembingkaian berita Tim Nasional U-19 sedangkan fokus penelitian ini adalah pembingkaian berita bom Thamrin.
3.	Pembingkaian Berita Keterlibatan Artis Raffi Ahmad dalam Kasus Narkoba : (Analisis Framing Robert N. Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi	Shirley Suandrea Chandra, (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2013	Pada penelitian ini, Shirley menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* dari Robert N. Entman	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, media yang diteliti, dan pendekatan analisis *framing*-nya. Shirley meneliti media cetak, yaitu Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar, sedangkan pada

	Tribun Jabar edisi Januari-Februari 2013)			penelitian ini yang diteliti adalah portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com. pendekatan analisis *framing* yang digunakan Shirley adalah analisis *framing* Robert N. Entman, sedangkan yang peneliti gunakan ialah analisis *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki.

2.1.2 Tinjauan 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 bukunya, Ia 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). Hovland 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 publik (*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 Tinjauan 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 Tinjauan 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 negeri.

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
- 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 Tinjauan Media *Online*

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

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

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

Sama halnya dengan telepon, sebuah media *online* akan memungkinkan seorang wartawan (Jurnalis *online*) mewawancarai orang dimanapun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Pendeknya informasi melalui jaringan internet sangat memudahkan seorang wartawan menjalankan tuganya dimanapun dia berada. (Ardianto. 2007 : 156)

2.1.5.1 Karakteristik Media *Online*

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

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

10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.1.5.2 Jurnalisme Media *Online*

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

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

1. ***Audience Control***

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

2. ***Nonlienarity***

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

3. ***Storage and retrieval***

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

4. ***Unlimited Space***

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

5. ***Immediacy***

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

6. ***Multimedia Capability***

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

7. ***Interactivity***

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

2.1.6 Tinjauan 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.

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).

Tabel 2.2

Unsur Berita 5W+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 (menagapa)	Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi.

How (bagaimana)	Untuk menggambarkan suasana dan proses peristiwa terjadi.

Sumber : Peneliti 2016

2.1.6.1 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.

2.1.6.2 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, 2012 : 118)

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

1. **Rutinitas Organisasi**

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

2. **Nilai Berita**

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

3. **Kategori Berita**

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

4. **Ideologi Profesional / Objektivitas**

   Standar profesional berhubungan dengan jaminan yang ditekankan kepada khalayak bahwa apa yang disampaikan adalah suatu yang benar atau kebenaran. Menurut Shomeker dan Reese, objektivitas lebih merupakan ideologi bagi jurnalis yang disediakan oleh jurnalis, maksudnya adalah objektivitas dan ideologi datang bersamaan dengan datangnya sirkulasi dan kapitalisme dalam industri percetakan dan media.

2.1.6.3 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.

2.1.6.4 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.

2.1.6.5 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 klan 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 (2012:106-107), 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 2.3

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 lebih 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 aja.
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: Konstruksi Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta. LkiS. 2012

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.

2.1.7 Tinjauan Pandangan Konstruksionis

Analisis *framing* termasuk kedalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Konsep mengenai konstruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger. Bersama Thomas Luckman, ia banyak menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas. Tesis utama dari berger adalah manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus-menerus. (Eriyanto.2012:16)

Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahap, pertama, eksternalisasi. Eksternalisasi adalah 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, objektivasi, yaitu hasil

yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendir sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Ketiga adalah, internalisasi. Proses ini merupakan penerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran manusia sehingga subjektivitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan akan dianggap ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. (Eriyanto.2012: 15-17)

Bagi Berger (dalam Eriyanto.2012: 18), realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang mempunyai pengalaman,preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

2.1.7.1 Fakta dan Peristiwa dalam Pandangan Konstruksionis

Realitas itu hadir karena didirikan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, 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 apa yang terdapat dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kita lah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai sesuatu. Karena fakta itu di produksi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas tergantung pada bagaimana fakta tersebut di konstruksi. (Eriyanto,2012)

2.1.7.2 Media dalam Pandangan Konstruksionis

Dalam Pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, media juga merupakan subjek yang mengkonstruksi realita, lengkap dengan pandangan, bias, dan kepemihakannya. Disini, media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan.

2.1.7.3 Berita dalam Pandangan Konstruksionis

Menurut konstrusionis, berita juga merupakan sebuah hasil dari konstruksi sosial yang 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 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 perspektif dan pertimbangan subjektif.

Hal ini dapat dilihat dari contoh sederhana, yakni bagaimana seorang tokoh lebih besar dalam sebuah berita dibandingkan dengan tokoh yang lain. Namun dalam pandangan konstruksionis, perbedaan antara realitas yang sesungguhnya dengan berita tidak dianggap suatu kesalahan, tetapi suatu kewajaran karena berita adalah produk jurnalistik, bukan representasi dari realitas.

2.1.7.3 Wartawan dalam Pandangan Konstruksionis

Menurut pandangan ini, wartawan merupakan agen/aktor pembentuk realitas. Wartawan tidak semata hanya mengambil fakta begitu saja, melainkan wartawan juga mendefinisikan peristiwa dan secara aktif membentuknya.

Dalam melakukan tugasnya, wartawan sebenarnya bukan 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 subjektivitas, misalnya dengan memilih fakta tertentu dan membuang fakta yang lainnya. Wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya karena ia merupakan bagian intrinsik dalam pembentukan berita. Lagipula berita yang disajikan bukan merupakan produk individual wartawan, melainkan juga merupakan bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawannya. (Eriyanto, 2012)

2.1.8 Tinjauan 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.2012 : 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.2012:3)

Menurut G.J. Aditjondro (Sudibyo, 1999b:165 dalam Sobur.2015:165) 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.

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, 2015 : 162).

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

Tabel 2.4

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 tertentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipaham, kategorisasi juga dapat diartikan sebagai penyederhanaan, realitas yang kompleks dan berdimensi. Banyak dipahami dan ditekankan supaya dimengerti dan hadir dalam benak khalayak.
Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	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 Framing: Konstruksi Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta. LkiS. 2012

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

Model *framing* yang dperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media.

Zhongdang 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 2.5

Kerangka *Framing* Pan dan Kosicki

Struktur	Perangkat *Framing*	Unit yang Diamati
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun 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. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi antarkalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: Alex Sobur. Analisis Teks Media. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2015

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 memberi 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 laporan 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. (Eriyanto, 2012:18)

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 objektif melalui proses eksternalisasi (usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik

dalam keadaan mental maupun fisik). Setelah proses eksternalisasi, akan terjadi proses obyektivasi, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia. Manusia juga mempengaruhi realitas sosial yang subyektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia objektif 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. (Eriyanto, 2012: 15-18)

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 Gerald M. Kosicki inilah, yang menjadi kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian mengenai pemberitaan bom Thamrin. Seperti yang diketahui, pada periode Januari 2016, portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com menampilkan berita mengenai tragedi Thamrin, 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.

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 tragedi bom Thamrin di portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com.

Berdasarkan kerangka pemikiran inilah, peniliti ingin bisa jauh memahami dan menemukan seperti apa portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com membingkai berita mengenai Bom Thamrin. Apakah ketiga 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. Kosicki inilah peneliti berusaha mengkontruksi berita mengenai bom Thamrin di portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com periode Januari 2016.

2.3 Alur Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini peneliti mencoba menyajikan bagaimana cara media *online* membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com menggunakan analisis framing dengan model dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Berdasarkan paparan diatas dapat digambarkan sebuah bagan guna mempermudah peneliti dalam meneliti berita tentang bom Thamrin di portal berita *online* Antaranews.com dan Kompas.com. Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut**:**

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran

