BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1

Matrik Perbedaan Tinjauan Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Persaman	Perbedaan
1.	UNIKOM 2013 "Pembingkaian berita keterlibatan ar tis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba : (analisis *Framing* Robert N.Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar edisi Januari-Februari 2013)."	- Pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing.	- Pada berita yang dianalisis oleh Shirley tentang pemberitaan keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba, sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan pilkada DKI Jakarta 2017. - Pada desain penelitian ini peneliti menggunakan konsep dari Zhondang Pan Dan Gerald M. Kosicki. - Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak (Koran), sedangkan peneliti dari media online.
2.	Feri Setiawan, UNIKOM 2014 "Analisis *Framing* Zhondang Pan Dan Gerald M. Kosicki Pada Pemberitaan "Bandung, *The City Of Pig*" Di Harian Umum Pikiran Rakyat Dan Bandung Ekspres Edisi 5 Februari 2014."	- Pendekatan kualitatif dengan metode analisis *framing*. - Pada desain penelitian	- Pada berita yang dianalisis oleh Feri tentang pemberitaan "BANDUNG, THE CITY OF PIG", sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan pilkada DKI Jakarta 2017. - Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak (Koran), sedangkan

		mengguna kan konsep dari Zhondang Pan Dan Gerald M.Kosicki.	peneliti dari media online.
3.	Skripsi Firman Fernando UNPAD 2014 "Pembingkaian Peristiwa Kemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) pada Pemilu Legislatif 2014 (Analisis Framing Model Robert N. Entman Tentang Pembingkaian Peristiwa Kemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) pada Pemilu Legislatif 2014 di Majalah Berita Mingguan Tempo dan Gatra)."	- Pendekatan kualitatif dengan metode analisis *framing*.	- Pada berita yang dianalisis oleh Firman tentang kemenangan partai PDIP, sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan pilkada DKI Jakarta 2017. - Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak (Koran), sedangkan peneliti dari media online.

Sumber: Peneliti, 2017

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Manusia tidak dapat tidak berkomunikasi, oleh karena itu setiap hari manusia melakukan komunikasi maka komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan rutin sehari-hari. Komunikasi diperlukan baik dalam urusan keluarga, dengan teman, dengan lingkungan sampai dengan urusan bisnis. Dalam komunikasi yang kita dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan apa yang kita inginkan. Dan komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia, yang sangat mendasar.

Seperti halnya, makan dan minuman, manusia, membutuhkan

komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak janung, keberadaannya, amat penting bagi kehidupan manusia, namun kita sering melupakan betapa besar peranannya. Dengan berkomunikasi kita mampu mengungkapkan segala jenis perasaan kita yang ingin kita sampaikan kepada orang lain sehingga kita mendapatkan satu tujuan dari apa yang kita harapkan.

Disadari atau tidak komunikasi memiliki peran yang angat besar dalam suatu hubungan yang dilakukan oleh manusia hubungan terhadap dirinya sendiri, terhadap keluarga, dan terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Dalam Mulyana dijelaskan, kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2007:46).

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin atau *communicatio* dan 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).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi teori dan Praktek, ilmu komunikasi adalah Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2001: 10).

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya 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. Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour* of *other individuals*).

Jadi, dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus

benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif. (Effendy, 2001:10)

Menurut Willbur Schramn, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya Communication *Research In The United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lainlain.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang. Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan, informasi dari seseorang ke orang lain (Handoko, 2002 : 30).

Tidak ada kelompok yang dapat eksis tanpa komunikasi: pentransferan makna di antara anggota-anggotanya. Hanya lewat pentransferan makna dari satu orang ke orang lain informasi dan gagasan dapat dihantarkan. Tetapi komunikasi itu lebih dari sekedar menanamkan makna tetapi harus juga dipahami.

2.1.3. Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bittner seperti dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat *"mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people"* (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). (Rakhmat 2003:188) Menurut Gerbner seperti dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, *"mass communication is the technologically and institutionally flow of message in industrial societies"* (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). (Rakhmat 2003:188)

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar daripada komunikasi pribadi. Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang berbeda pada saat yang sama, tidak akan bisa menyesuaikan harapannya untuk memperoleh tanggapan mereka secara pribadi.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright, (2007: 4) komunikasi

dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:

1 Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar

2 Pesan disampaikan secara terbuka

3 Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik)

4 Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa dikemukakan oleh Effendy, (2007 : 18) secara umum yaitu:

1. Fungsi Informasi

   Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

2. Fungsi Pendidikan

   Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

3. Fungsi Mempengaruhi

   Media massa dapat mempengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*), maupun tingkah laku (*conative*).

2.1.4. Tinjauan Media Massa

Elvinaro mengatakan, media massa pada dasarnya dapat menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah, sedangkan media massa elektronik meliputi televisi, radio siaran film dan media *online.*

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik Media massa menurut Cangara (2006) antara lain:

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

simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, suku, jenis kelamin.

2.1.4.1 Media Online

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut:

> "Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet".

Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) – koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) – radio, televisi, dan film/video.

Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber* journalism didefinisikan wikipedia sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet". Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web,

termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

2.1.4.2 Karakteristik Media Online

Karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas –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,
9. *chat room, polling*, dsb.
10. Terdokumentasi, informasi tersimpan di ”bank data” (arsip) dan dapat
11. ditemukan melalui ”link”, ”artikel terkait”, dan fasilitas ”cari” (search).
12. 10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink)yang berkaitan

dengan informasi

13. tersaji.

2.1.5. Tinjauan Pers

Pers berasal dari perkataan Belanda pers yang artinya menekan atau mengepres. Kata pers merupakan padanan dari kata press dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Secara harfiah kata pers atau press mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantaraan barang cetakan.

Sekarang kata pers atau press digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai jiwa dan raga. Pers adalah aspek raga, karena ia berwujud, konkret dan nyata, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, dan menghidupi aspek pers. Sumadiria dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Indonesia" menjelaskan bahwa pers adalah :

> "Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala : surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual barkala yakni radio, televisi, film dan media on line internet. Pers dalam arti luas disebut media massa." (Sumadiria, 2005:31)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers No. 40/1999, yang terdapat di buku Sumadiria yang berjudul "Jurnalistik Indonesia" menyatakan bahwa pers adalah :

"Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang

melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia." (Sumadiria, 2005:31). Definisi di atas, bahwa Pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang out put-nya berupa kegiatan jurnalistik yakni mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, memberikan gambaran yang sangat jelas dimana ada keterkaitan antara jurnalistik dan pers. Sebenarnya kaitan antara pers dan jurnalistik adalah pers sebagai lembaga atau organisasi yang menyebarkan berita sedangkan jurnalistik lebih kepada praktek atau kegiatan menyebarkan berita.

2.1.5.1 Fungsi Pers

Mahi M. Hikmat di dalam bukunya yang berjudul "Etika dan Hukum Pers" menjelaskan empat fungsi pers, yaitu :

1. Informasi *(to inform)*
2. Mendidik *(to educate)*
3. Rekreasi/Penghibur *(to entertaint)*
4. Kontrol Social *(to influence)*

Penjelasan ke empat fungsi dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Informatif

   Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Pers menghimpun beritayang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak, kemudian menuliskanya dalam kata-kata, dan menyebarkanya ke publik. 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. Dalam prinsip jurnalistik, syarat utama berita tersebut serring dirumuskan dalam 5W+1H *(what, who, where, when, why, dan how)*. Sebuah berita atau informasi dianggap lengkap jika keenam pertanyaan tersebut sudah terjawab dengan komplit.

2. 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 mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Informasi yang disebarkan pers sejatinya memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif, maupun psiomotorik pembaca, pendengar, dan penonton. Dengan fungsi ini pula, pers harus dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencerahan terhadap muridnya (pembaca, pendengar, penonton). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa dan kecendrungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai – nilai luhur universal, nilai – nilai dasar nasional, dan kandungan budaya local dari satu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

3. Rekreasi/Penghibur

Fungsi pers yang ketiga lebih melekat pada media adio dan televisi. Bahkan sebelum hadirnya televisi dan radio yang bervisi news, fungsi menghibur merupakan fungsi utama. Walaupun begitu bagi sebagian media besar elektronik, ampai saat ini fungsi menghibur tetap merupakan fungsi yang dominan.

Bahkan kalau di persentasekan sebagian besar televisi dan radio menjalankan fungsi hiburannya di atas 80% dari 100% acara yang mereka tayangkan. Fungsi ini memang mengamanatkan pers harus mampu memerakan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat, khususnya bagi pembaca, pendengar atau penontonya.

Dalam media cetak fungsi menghibur ini pun dilakukan dengan memuat kisah-kisah dunia, baik yang nyata dalam bentuk *feature* atau fiksi berupa cerpen atau cerita beersambung, puisi, berita acara hiburan, berita seputar selebritis, humor, komik, dan lain sebagainya.

4. Kontrol Sosial

Pers menjadi bagian yang memberikan kontribusi sesuai visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah. Pers berfungsi sebagai kontrol dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini di beberapa Negara, seperti Indonesia, melahirkan pers sebagai lembaga kekuatan ke empat dalam konsep pemisahan kekuasaan dari Montisque atau dalam sistem pembagian

kekuasaan seperti di Indonesia. Oleh karena itu, pers mendapat julukan four estate ; pers adalah pilar demokrasi ke empat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolute. Di Negara-negara yang menganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat *(watchdog function).* Pers juga harus bersikap independent. (Hikmat, 2011 : 54-57)

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:

1. 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.

2. Fungsi Sosial

Undang-undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, menyuratkan fungsi pers yang ada di Indonesia sebagai lembaga social. Hal itu dimainkan dengan melihat realitas yang selalu hadir di Indonesia akan bencana yang selalu hadir dan mengakibatkan rasa empati untuk kepada masyarakat lain. Sehingga banyak media cetak dan elektronik berlomba-lomba menyediakan, menampung dan menyalurkan setiap korban bencana dan kemiskinan yang didera masayarakat yang terjadi, ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan fungsi sosial yang mereka perankan.

3. 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.

4. 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.

5. Fungsi Sejarah

   Pers berfungsi juga sebagai juru tulis terhadap fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. Fakta adalah sebuah sejarah bagi kehidupan masa 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.

2.1.5.2 Elemen-elemen Jurnalisme

Ada sejumlah prinsip dalam jurnalisme, yang sepatutnya menjadi pegangan setiap jurnalis. Prinsip-prinsip ini telah melalui masa pasang dan surut. Namun, dalam perjalanan waktu, terbukti prinsip-prinsip itu tetap bertahan.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001), dalam bukunya *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (*New York*: *Crown Publishers*), merumuskan prinsip-prinsip itu dalam Sembilan Elemen Jurnalisme. Kesembilan elemen tersebut adalah:

1. **Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran**

   Kewajiban para jurnalis adalah menyampaikan kebenaran, sehingga masyarakat bisa memperoleh informasi yang mereka butuhkan untuk berdaulat. Bentuk "kebenaran jurnalistik" yang ingin dicapai ini bukan sekadar akurasi, namun merupakan bentuk

kebenaran yang praktis dan fungsional. Ini bukan kebenaran mutlak atau filosofis. Tetapi, merupakan suatu proses menyortir (*sorting-out*) yang berkembang antara cerita awal, dan interaksi antara publik, sumber berita (*newsmaker*), dan jurnalis dalam waktu tertentu. Prinsip pertama jurnalisme pengejaran kebenaran, yang tanpa dilandasi kepentingan tertentu (*disinterested pursuit of truth*) adalah yang paling membedakannya dari bentuk komunikasi lain.

Contoh kebenaran fungsional, misalnya, polisi menangkap tersangka koruptor berdasarkan fakta yang diperoleh. Lalu kejaksaan membuat tuntutan dan tersangka itu diadili. Sesudah proses pengadilan, hakim memvonis, tersangka itu bersalah atau tidak-bersalah. Apakah si tersangka yang divonis itu mutlak bersalah atau mutlak tidak-bersalah? Kita memang tak bisa mencapai suatu kebenaran mutlak. Tetapi masyarakat kita, dalam konteks sosial yang ada, menerima proses pengadilan serta vonis bersalah atau tidak bersalah tersebut, karena memang hal itu diperlukan dan bisa dipraktikkan. Jurnalisme juga bekerja seperti itu.

2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga (*citizens*)

Organisasi pemberitaan dituntut melayani berbagai kepentingan konstituennya: lembaga komunitas, kelompok kepentingan lokal, perusahaan induk, pemilik saham, pengiklan, dan banyak kepentingan lain. Semua itu harus dipertimbangkan oleh organisasi

pemberitaan yang sukses. Namun, kesetiaan pertama harus diberikan kepada warga (*citizens*). Ini adalah implikasi dari perjanjian dengan publik.

Komitmen kepada warga bukanlah egoisme profesional. Kesetiaan pada warga ini adalah makna dari independensi jurnalistik. Independensi adalah bebas dari semua kewajiban, kecuali kesetiaan terhadap kepentingan publik. Jadi, jurnalis yang mengumpulkan berita tidak sama dengan karyawan perusahaan biasa, yang harus mendahulukan kepentingan majikannya. Jurnalis memiliki kewajiban sosial, yang dapat mengalahkan kepentingan langsung majikannya pada waktu-waktu tertentu, dan kewajiban ini justru adalah sumber keberhasilan finansial majikan mereka.

3. Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi

Yang membedakan antara jurnalisme dengan hiburan (*entertainment*), propaganda, fiksi, atau seni, adalah disiplin verifikasi. Hiburan –dan saudara sepupunya "*infotainment*" berfokus pada apa yang paling bisa memancing perhatian. Propaganda akan menyeleksi fakta atau merekayasa fakta, demi tujuan sebenarnya, yaitu persuasi dan manipulasi. Sedangkan jurnalisme berfokus utama pada apa yang terjadi, seperti apa adanya.

Disiplin verifikasi tercermin dalam praktik-praktik seperti mencari saksi-saksi peristiwa, membuka sebanyak mungkin sumber

berita, dan meminta komentar dari banyak pihak. Disiplin verifikasi berfokus untuk menceritakan apa yang terjadi sebenar-benarnya. Dalam kaitan dengan apa yang sering disebut sebagai "obyektivitas" dalam jurnalisme, maka yang obyektif sebenarnya bukanlah jurnalisnya, tetapi metode yang digunakannya dalam meliput berita.

Ada sejumlah prinsip intelektual dalam ilmu peliputan: 1) Jangan menambah-nambahkan sesuatu yang tidak ada; 2) Jangan mengecoh audiens; 3) Bersikaplah transparan sedapat mungkin tentang motif dan metode Anda; 4) Lebih mengandalkan pada liputan orisinal yang dilakukan sendiri; 5) Bersikap rendah hati, tidak menganggap diri paling tahu.

4. Jurnalis harus tetap independen dari pihak yang mereka liput

Jurnalis harus tetap independen dari faksi-faksi. Independensi semangat dan pikiran harus dijaga wartawan yang bekerja di ranah opini, kritik, dan komentar. Jadi, yang harus lebih dipentingkan adalah independensi, bukan netralitas. Jurnalis yang menulis tajuk rencana atau opini, tidak bersikap netral. Namun, ia harus independen, dan kredibilitasnya terletak pada dedikasinya pada akurasi, verifikasi, kepentingan publik yang lebih besar, dan hasrat untuk memberi informasi. Adalah penting untuk menjaga semacam jarak personal, agar jurnalis dapat melihat segala sesuatu dengan jelas dan membuat penilaian independen. Sekarang ada

kecenderungan media untuk menerapkan ketentuan "jarak" yang lebih ketat pada jurnalisnya. Misalnya, mereka tidak boleh menjadi pengurus parpol atau konsultan politik politisi tertentu. Independensi dari faksi bukan berarti membantah adanya pengaruh pengalaman atau latar belakang si jurnalis, seperti dari segi ras, agama, ideologi, pendidikan, status sosial ekonomi, dan *gender*. Namun, pengaruh itu tidak boleh menjadi nomor satu. Peran sebagai jurnalislah yang harus didahulukan.

5. **Jurnalis harus melayani sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan**

   Jurnalis harus bertindak sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan. Wartawan tak sekedar memantau pemerintahan, tetapi semua lembaga kuat di masyarakat. Pers percaya dapat mengawasi dan mendorong para pemimpin agar mereka tidak melakukan hal-hal buruk, yaitu hal-hal yang tidak boleh mereka lakukan sebagai pejabat publik atau pihak yang menangani urusan publik. Jurnalis juga mengangkat suara pihak-pihak yang lemah, yang tak mampu bersuara sendiri.

   Prinsip pemantauan ini sering disalahpahami, bahkan oleh kalangan jurnalis sendiri, dengan mengartikannya sebagai "mengganggu pihak yang menikmati kenyamanan." Prinsip pemantauan juga terancam oleh praktik penerapan yang berlebihan, atau "pengawasan" yang lebih bertujuan untuk memuaskan hasrat

audiens pada sensasi, ketimbang untuk benar-benar melayani kepentingan umum. Namun, yang mungkin lebih berbahaya, adalah ancaman dari jenis baru konglomerasi korporasi, yang secara efektif mungkin menghancurkan independensi, yang mutlak dibutuhkan oleh pers untuk mewujudkan peran pemantauan mereka.

6. **Jurnalisme harus menyediakan forum bagi kritik maupun komentar dari publik**

   Apapun media yang digunakan, jurnalisme haruslah berfungsi menciptakan forum di mana publik diingatkan pada masalah-masalah yang benar-benar penting, sehingga mendorong warga untuk membuat penilaian dan mengambil sikap. Maka, jurnalisme harus menyediakan sebuah forum untuk kritik dan kompromi publik. Demokrasi pada akhirnya dibentuk atas kompromi. Forum ini dibangun berdasarkan prinsip-prinsip yang sama sebagaimana halnya dalam jurnalisme, yaitu: kejujuran, fakta, dan verifikasi. Forum yang tidak berlandaskan pada fakta akan gagal memberi informasi pada publik. Sebuah perdebatan yang melibatkan prasangka dan dugaan semata hanya akan mengipas kemarahan dan emosi warga. Perdebatan yang hanya mengangkat sisi-sisi ekstrem dari opini yang berkembang, tidaklah melayani publik tetapi sebaliknya justru mengabaikan publik. Yang tak kalah penting, forum ini harus mencakup seluruh bagian dari komunitas, bukan

kalangan ekonomi kuat saja atau bagian demografis yang menarik sebagai sasaran iklan.

7. **Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting itu menarik dan relevan**

   Tugas jurnalis adalah menemukan cara untuk membuat hal-hal yang penting menjadi menarik dan relevan untuk dibaca, didengar atau ditonton. Untuk setiap naskah berita, jurnalis harus menemukan campuran yang tepat antara yang serius dan yang kurang-serius, dalam pemberitaan hari mana pun. Singkatnya, jurnalis harus memiliki tujuan yang jelas, yaitu menyediakan informasi yang dibutuhkan orang untuk memahami dunia, dan membuatnya bermakna, relevan, dan memikat. Dalam hal ini, terkadang ada godaan ke arah *infotainment* dan sensasionalisme.

8. **Jurnalis harus menjaga agar beritanya komprehensif dan proporsional**

   Jurnalisme itu seperti pembuatan peta modern. Ia menciptakan peta navigasi bagi warga untuk berlayar di dalam masyarakat. Maka jurnalis juga harus menjadikan berita dibuatnya proporsional dan komprehensif. Dengan mengumpamakan jurnalisme sebagai pembuatan peta, kita melihat bahwa proporsi dan komprehensivitas adalah kunci akurasi. Kita juga terbantu dalam memahami lebih baik ide keanekaragaman dalam berita.

9. **Jurnalis memiliki kewajiban untuk mengikuti suara nurani mereka**

   Setiap jurnalis, dari redaksi hingga dewan direksi, harus memiliki rasa etika dan tanggung jawab personal, atau sebuah panduan moral. Terlebih lagi, mereka punya tanggung jawab untuk menyuarakan sekuat-kuatnya nurani mereka dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Agar hal ini bisa terwujud, keterbukaan redaksi adalah hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip jurnalistik. Gampangnya mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, dan bahkan warga serta otoritas mapan, jika keadilan (*fairness*) dan akurasi mengharuskan mereka berbuat begitu. Dalam kaitan itu, pemilik media juga dituntut untuk melakukan hal yang sama. Organisasi pemberitaan, bahkan terlebih lagi dunia media yang terkonglomerasi dewasa ini, atau perusahaan induk mereka, perlu membangun budaya yang memupuk tanggung jawab individual. Para manajer juga harus bersedia mendengarkan, bukan cuma mengelola *problem* dan keprihatinan para jurnalisnya.

10. **Warga juga memiliki hak dan tanggung jawab dalam hal-hal yang terkait dengan berita.**

    Elemen terbaru ini muncul dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya internet. Warga bukan lagi sekadar konsumen

pasif dari media, tetapi mereka juga menciptakan media sendiri. Ini terlihat dari munculnya blog, jurnalisme *online*, jurnalisme warga (*citizen journalism*), jurnalisme komunitas (*community journalism*) dan media alternatif. Warga dapat menyumbangkan pemikiran, opini, berita, dan sebagainya, dan dengan demikian juga mendorong perkembangan jurnalisme.

2.1.5.3 Jenis Berita

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

1. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. *Depth news report*, reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.
3. *Comprehensive* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
4. *Interpretative report*, biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
5. *Feature story,* penulis mencari fakta yang menarik perhatian pembacanya.
6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistk yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwafenomenal atau aktual.

7. *Investigative reporting*, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi suatu tujuan. Biasanya pelaksanaannya sering ilegal atau tidak etis.
8. *Editorial writing* adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.

2.1.5.4 Nilai Berita

Menurut Sumadiria, nilai berita terbagi menjadi 11 nilai, yaitu:

1. Keluarbiasaan, berita adalah sesuatu yang luar biasa. Semakin besar suatu peristiwa semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkan.
2. Kebaruan, berita adalah sesuatu yang baru. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti.
3. Akibat, suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal yaitu seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak.
4. Aktual, berita adalah apa yang terjadi hari ini, apa saja yang belum diketahui, tentang apa saja yang akan terjadi hari ini atau adanya opini berupa pandangan dan penilaian yang berbeda dengan opini sebelumnya sehingga opini itu mengandung informasi penting dan berarti.
5. Kedekatan, berita adalah kedekatan, baik secara geografis maupun psikologis.

6. Informasi, informasi yang diberikan harus bermanfat bagi khalayak.
7. Konflik, berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan.
8. Orang penting
9. Ketertarikan manusiawi
10. Kejutan, berita bisa membawa sebuah kejutan yang tidak pernah terduga.
11. Seks.

2.1.5.5 Unsur Berita

Dalam proses pembelajaran memahami sebuah berita tentunya kita harus memahami unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah berita. Adapun unsur-unsur berita terdiri atas *what* (apa), *who* (siapa), *where* (dimana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Berikut penjelasan yang lebih lengkap dari unsur-unsur berita, yaitu :

1. ***What***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *what*, yaitu berisi pernyataan yang dapat menjawab pertanyaan apa.
2. ***Who***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *who,* yaitu disertai keterangan tentang orang-orang yang terlibat dalam peristiwa.
3. ***When***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *when*, yaitu menyebutkan waktu kejadian peristiwa.

4. ***Where***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *where*, yaitu berisi deskripsi lengkap tentang tempat kejadian.
5. ***Why***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *why*, yaitu disertai alasan atau latar belakang terjadinya peristiwa.
6. ***How***, Suatu berita dikatakan baik jika memenuhi unsur *how*, yaitu dapat dijelaskan proses kejadian suatu peristiwa dan akibat yang ditimbulkan.

2.1.5.6 Struktur Berita

Susunan atau struktur berita, khususnya dalam berita langsung, pada umumnya mengacu pada struktur piramida terbalik, yaitu memulai penulisan berita dengan mengemukakan bagian berita yang dianggap paling penting, kemudian diikuti bagian-bagian yang dianggap agak penting, kurang penting, dan seterusnya. Susunan berita bentuk piramida terbalik ini menguntungkan pembaca dalam hal efisiensi waktu karena langsung mengetahui berita paling penting. Karenanya, bentuk ini bisa lebih menarik perhatian pembaca.

2.1.6 Konstruksi Realitas Media Massa

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa

belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckmann tidak memasukan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas. Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subyektivasi, dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai "konstruksi sosial media massa". Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

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

   a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak

dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipat gandaan modal.

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

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

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

2. Tahap sebaran konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah real time. Media cetak memiliki konsep real time terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan

beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

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

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas
    a. Tahap pembentukan konstruksi realitas

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

        Tahap pertama adalah konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran.

Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiranpikirannya dikonstruksi oleh media massa.

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

b. Pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model : 1) model *good news* dan 2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik.

Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri.

Sementara, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri

4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa, b) kedekatan dengan media massa adalah *lifestyle* orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri, dan c) media massa walaupun memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas media berdasarkan subyektivitas media, namun kehadiran media massa dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

2.1.7 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. Dalam ilmu komunikasi, konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa.

Framing dapat dipandangan sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain.

Dengan kata lain analisis framing dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya (Sobur, 2004 : 162).

Ada beberapa definisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Definisi ahli dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.2

Definisi Framing para Ahli

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
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 dipahamidan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002

Framing memberikan tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks. Kata penonjolan itu sendiri dapat didefinisikan membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diinget khalayak. Informasi yang menonjol lebih diterima oleh khalayak.

Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam. Menempatkan aspek informasi lebih menonjol dibandingkan yang lain, lebih mencolok, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting atau dibungkam dengan aspek budaya yang akrab di benak khalayak. Dengan bentuk seperti itu, sebuah ide atau informasi lebih mudah terlihat, lebih mudah diperhatikan, diingat dan ditafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak.

Karena kemenonjolan adalah produk interaksi antara teks dan penerima, kehadiran frame dalam teks bisa jadi tidak seperti yang dideteksi oleh peneliti, khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks dan bagaimana teks berita tersebut dikonstruksi dalam pikiran khalayak. (Eriyanto, 2002:186)

Tahap awal framing tidak dilakukan oleh media. Manusia memiliki kemampuan untuk menafsirkan realitas yang terjadi di sekitarnya berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* yang dimilikinya. Eriyanto menyatakan, ada empat hal yang dilakukan manusia ketika menyusun bingkai konstruksi realitasnya sendiri, yaitu:

1. Simplifikasi, manusia cenderung memandang segala peristiwa melalui kerangka berpikir yang sederhana, sesuai dengan tingkat kemampuan berpikirnya. Seiring dengan bertambahnya usia, pengetahuan, dan pengalaman, manusia akan memandang dunia secara lebih beragam. Namun tetap saja proses pemahaman realitas akan dilakukan secara sederhana.
2. Klasifikasi, manusia menyadari bahwa dunia terdiri dari berbagai hal, sehingga secara psikologis manusia akan memisahkan hal-hal tersebut ke dalam beberapa kategori untuk memudahkan proses pemahaman. Manusia melekatkan ciri-ciri tertentu pada sebuah kategori tertentu, sehingga segala peristiwa yang terjadi dapat terlihat perbedaan-perbedaannya.
3. Generalisasi, klasifikasi membantu manusia melihat ciri-ciri peristiwa atau individu. Generalisasi merupakan kelanjutan dari proses tersebut, yang pada akhirnya membatasi ciri-ciri yang berdekatan atau mirip pada ciri-ciri yang didapat pada klasifikasi. Hal ini dapat menghasilkan prasangka.
4. Asosiasi, suatu peristiwa tidak hanya diidentifikasi atau dipahami, tetapi selanjutnya dihubungkan dengan peristiwa-peristiwa lain. Keragaman dunia dianggap memiliki keterkaitan satu dengan lainnya.

Menurut Eriyanto, dalam buku Analisis *Framing* :

> "*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika

> menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Dalam konsepsi Entman, *framin*g pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan." (Eriyanto, 2002:188).

Eriyanto juga menyebutkan *framing* sebagai berikut :

> "*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. 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, 2002:67-68).

Frame berita timbul dalam dua level. Menurut Eriyanto dalam buku analisis framing, Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. *Frame* berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita. Karena, frame dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra dan gambar tertentu yang memberikan makna dari teks berita. Kosa kata dan gambar itu

ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol dibanding bagian lain dalam teks. Itu dilakukan lewat pengulangan, penempatan yang lebih menonjol atau menghubungkan dengan bagian lain dalam teks berita. Sehingga bagian itu lebih menonjol, dilihat, dan lebih mempengaruhi khalayak. Secara luas pendefinisian masalah ini menyertakan, di dalamnya, konsepsi dan skema interpretasi wartawan. Pesan, secara simbolik menyertakan sikap dan nila. Ia hidup membentuk, dan menginterpresentasikan makna di dalamnya.

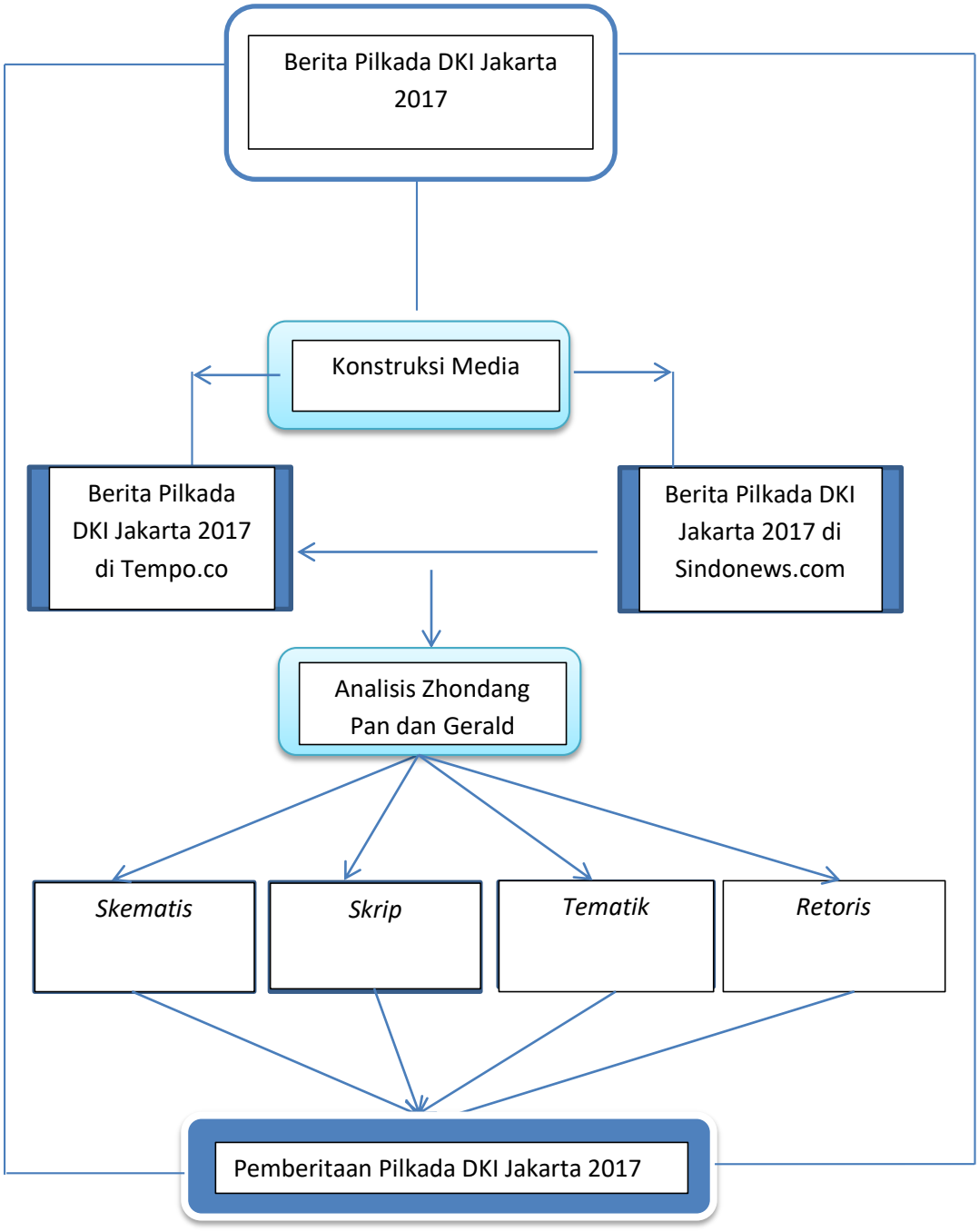
2.2 Kerangka Pemikiran

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Realitas dimaknai melalui proses konstruksi. Seperti pada pemberitaan mengenai pemberitaan pilkada DKI Jakarta 2017 di media online Tempo.co dan Sindonews.com. Media mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak. Untuk mendapatkan aspek-aspek dari realitas yang dilakukan oleh media dapat dilihat dan dianalisis dengan Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris. Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki sebagaimana wacana publik tentang isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosisikan. Walaupun peristiwa atau isu tersebut sama, tetapi dalam setiap penyampaiannya setiap media memiliki cara yang berbeda-beda dalam menonjolkan berita yang dibuat, sehingga walaupun beritanya sama tapi dari isi beritanya tentu berbeda-beda antara media yang satu dengan media yang lainnya.

Sementara dalam konsep framing dimana framing memiliki dua aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu: Pertama, memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan, apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Bagian mana yang dalam realitas dan bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Penelitian



Sumber: Peneliti, 2017

Dari gambar skema kerangka pemikiran diatas, dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini. Adapun penjelasan mengenai gambar diatas adalah sebagai berikut :

1. Pilkada DKI Jakarta 2017 merupakan sebagai bahan informasi yang sangat menarik dan menjadi objek dalam penelitian ini dalam sebuah pemberitaan yang akan ditulis oleh para wartawan.
2. Konstruksi realitas berita sebagai teori atau kerangka pemikiran teoritis pada analisis framing dalam penelitian ini.
3. Berita Pilkada DKI Jakarta 2017melalui proses konstruksi dari penonjolan berita, dimana pada proses ini penelitian untuk mengetahui kebijakan media online Tempo.co dan Sindonews.com terhadap berita Pilkada DKI Jakarta melalui analisis teknik framing dari Zhondang Pan dan Gerald Konsicki, dengan membagi empat elemen identifikasi masalah sebagai berikut :
    a) Skematis
    b) Skrip
    c) Tematik
    d) Retoris
4. Hasil akhir menjadi bagaimana pemberitaan tengtang Pilkada DKI Jakarta 2017 yang disajikan oleh media online Tempo.co dan Sindonews.com.

Dalam sudut pandang konstruktionis, media massa terus menerus melaksanan proses penyampaian pesan berupa berita, sebagai sebuah realitas yang dikonstruksikan kembali. Dalam hal ini, media massa akan mengkonstruksikan

berbagai peritiwa yang acak dan kompleks untuk sisusun kembali ke dalam sebuah berita.

Proses kostruksi berita itu sendiri dipengaruhi oleh dua fakroe, yaitu faktor internal antara lain ideologi, teknik, kepercayaan, kepentingan pada tingkat perorangan atau kelompok, juga struktur organisasi media tersebut. Sedangkan yang termasuk dalam faktor eksternal antara lain sistem politik, ekonomi, maupun sosiokultural.

Faktor-faktor tersebut, yang memengaruhi proses konstruksi berita, tidak mengherankan bila akhirnya sebuah peristiwa diberitakan dengan cara maupun sudut pandang yang berbeda oleh media massa yang berbeda pula. Namun, sebelum sampai pada tingkat media massa, proses mengkonstruksikan kembali tersebut sebelumnya akan dilakukan oleh wartawan. Wartawan bisa menyajikan realitas secara benar, kalau ia bertindak profesional dengan menyingkirkan keberpihakannya.

Kaum konstruksionis menilai, wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya, karena merupakan bagian yang instrinsik dalam pembentukan berita. Realitas tercita dari proses konstruksi melalui sudut pandang tertentu dari wartawan. Konstruksi wartawan ini sendiri dipengaruhi oleh makna, interpretasi dah hasil relasi antara individu dan objek (Eriyanto, 2002:28)

Wartawan dan media massa terus menerus melakukan proses konstruksi terhadap realitas, maka produk yang dihasilkan, yaitu berita, hanyalah sebuah konstruksi dari realitas. Dalam sebuah media, terdapat penonjolan dalam satu sisi tertentu pada suatu peristiwa dan mengesampingkan sisi lainnya. Dengan

demikian, media massa teah melakukan sebuah pembingkaian terhadap suatu peristiwa sehingga menghasilkan berita/potret yang memiliki makna tertentu.

Proses mengkonstruksi realitass dan menyajikannya kembali melalui media massa oleh wartawan disebut pembingkaian (*framing*). Oleh karena itu, analisis pembingkaian merupakan cara untuk membedah sejauh mana sebuah realitas dikonstruksikan dan disajikan kembali.

Berita pilkada DKI Jakarta 2017 di media online Tempo.co dan Sindonews.com mempunyai pandangan yang berbeda dari setiap pemberitaan yang dipublikasikan dalam kurun waktu tertentu dimana kecenderungan isi teks berita yang diberitakan. Tempo dan Gatra sudah tentu akan melakukan proses konstruksi realitas tersebut. Sebagai sebuah media massa yang merekam sebuah peristiwa, Tempo dan Gatra akan melakukan pembingkaian berita pilkada DKI Jakarta 2017 dengan menonjolkan aspek tertentu dan mengesampingkan asepek lainnya.

Berita-berita yang diajikan di media massa merupakan hasil dari sebuah konstruksi yang menghasilkan suatu pembingkaian serta memiliki kecenderungan untuk mengesampingkan aspek yang satu dengan yang lainnya, media massa juga tidak bisa terlepas begitu saja dari prinsip-prinsip jurnalisme yang ada. Bill dan Kovach dan Tom Rosenstiel dalam buku mereka yang berjudul Elemen-elemen Jurnalisme mengungkapkan adanya prinsip-prinsip tertentu yang seharusnya diharapkan publik.