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 penelitian proposal ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang 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.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Framing Robert N.Entman. Melalui metode ini peneliti dapat beberapa tulisan mengenai analisis framing, berikut ini penelitian mengenai analisis framing yang dilakukan oleh peneliti terdahulu:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Skripsi ini
1.	Pembingkaian Berita Gratifikasi Seks (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosick di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id Periode Januari 2013)	Fazar Nur Setiawan, Universitas Komputer Indonesia	Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M.	Berita Gratifikasi Seks	Perbedaannya terletak pada konsep framing, yang digunakan peneliti Robet N, Entman
2.	Pembingkaian berita keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba (analisis Framing Robert N.Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar edisi Januari-Februar	Shirley Suandrea Chandra, Universitas Komputer Indonesia	Analisis Framing Pendekatan Robert N.Entman	Berita keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba	Perbedaannya terletak pada analisis berita dan media yang berbeda
3	Pembingkaian Pemberitaan Isu Seks di Kalangan Pelajar Dalam Majalah HAI (Analisis *Framing*	Muhammda Iko Dwipa Gautama 210110090092 UNPAD	Analisi Framing Pendekatan Robert N.Entman	Seks di Kalangan Pelajar	Perbedaan Perbedaannya ada pada dalam objek yang di teliti

	model Robert M. Entman terhadap Isu seks edisi Khusus Seks 8-14 April 2013)				

Sumber : Peneliti 2017

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

Komunikasi tidak dapat terlepas dari semua aspek kehidupan masyarakat, oleh karena itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitos* (serba hadir). Artinya, komunikasi berada di manapun dan kapanpun juga. Komunikasi dalam kehidupan manusia terjadi melalui interakasi antar individu, sehingga komunikasi dibutuhkan sebagai salah satu proses interaksi yang bertujuan untuk mengubah pikiran, pandangan, serta perilaku individu tersebut.

Definisi yang menempatkan komunikasi sebagai suatu proses yaitu definisi Hovland, Janis and Kelley yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah seorang ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa :

> ‖*Communication is the process by which an individual transmits stimuly (ussually verbal) to modify the behaviour of other individuals*‖.

Dengan kata lain Komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa melalui komunikasi, setiap manusia dapat menyampaikan apa yang didalam

pikirannya baik pengiriman lambang-lambang yang berarti seperti bahasa atau simbol untuk mencapai kesamaan makna dengan manusia lain.

Menurut Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*), yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yangterjadi, ide atau pikiran, dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*), yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertaint*), yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*), yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy, 1998:3).

> Secara garis besar, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dan informasi yang memudahkan dan memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia disegala bidang kehidupan. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, karena dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan dengan satu sama lain dan mencapai satu kesamaan makna. Profesor Wilbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. (Changara, 2002:2)

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku —Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek‖.—Istilah komunikasidalam bahasa Inggris —Communications" berasal dari kata latin —Communicatio, dan bersumber dari kata —Communis‖ yang berarti —sama‖, maksudnya adalah sama makna.

kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan, Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan‖.(Effendy, 2005 : 9).

Sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek Carl I. Hovland, mendefinisikan –Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2005 : 10).

Sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi. Menurut Harold D. Laswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah –Dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect"*. (Wiryanto, 2004 :7).

Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi cenderung untuk berkonsentrasi pada satu atau beberapa pertanyaan diatas :

1. *Who* (siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan mengatakan, atau menyiatkan pesan-pesan baik secra lisan maupun tulisan. dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa factor yang memprakasai dan membimbing kegiatan komunikasi.
2. *Say What* (mengatakan apa), pesan yaitu: ide, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
3. *In which channel* (melalui saluran apa) media ialah alat yang

dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.

4. *To Whom* (kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.
5. *Effeck* (efek) yakni efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang di lakukan komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan.

Berdasarkan uraian pengertian komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi itu merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang atau kelompok (komunikator) kepada orang lain (komunikan), dengan harapan dapat menimbulkan perubahan sikap dan pendapat dari orang yang menjadi sasaran, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. (Wiryanto, 2004 :7).

2.1.2.2 Proses Komunikasi

1. Proses Komunikasi Secara Primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Maksud dari lambang disini adalah bahasa, sinyal, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu –menerjemahkan‖ pikiran atau perasaan komunikan kepada komunikator. Menurut Effendy (1998:13) proses komunikasi secara primer dimulai ketika komunikator menjadi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaan ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk mengawa-sandi (*decode*) pesan dari komunikator itu. Ini berarti komunikan menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Dalam proses ini komunikator berfungsi sebagai penyandi (*encoder*) dan komunikan berfungsi sebagai pengawa-sandi (*decoder*).

   Proses komunikasi antarpesonal yang dilakukan secara

primer, memungkinkan komunikator dan komunikan bertukar tempat, dalam arti komunikator pada suatu saat dapat menjadi komunikan sehingga komunikator yang menerima sandi, dan

komunikan dapat menjadi komunikator sehingga komunikan mengirimkan sandi. Dalam proses komunikasi ini, komunikator dapat langsung menangkap langsung umpan balik dari komunikan atau disebut juga *immediate feedback.* Selain komunikasi antarpesona proses komunikasi secara primer juga dapat berlangsung di dalam komunikasi kelompok, disinipun umpan baliknya dapat segera diterima oleh komunikator.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melakukan komunikasi karena komunikannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan banyak lagi merupakan media kedua yang sering

digunakan dalam komunikasi.

Umpan balik dalam berkomunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda, karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata

lambang – lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri – ciri atau sifat – sifat media yang akan digunakan.

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lwan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setalah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchana Effendy dalam bukunya Ilmu Komnukiasi Teori dan Praktek mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu :

1. Setiap gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

2. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah ke barat tapi kita memberikan jalur ke kiri.
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini alah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat bagaimana cara terbaik melakukannya. (Cangara, 2002:22)

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Komunikasi juga merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi menyangkut banyak aspek. **Harold D. Lasswell** (1948), seorang ahli ilmu politik yang kemudian menekuni komunikasi, berpendapat mengenai komunikasi yang mempunyai tiga fungsi sosial dan dikutip oleh **Sasa Djuarsa Sendjaja,** dalam bukunya yang berjudul "*Pengantar Komunikasi*" , sebagai berikut :

1. **Fungsi pengawasan**, merujuk kepada pengumpulan, pengolahan, produksi dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi baik didalam ataupun diluar lingkungan suatu masyarakat. Upaya

iniselanjutnya diarahkan pada tujuan untuk mengendalikan apa yang terjadi di lingkungan masyarakat.

2. **Fungsi kolerasi**, merujuk kepada upaya memberikan interpretasi atau penafsiran informasi mengenai peristiwa- peristiwa yang terjadi. Atas dasar interpretasi informasi ini diharapkan berbagai kalangan atau bagian masyarakat mempunyai pemahaman, tindakan atau reaksi yang sama atas peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dengan kata lain melalui fungsi kolerasi ini komunikasi diarahkan pada upaya pencapaian konsesus. Kegiatan komunikasi yang demikian lazim disebut sebagai kegiatan propaganda.

3. **Fungsi sosialisasi**, merujuk kepada upaya pendidikan dan pewarisan nilai-nilai, norma-norma, dan prinsip-prinsip dari satu generasi ke generasi lainnya atau dari anggota/kelompok masyarakat ke anggota-anggota/ kelompok-kelompok masyarakat lainnya.

(Sasa Djuarsa Sendjaja, 1993:44-45)

Disamping ketiga fungsi diatas, komunikasi juga mempunyai **fungsi hiburan.** Kegiatan komunikasi dengan demikian juga dapat diarahkan pada tujuan untuk menghibur. Banyak contoh dalam peristiwa sehari-hari yang menggambarkan hal ini.

Selain itu adapun fungsi komunikasi yang dikemukakan **William I. Gordon** dan dikutip oleh **Deddy Mulyana.** dalam bukunya *"Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar "*, sebagai berikut :

1. **Fungsi Pertama : Komunikasi Sosial**

   Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyarakan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhidar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memuouk hubungan dengan orang lain.

2. **Fungsi Kedua : Komunikasi Ekspresif**

   Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. **Fungsi Ketiga : Komunikasi Ritual**

   Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage,* mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang

tahun (Nyani ulang tahun dan pemotongan kue), pertunangan (melamar/tukar cincin) siraman, pernikahan, (ijab qabul, sungkeman kepada orang tua, sawer, dan sebagainya) hingga upacara kematian.

4. **Fungsi Keempat : Komunikasi Instrumental**

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum
   menginformasikan, mengajar,mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

   (Deddy Mulyana, 2007 :5-23)

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Gerbner (1967) mengenai komunikasi, yaitu interaksi sosial melalui pesan (*social interaction through massage*), tampaknya merupakan definisi yang dipandang paling sulit dipatahkan, setidaknya definisi itu sangat ringkas dan cukup tepat menggambarkan gejala komunikasi. Nmun demikian, terdapat upaya untuk terus mengajukan definisi lainnya agara dapat menggambarkan proses kerja.

Untuk memberikan batasan tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Begitu mendengar istilah komunikasi massa, biasanya yang muncul dibenak seseorang

adalah bayangan tentang surat kabar, radio, televisi atau film.

Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, menjabarkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima dan sesaat. (Rahkmat, 1993:77). Berbeda halnya dengan Effendy yang mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada khalayak umum, dan film yang dipertunjukan gedung-gedung bioskop. (Effendy, 2003:79).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah, film, dan sebagainya.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Karlinah dalam buku karangan Ardianto dan Erdinaya, Komunikasi Massa,antara lain adalah:

1. Fungsi Informasi

2. Fungsi Pendidikan

3. Fungsi Mempengaruhi

4. Proses Pengembangan Mental

5. Fungsi Adaptasi Lingkungan

6. Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Fungsi informasi dari media massa adalah penyebar informasi yang merupakan suatu kebutuhan pembaca, pendengar atau pemirsa. Fungsi pendidikan dari media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembacanya. Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk, feature, iklan, artikel, dan sebagainya, dimana khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi ataupun surat kabar. (Ardianto 20017:18-19)

Untuk mengembangkan wawasan kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, karena melalui komunikasi, manusia

akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi massa, yakni fungsi proses pengembangan mental. Fungsi adaptasi lingkungan adalah setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang ada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Media Massa

Media massa (mass media) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan channel of mass yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, karakteristik media massa itu meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru.

(Romly, 2002 : 5)

Media assa pada dasarnya dapat di bagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media

elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio, televise, film, dan media online (internet).(Ardianto, 2014:103)

2.1.5 Tinjauan Tentang Media Online

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat, karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media online. Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio online, TV online, pers online, dan mail online dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya. Dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar karya Ardianto Ardianto, pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs utnuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya (Straubhar dan LaRose. 2000: 267).

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

2.1.5.1 Karakteristik Media Online

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

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

10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji. (Romli. 2014:33)

2.1.5.2 Tinjauan Jurnalisme Online

Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web merupakan "generasi baru" jurnalistik setelah jurnalistik konvesional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*Broadcat journalism-radio dan televisi*). Jurnalistik *Online* dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. 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 secaraberurutan 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. (Romli. 2014:16)

2.1.6 Tinjauang Berita

Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang (Budyatna, 2009:40). Dari definisi tersebut dapat

dibedakan antara berita yang berdasarkan objektif (fakta) dan berita berdasarkan subjektif (opini).

Paul De Massenner mengatakan bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak. Sedangkan Dean M. Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik sebagian besar pembaca (Sumadiria, 2008:64).

Selain definisi-definisi berita diatas, Sumadiria dalam bukunya Jurnalistik Indonesia : Menulis Berita dan Feature mengatakan bahwa:

> "Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet," (Sumadiria, 2008:65).

2.1.6.1 Jenis-Jenis Berita

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

1. Berita langsung (straight news)

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

2. Berita ringan (soft news)

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

3. Berita kisah (feature)

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

2.1.6.2 Proses Produksi Berita

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

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

1. Rutinitas Organisasi

Semua proses seleksi dan sortir berita terjadi dalam rutinitas kerja keredaksionalan. Setiap hari institusi media secara teratur memproduksi

berita, dan proses seleksi itu adalah bagian dari ritme dan keteraturan kerja yang dijalankan setiap hari.

2. Nilai Berita

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

3. Kategori Berita

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

4. Ideologi Profesional / Objektivitas

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

2.1.7 Tinjauan Konsep Framing

Menurut Sudibyo dalam Sobur. Pada awalnya framing dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh lagi oleh Ervin Goffman pada tahun 1974. Goffman mengandaikan framing sebagai kepentingan – kepentingan perilaku (strips of behaviour) yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Konsep framing kini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk mengambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media massa. Namun konsep framing atau frame sendiri sebenarnya bukan murni konsep ilmu komunikasi, tapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Oleh karena itu menurut Sudibyo konsep framing dalam studi media massa banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi.

Dalam ilmu komunikasi, konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. Framing dapat dipandangan sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain. Dengan kata lain analisis framing dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih

bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya (Sobur, 2004 : 162).

Gamson dan Modigiani menyebut cara pandang media massa atau wartawan itu sebagai kemasan (package) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut mereka frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Berdasarkan konsep psikologi, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemenelemen tertentu suatu isu memperoleh kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, elemen-elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan. Menurut Ervin Goffman, secara sosiologis konsep frame analisis memelihara kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan interpretasi secara aktif pengalaman pengalaman hidup kita agar dapat dipahami. Skema interpretasi itu disebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi (Sobur, 2004 : 163).

Tood Gitlin mendefinisikan frame dengan konsep yang sama, sebagai seleksi penegasan dan ekslusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep itu dengan proses memproduksi wacana berita dengan mengatakan, frame memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran yang efisien kepada khalayak menurut Gitlin, frame adalah bagian yang pasti hadir dalam praktek jurnalistik. Dengan mengutip Ervin Goffman, ia menegaskan bagaiman frame media/wartawan tersebut

terbentuk. Menurutnya frame media/ wartawan tidak beda jauh dengan frame kehidupan sehari-hari yang sering kali kita lakukan. Kita bisa membingkai dan membungkus realitas dalam suatu aturan tertentu, kemasan tertentu dan menyederhanakannya serta memilih apa yang tersedia dalam pikiran dan tindakan (Sobur 2004:163).

Ada beberapa definisi mengenai framing yang disampaikan oleh berbagai ahli. Definisi framing tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.2

Tabel 2.2

Definisi-definisi Framing

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain.
William A. Gamsom	Cara bercerita atau gugusan ide ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan kontruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan idndividu

	untuk mengkontruksi makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitiin	Strategi bagaimana realitas/ dunia dibentuk dan disederhanakan demikian 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. pembentukan berita.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunkan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan membeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. *Frame* mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi

Sumber : (Eriyanto, 2002:77-79)

2.1.7.1 Analisis Framing Model Robert N. Entman

Robert N.Entman dalam Eriyanto adalah seorang ahli yang meletakan dasar dasar bagi analisis framing untuk studi isi media melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dalam konsep Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana unutk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Entman menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Sehingga framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain.

> Konsepsi Entman ini mengambarkan luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Peristiwa yang sama bisa dimaknai secara berbeda oleh media massa tergantung pada pemaknaan dan pemahaman yang dimiliki oleh wartawan dan kebijakan dari media massa.

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 Aksi bela ulama di TribunNews.com.

Dapat diketahui bahwa media tersebut memberitakan tentang Aksi bela ulama pada bulan Januari 2017. Hal ini tergantung dari mana media tersebut mengkonstruksikan peristiwa menjadi aspek-aspek realitas menjadi sebuah berita sehingga dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Untuk mendapatkan aspek-aspek dari realitas yang dilakukan oleh media dapat dilihat dan dianalisis dengan pendefinisian suatu isu (*define problem*) yaitu elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing.* Elemen ini merupakan *master frame*/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau masalah tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda, dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda (Eriyanto, 2012 : 225).

Memperkirakan masalah (*Diagnose causes*) Merupakan elemen *framing* yang membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dalam suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa *(what),* tetapi bisa juga berarti siapa *(who).* Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula (Eriyanto, 2012 : 225),

,Membuat keputusan moral(*make moral judgement*) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak (Eriyanto, 2012 : 226).

menekankan penyelesaian isu (*treatment recommendation*) elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2012 : 227).

Menurut 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..

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

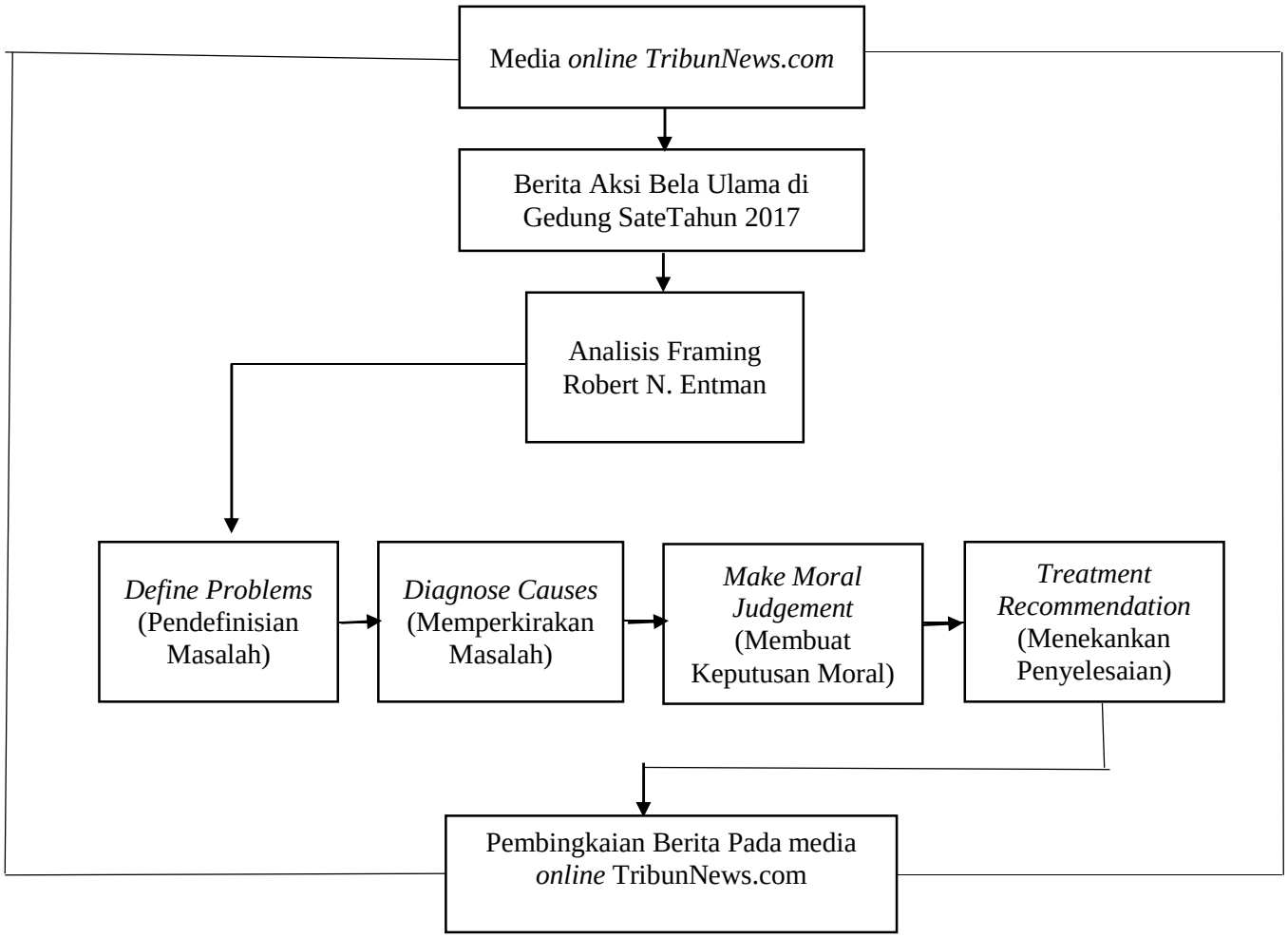
Pada penelitian ini peneliti mencoba menyajikan bagaimana cara media online membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari TribunNews.com dengan menggunakan analisis framing dengan pendekatan dari Robert N Entman.

Menurut Robert N Entman media melakukan pembingkaian berita dengan cara menkonstruksi dan memproses peristiwa. Untuk menunjukan sebuah pembingkaian berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi.

Berdasarkan paparan diatas dapat digambarkan sebuah bagan guna mempermudah peneliti dalam meneliti berita tentang Aksi Bela Ulama di media online TribunNews.com . Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2017