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:

2.1.1.1. Skripsi Shirley Suandrea Chandra, UNIKOM 2013

> "Pembingkaian berita keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba : (Analisis *Framing* Robert N.Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar edisi Januari-Februari 2013)"

2.1.1.2. Skripsi 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"

2.1.1.3. Firman Fernando, UNPAD 2012

> "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)".

Tabel 2.1

Matrik Perbedaan Tinjauan Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Persaman	Perbedaan
1.	UNIKOM 2013 "Pembingkaian berita keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba : (analisis *Framing* Robert N.Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar edisi Januari-Februari 2013)"	-Pendekatan kualitatif dengan metode analisis *framing*. - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Robert N. Entman. - Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak (Koran).	Pada berita yang dianalisis oleh Shirley tentang pemberitaan keterlibatan artis Raffi Ahmad dalam kasus narkoba, sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan Serangan Setya Novanto
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* - Objek Penelitian yang diteliti adalah pemberitaan di media cetak (Koran).	Pada berita yang dianalisis oleh Feri tentang pemberitaan "BANDUNG, THE CITY OF PIG", sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan Serangan Setya Novanto. Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Zhondang Pan Dan Gerald M. Kosicki, sedangkan peneliti menggunakan konsep Robert N.Entman
3.	Skripsi Firman Fernando UNPAD 2014 "Pembingkaian Peristiwa Kemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)	- Pendekatan kualitatif dengan metode analisis *framing* - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Robert	- Pada berita yang dianalisis oleh Firman tentang kemenangan partai PDIP, sedangkan peneliti menganalisis pemberitaan serangana Setya Novanto.

	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)".	N. Entman	

Sumber: Peneliti, 2017

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan di berbagai kalangan, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama, *communico, communicatio,* 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. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama. (Deddy Mulyana, 2007: 45-46).

Terdapat ratusan definisi komunikasi yang telah dikemukakan para ahli. Seringkali definisi komunikasi berbeda atau bahkan bertentangan dengan definisi lainnya. Dance menemukan tiga dimensi konseptual penting yang mendasari definisi-definisi komunikasi. Dimensi pertama adalah tingkat observasi (*level of observation*) atau derajat keabstrakannya.

Dimensi kedua adalah kesengajaan (*intentionality*). Contoh definisi yang mensyaratkan kesengajaan ini dikemukakan Gerald R. Miller, yakni komunikasi sebagai "situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima." Sedangkan definisi komunikasi yang mengabaikan kesengajaan adalah definisi yang dinyatakan Alex Gode, yakni "suatu proses yang membuat sama bagi dua orang atau lebih apa yang tadinya merupakan monopoli seseorang atau sejumlah orang."

Dimensi ketiga adalah penilaian normatif. Littlejohn menyebutkan, setidaknya terdapat tiga pandangan yang dapat dipertahankan. Pertama, komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka. Kedua, komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, baik disengaja atau tidak. Ketiga, komunikasi harus mencakup pesan yang dikirimkan secara sengaja, namun ini sulit ditentukan. Semua pakar komunikasi sepakat bahwa komunikasi mencakup perilaku sengaja yang diterima, namun mereka tidak sepakat perilaku lainnya yang dianggap sebagai komunikasi.

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigma atau perspektif yang digunakan ahli komunikasi tersebut dakam mendekati fenomena komunikasi. Paradigma ilmiah (objektif, mekanistik, positivistik) yang penelaahannya berorientasi pada efek komunikasi tampak dominan, mengasumsikan komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab-akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator/pengirim yang aktif untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikate/penerima yang pasif.

2.1.2.1 Proses Komunikasi

Tubbs mengatakan dalam proses komunikasi kemungkinan ada empat jenis pesan: (1) verbal disengaja; (2) verbal tidak disengaja; (3) nonverbal disengaja; (4) nonverbal tidak disengaja (Hikmat, 2011:6).

Menurut Onong Uchana Effendy, proses komunikasi dikategorikan menjadi dua, diantaranya adalah:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

   Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media saluran. Lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

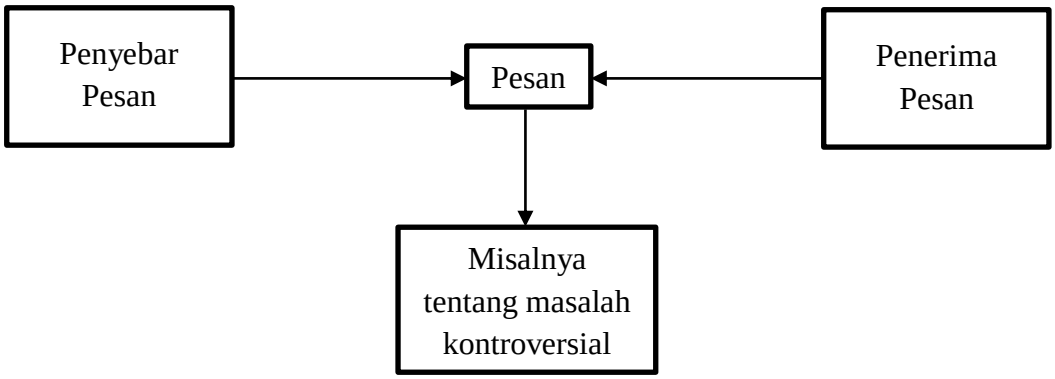
   Proses komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media

kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy. 1993: 38).

Dalam proses komunikasi, paling sedikit tiga unsur terdapat tiga unsur pokok, yaitu penyebar pesan, pesan, dan penerima pesan. Suatu komunikasi dapat dikatakan berhasil bila di antara penyebar dna penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai pesan. Isi pesan disampaikan oleh penyebar melalui lambang yang berarti. Lambang-lambang itu dapat dikatakan sebagai titian atau kendaraan untuk membawa pesan kepada penerima. Lambang-lambang atau simbol-simbol yang digunakan antarmereka dapat terdiri atas: bahasa (baik lisan maupun tulisan), isyarat-isyarat, gambar-gambar, tanda-tanda, dan lain-lain.

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber: Mahi, 2018

Gambar 2.1 ini mengingatkan pada model komunikasi paling klasik yang dikemukakan Aristoteles yang sering juga disebut model retoris (*rhetorical model*). Aristoteles adalah filsuf Yunani yang menjadi tokoh paling dini mengkaji komunikasi yang memberikan titik tekan pada persepsi persuasi. Menurutnya, komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Ia mengemukakan tiga unsur yang terdapat dalam proses komunikasi, yakni pembaca (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

1. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*)

   Seperti telah dikemukaan sebelumnya, bahwa fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah khalayak terpengaruh maka secara langsung ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan dari komunikasi. Mengubah sikap seseorang sehingga menjadi yang diharapkan si pemberi informasi.

2. Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*To Change The Opinion*)

   Tujuan selanjutnya mengubah opini, pendapat, atau pandangan seseorang, seperti yang diharapkan oleh pemberi informasi.

3. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*)

   Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi dan pesan yang disampaikan, sehingga tercapai seperti yang diinginkan pemberi informasi.

4. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*)

   Dari ketiga point diatas tujuan komunikasi menitikberatkan kepada suatu individu. Namun, pada point keempat ini suatu informasi dapat mengubah masyarakat atau suatu khalayak yang besar atau banyak menjadi seperti apa yang diharapkan pemberi informasi. Sehingga perubahan yang terjadi, yakni perubahan secara masal.

2.1.3. Tinjauan Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memilki ciri tersendiri. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikais dari benrbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy (1993) mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar, radio, film dan televisi.

Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak. Akibatnya terciptalah global village dimana setiap kejadian yang terjadi di suatu negara dalam beberapa saat bisa diketahui oleh masyarakat di dunia.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bitnner dalam Rakhmat yang mengatakan *Mass communication is messages communicated though a mass medium to a large of people*.

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa

adalah salah satu bentuk penyampian pesan dengan menggunakan media. Komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa melalui siap dan golongan mana pesan tersebut diterima dan ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media.

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 siaranm 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*

Media dapat diartikan dengan saluran atau alat, sedangkan *online* istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Sudiana (2000) dalam Nurliati (2001) yang dikutip oleh Vini Winarti Halim dalam skripsinya (2006:26), mendefinisikan media *online* sebagai media pemberitaan yang terbit secara *online* di internet. Menurut buku Jurnalistik Terapan yang ditulis oleh Syarifudin Yunus (2010: 27) mengatakan, Media *online* yaitu media internet, seperti *website*, *blog*, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. Mediaonline merupakan pemain baru dalam kancah pers Indonesia, menurut beberapa sumber media *online* di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994.

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. 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 *online* 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 elektronik : radio 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 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 sto*ry, 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.

2.1.5.3 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, dampak 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

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja tertentu, tapi juga mempunyai ideologi profesional untuk menilai kualitas pekerjaan mereka. Ideologi profesional wartawan yang paling jelas tentu saja apa itu berita dan berita apa yang baik. Semua itu mempunyai ukuran dan kriteria yang disebut nilai berita.

Eriyanto (2012:120-121), menjelaskan nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ini merupakan prosedur awal dari bagaimana peristiwa dikontruksi. Ukuran- ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.2

Nilai-Nilai Berita

Prominance	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukanlah berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
Human Interest	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalua peristiwa itu lebing mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh di Surabaya saja.
Conflict/Controversy	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi dengan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari hari antar penduduk pribumi.
Unusual	Berita peristiwa yang mengadung tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi. Seorang melahirkan 6 bayi dengan selamat lebih disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran seorang bayi saja.
Proximity	Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandungkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional khalayak.

Sumber: Eriyanto. *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta. LKIS. (2012:123 – 125).*

2.1.5.4 Jenis-Jenis Berita

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

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

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. *(Sumber : Mott, George Fox (1969) New Survey of*

Journalsim 4th edition (reprinted 1969, revised 1958), USA : Barnes and Nobel).

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. Karena bentuk ini bisa lebih menarik perhatian pembaca.

2.1.6 Media dan Konstruksi Realitas

Susbtansi 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 *life style* 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 2.3
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, *framing* 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. Kosakata 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, didalamnya, 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 halnya pemberitaan mengenai serangan Setya Novanto ke KPK.

Hal ini tergantung dari bagaimana media mengkonstruksikan peristiwa menjadi sebuah realitas, dan bagaimana media menyeleksi isu dan juga menonjolkan aspek- aspek dari sebuah realitas untuk dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Proses seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek dari realitas yang dilakukan oleh media dapat dilihat dengan cara:

1. *Define problems* atau pendefinisian masalah, merupakan elemen utama dalam proses pembingkaian yang dilakukan oleh media, yaitu Tribunnews.com. Dalam pendefinisian masalah bagaimana atau peristiwa atau isu dipahami, namun peristiwa yang sama dipahami oleh media dengan cara yang berbeda-beda.
2. *Diagnose causes* atau memperkirakan penyebab masalah, elemen ini merupakan elemen yang menganggap siapa yang menjadi aktor dari suatu peristiwa, penyebabnya bisa apa (*what*) atau siapa (*who*) untuk memahami suatu peristiwa.
3. *Make moral judgement* atau membuat pilihan moral, merupakan elemen untuk membenarkan atau memberi argumentasi terhadap suatu peristiwa yang telah didefinisikan.

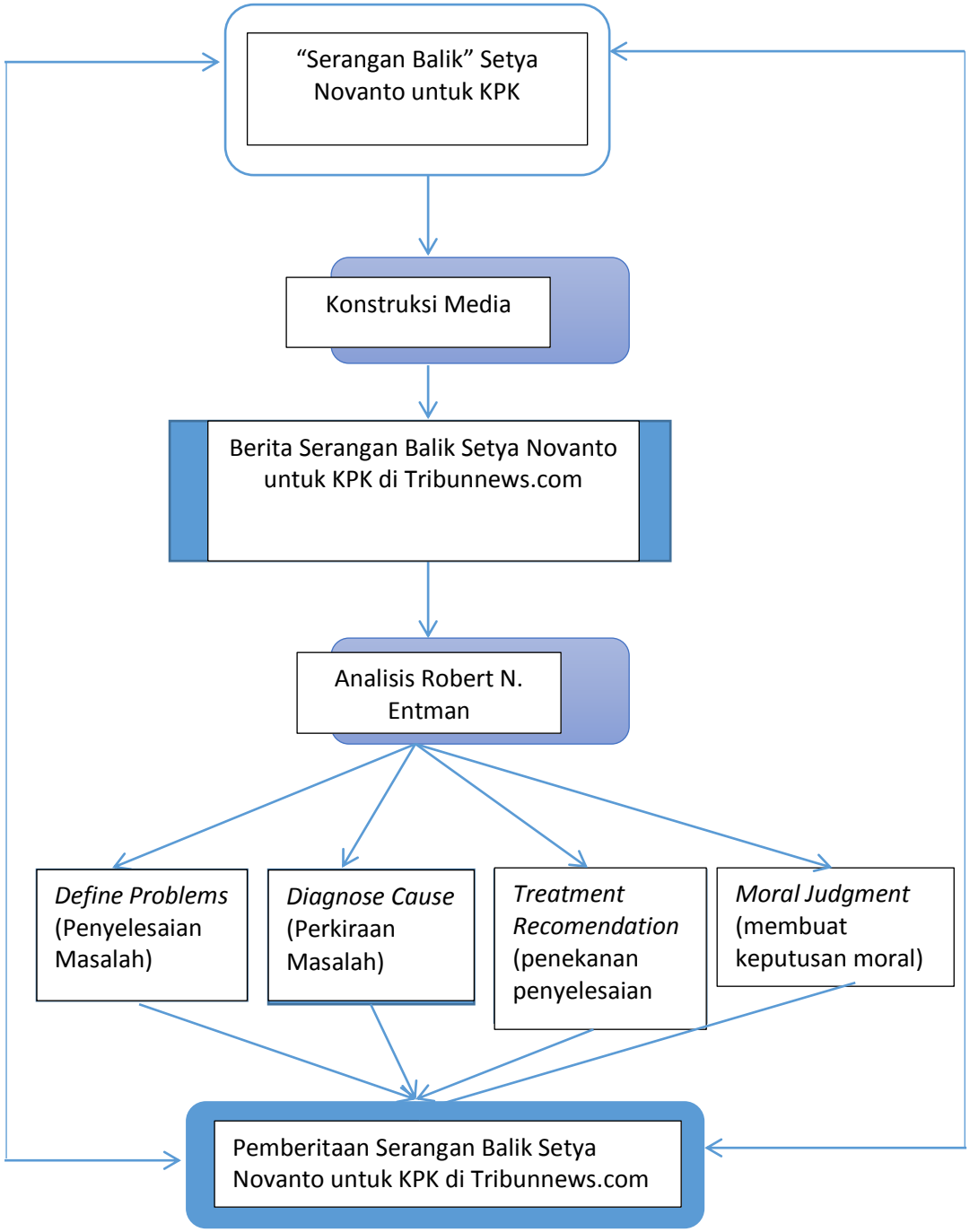
4. *Treatment judgment* atau menekankan penyelesaian, merupakan elemen yang dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan, dan jalan apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah. Menyelesaikan masalah tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah.

Berdasarkan konsep dari Robert N. Entman peristiwa atau realitas diseleksi oleh media dan juga menonjolkan aspek-aspek tertentu untuk dapat dimaknai dan dimengerti oleh khalayak. 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.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis gambarkan dengan Model Alur Kerangka Pemikiran pada Gambar 2.1 dibawah ini:

Gambar 2.2

Model Alur Kerangka Penelitian



Sumber: Peneliti, 2017