

BAB II

TUJUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan teori-teori yang relevan mengenai penelitian ini.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama dan Judul Peneliti | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|--|
| 1. | Muhammad Gilang Alfaritzi, UNIKOM. "Pembingkaiian Berita Obat Ilegal (Analisis Framing Robert N. Entman di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Umum Kompas Edisi Rabu, 7 September 2016)" | <ul style="list-style-type: none">- Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian framing.- Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Robert N.Entman | Pada berita yang dianalisis oleh Muhammad Gilang Alfaritz tentang bagaimana pembingkaiian dan cara pandang wartawan dari dua surat kabar berbeda mengkonstruksikan serta membangun realitas terhadap pemberitaan Obat Ilegal di Harian Umum Kompas dan Harian Umum Pikiran Rakyat. |

| No | Nama dan Judul Peneliti | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|--|
| 2. | Rizky Pratama, UNIKOM. "Peningkatan Berita Pertentangan Angkutan Konvensional Dengan Angkutan Berbasis Aplikasi Di Kota Bandung (Analisis Framing : Robert N. Entman Berita Pertentangan Angkutan Konvensional Dengan Angkutan Berbasis Aplikasi di Kota Bandung Pada Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 13 Oktober 2017)" | <ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian <i>framing</i>. - Pada desain penelitian menggunakan konsep dari Robert N. Entman | Pada berita yang dianalisis oleh Rizky Pratama tentang bagaimana pemberitaan Pemberitaan Pertentangan Angkutan Konvensional Dengan Angkutan Berbasis Aplikasi Di Kota Bandung pada Harian Umum Pikiran Rakyat. |

Sumber : Peneliti Mei 2022

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* 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. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat "kita berbagi pikiran", "kita mendiskusikan makna", dan "kita mengirimkan pesan".

Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa, dan masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut (Mulyana, 2010 : 46).

Menurut Harold Lasswell : “(cara yang baik untuk berkomunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says In Which Channel To Whom With What Effect?*” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2010 : 69).

Berdasarkan definisi *Lasswell* ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu :

1. Pertama, Sumber, (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara. Kebutuhannya bervariasi, mulai dari sekedar mengucapkan “selamat pagi” untuk memelihara hubungan yang sudah dibangun, menyampaikan informasi,

menghibur, hingga kebutuhan untuk mengubah ideology, keyakinan agama dan perilaku pihak lain. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat symbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya di pahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang di sebut penyandian (*encoding*).

2. Kedua, Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili pesan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, famlet). Katakata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain.
3. Ketiga, saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan suara, meskipun kita bisa juga menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain. Dalam suatu peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak saluran yang kita gunakan, meskipun ada salah satu yang dominan. Misalnya, dalam komunikasi

langsung, bahasa (verbal dan nonverbal) adalah saluran yang menonjol meskipun pancaindra dan udara yang mengantarkan gelombang suara juga adalah saluran tatap-muka tersebut.

4. Keempat, penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran atau tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsiran (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian-balik (*decoding*).
5. Kelima, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya (Mulyana, 2010 : 69-71)

Kelima unsur diatas sebenarnya belum lengkap, bila dibandingkan dengan unsur-unsur komunikasi yang terdapat dalam model-model lebih baru. Unsur-unsur lain yang sering ditambahkan adalah, umpan balik (*feed back*), gangguan atau kendala komunikasi (*noise/barriers*), dan konteks atau situasi komunikasi.

Sebenarnya, dalam peristiwa komunikasi begitu banyak unsur yang terlibat. Kesemua unsur itu saling bergantung dan atau tumpang tindih, namun diasumsikan terdapat unsur-unsur utama yang dapat diidentifikasi dan dimasukkan ke dalam suatu model.

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal secara aktif, memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan. (Rohim. 2009:10).

2.1.2.2 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) untuk membahas tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy (1993) mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar, radio, film dan televisi. Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak. Akibatnya terciptalah *global*

village dimana setiap kejadian yang terjadi di suatu negara dalam beberapa saat bisa diketahui oleh masyarakat di dunia.

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

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bitner dalam Rakhmat yang mengatakan *Mass communication is messages communicated through 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 penyampaian pesan dengan menggunakan media. Komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa melalui siapa dan golongan mana pesan tersebut diterima dan ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media. Sejalan dengan perkembangannya media massa dibagi menjadi dua bagian yakni media cetak dan media elektronik.

2.1.3 Tinjauan Media Massa dan Media Online

2.1.3.1 Pengertian Media Massa

Media Massa (Massa Media) dimana singkatan dari Media Komunikasi Massa dan merupakan *Chennel Of Mass Communication*, Yaitu mencakup saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditunjukkan kepada orang banyak melalui media massa. Media massa adalah media yang digunakan untuk menyalurkan komunikasi seperti televisi, radio, pers, film dan sebagainya (Jalaluddin Rahmat, 1985 : 75).

Media massa yaitu salah satu bagian dari komunikasi yang mana berguna untuk menyalurkan dan menyebarkan informasi dalam cakupan luas atau khalayak melalui berbagai macam saluran komunikasi, seperti media cetak, media elektronik, serta media online. Dalam menjalankan fungsinya, komunikasi massa menggunakan media massa sebagai alat penyampaian pesan, nah terdapat dua jenis media massa yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik.

2.1.3.2 Media Elektronik

Media elektronik adalah media yang menggunakan teknologi elektronik dan bersifat audio visual, dalam penyampaian informasi terhadap khalayak, media elektronik menggunakan audio visual supaya khalayak atau pemirsa lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun

digital. Pemanfaatan media elektronik dalam bentuk media sosial sesuatu yang luar biasa bagi penyebaran informasi secara cepat dan tepat.

2.1.3.3 Media Online

Perkembangan menuju dunia yang modern maka tidak dipungkiri bahwa ada unsur kemajuan dari teknologi yang semakin canggih, sehingga informasi dalam penyebarannya dapat berpindah dengan cepat, karena semakin ada inovasi munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media online dan juga sosial.

Media online merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas lalu orang akan menilai media onlien merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya media onlien menggunakan gabungan proses media cetak dnegan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga hubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan. Media online adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah- kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media onlien ialah sebagi media baru,internet memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi,berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik,memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karekteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan sayang saling menguntungkan jika web digunakan dengan benar.

2.1.3.4 Pengertian Pers

Secara harfiah, pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak. Pemahaman ini diambil dari bahasa pers itu sendiri, yaitu pers yang berasal dari bahasa Belanda yang artinya adalah cetak. Sementara dalam bahasa Inggris pers berasal dari kata press yang artinya tekan. Namun pada perkembangan selanjutnya istilah pers meluas menjadi segala macam bentuk penerbitan, baik itu media massa elektronik maupun cetak, yang dalam kegiatannya melakukan segala bentuk kegiatan jurnalistik.

Jurnalistik itu sendiri secara bahasa mempunyai pengertian lain. Secara etimologis, kata jurnalistik yang dalam bahasa Inggrisnya ditulis journalism sebagaimana kutipan Alex Sobur dalam diktat kuliah Dasar Jurnalistik, diambil dari bahasa Perancis yang berarti Surat Kabar. Sejalan dengan hal ini, Adinegoro mengatakan dalam buku Pengantar Ilmu Publisistik, karya M.O Palapah & Atang Syamsudin, seperti dikutip oleh Alex Sobur dalam diktat Dasar Jurnalistik-nya, bahwa pengertian jurnalistik itu adalah “Kepandaian karang-mengarang yang pokoknya untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekaslekasnya agar tersiar seluasluasnya”.

Sementara itu, Roland E. Wolseley dan Laurence R. Campbell dalam bukunya Exploring Journalism, seperti dikutip pula dalam Dasar Jurnalistik-nya

Alex Sobur, mengartikan jurnalistik sebagai “Penyebaran informasi untuk public yang sifatnya sistematis dan dapat dipercaya melalui media komunikasi massa modern”.

Dari berbagai literatur mengenai pengertian-pengertian jurnalistik ini tadi, maka kemudian praktisi maupun akademisi komunikasi menggeneralisasikan pengertian jurnalistik secara umum, yaitu kegiatan mengumpulkan, mengolah, serta menyebarkan pemberitaan kepada publiknya dalam waktu yang cepat kepada jumlah audiens yang sebanyak-banyaknya.

Apapun definisinya, secara kasar orang mengartikan kegiatan jurnalistik sebagai sebuah proses penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Media inilah yang kemudian disebut orang sebagai *pers*. Bicara mengenai *pers*, orang akan selalu mengaitkannya dengan istilah yang selalu mengiringinya, yaitu obyektif. *Pers* obyektif, akan kerap kita dengar manakala kita tengah mengangkat dan membicarakan tentang dunia pers itu sendiri. Namun sebelum kita melangkah jauh kepada wacana *pers* obyektif ini, ada baiknya menengahkan kembali pengertian pers itu secara mendasar. Istilah *pers* berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggrisnya berarti press. Secara harfiah *pers* berarti cetak, secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publications*). Kemudian dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yaitu *pers* dalam arti luas dan *pers* dalam arti sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk juga diantaranya media massa elektronik, radio siaran dan televisi siaran. Sedangkan *pers* dalam arti sempit, terbatas pada media cetak, yaitu surat kabar, majalah, dan buletin kantor berita.

Media *pers*, dewasa ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan bergulirnya proses reformasi pada tahun 1998 lalu. Bahkan ada juga yang

beranggapan bahwa dewasa ini pers tumbuh dan berkembang secara sporadis. Dengan nada yang cenderung mengarah kepada hal-hal yang negatif, pendapat ini juga mengungkapkan bahwa pertumbuhan dan perkembangan pers tersebut bergerak secara tidak terkontrol, yang pada gilirannya nanti akan banyak menimbulkan kekhawatiran. Kekhawatiran semacam ini yang dapat kita pahami, mengingat salah satu dari beberapa fungsi pers adalah kekuatan untuk mempengaruhi.

Sesungguhnya fungsi inilah yang kemudian menyebabkan *pers* memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, bahwa Napoleon pada masa jayanya pernah berkata bahwa ia lebih takut kepada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan senapan bersangkut terhunus. Sudah tentu surat kabar yang ditakuti ini adalah surat kabar yang *independent*, yang bebas menyampaikan pendapat, bebas melakukan *social control*. Fungsi mempengaruhi dalam surat kabar ini, secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

Wacana pers obyektif ini atau pers yang *independent* dalam bahasanya Onong Uchjana Effendy tersebut, mengemuka disebabkan oleh sebagian pengelola pers itu sendiri yang keluar dari jalur tujuan pendirian lembaga penerbitan. Banyak dari sebagian para pengelola lembaga pers kita, yang memantapkan tujuan pendirian penerbitannya hanya sekedar untuk kepentingan komersial semata, tanpa menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas yang ada dalam ruang lingkup kegiatankegiatan pers. Maka diusunglah wacana pers obyektif sebagai sebuah bentuk perlawanan dari gerakan pers komersial dan lagi memihak, dengan harapan

terwujudnya pers ideal yang menjadi harapan masyarakat. Meskipun, masih banyak pertentangan mengenai pers yang obyektif tersebut.

2.1.4 Tinjauan Berita

Berita yaitu laporan atau informasi terkini dan terupdate mengenai peristiwa, lalu dilaporkan atau diinformasikan kepada publik melalui media, dengan proses pengemasan jurnalistik sehingga jadilah sebuah berita. Secara etimologis berita berasal dari bahasa sansekerta “Vrit” yang artinya “ada” atau “terjadi” dan “Vritta” yang artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. Dalam bahasa Inggris berita disebut news, berasal dari kata “new” (baru), yakni sesuatu yang baru terjadi atau baru ada. Diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yaitu “Berita”. Oleh sebagian wartawan diartikan news itu sebagai singkatan dari North (utara), East (timur), West (Barat), South (selatan). Dengan maksud bahwa berita itu adalah merupakan laporan dari keempat penjuru angin tersebut, laporan yang berasal dari mana-mana, dari berbagai tempat di dunia ini. Sumber pemerolehan berita adalah fakta dan data dari sebuah peristiwa yang menarik perhatian banyak orang, meliputi apa yang kemudian menjadi rumusan berita, 5W+1H.

Tabel 2. 2
Unsur 5W+1H

| | |
|-------------------------|--|
| What (Apa) | Untuk mengetahui tentang berita apa yang akan ditulis, tema apa yang akan diangkat dalam berita, pembahasan apa yang ada dalam berita. |
| Who (Siapa) | Untuk mengetahui siapa tokoh utama, unsur siapa yang selalu menarik perhatian pembaca, yang mengandung unsur kejelasan, ciri- ciri seperti identitas diri. |
| Where (Dimana) | Untuk mengetahui lokasi kejadian atau tempat berlangsungnya peristiwa tersebut. |
| When (Kapan) | Untuk mengetahui waktu peristiwa itu terjadi. |
| Why (Mengapa) | Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi. |
| How (Bagaimana) | Untuk mengetahui suasana atau kondisi dan proses peristiwa terjadi. |

Sumber : Peneliti 2016

Sangat penting peranan berita tersebut dalam kaidah jurnalistik, sehingga banyak dijumpai ribuan definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Prof. Mitchel V.

Charnley dalam bukunya : “ *Reproting*” mendefinisikan berita merupakan sebuah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk.

Seorang ahli pers Indonesia yang ternama pada zamannya yaitu Adinegoro, mengemukakan berita yang bersifat ilmiah yaitu Berita ialah pernyataan antar manusia yang bertujuan memberitahukan dan berita pers ialah berita yang tersiar dalam pers.

Dapat diambil kesimpulan dari beberapa definisi tersebut bahwa berita itu adalah informasi yang sangat penting bahkan krusial tentang apa yang dipikirkan, dilihat, dikatakan dan yang dilakukan oleh manusia. Juga berita menyangkut kepentingan orang banyak dan karena itu perlunya diberitahukan atau disiarkan kepada khalayak.

Jenis-jenis berita yang sering disajikan dalam jurnalistik dan media yaitu *Straight News*, *Hard News*, *Soft News*, *Interpretative News*, *Depth News*, *Investigation News*, *Opinion News*, *Comprehensive News* dan terakhir itu *Feature News*.

2.1.4.1 Jenis- Jenis Berita

Jenis – jenis berita yaitu :

1. *Straight News Report*

Straight news report adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Biasanya, jenis berita ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana) (5W + 1H). Misalnya pemberitaan tentang sebuah kecelakaan lalu lintas. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa dalam keadaan apa adanya, tanpa ditambah dengan penjelasan, apalagi

interpretasi. Berita langsung dibagi menjadi dua jenis, yakni berita keras atau hangat (*hard news*) dan berita lembut atau ringan (*soft news*).

2. *Depth News Report*

Depth news report sedikit berbeda dengan *straight news report*. *Depth news report* merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan. Jenis laporan ini memerlukan penggalan informasi secara mendalam dan bukan opini reporter. Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

3. *Comprehensive news report*

Comprehensive news report merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.

4. *Interpretative report*

Berita interpretatif adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretasi. Berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.

Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Laporan interpretatif biasanya untuk menjawab pertanyaan 'mengapa'. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.

5. *Feature story*

Dalam berita berbentuk feature, reporter mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya, tidak hanya menyajikan informasi. Feature adalah jenis berita yang sifatnya ringan dan menghibur.

Feature menjadi bagian dari pemenuhan fungsi menghibur (*entertainment*) sebuah surat kabar. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan. Feature merupakan sebuah karangan khas yang menuturkan fakta, peristiwa, atau proses disertai penjelasan riwayat terjadi, duduk perkara, proses pembentukan, dan cara kerjanya. Sebuah feature umumnya mengedepankan unsur *why* dan *how* sebuah peristiwa.

6. *Investigative reporting*

Berita penyelidikan (*investigative news*) adalah berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. *Investigative reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif.

Dalam laporan investigasi, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Disebut pula

penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan feature.

7. *Opinion News*

Opinion news merupakan berita pendapat atau opini yang berisikan laporan pandangan seseorang mengenai suatu hal, ide kreatif, pemikiran atau komentar terhadap sesuatu yang penting.

Jenis berita opini ini biasanya berasal atau bersumber dari para ahli, cendekiawan, profesor, atau pejabat mengenai suatu masalah atau peristiwa. Contoh dari *opinion news* misalnya adalah pendapat dari pengamat ekonomi mengenai turunnya harga rupiah di dunia.

Selain jenis-jenis berita di atas, dikenal pula jenis-jenis berita lainnya, antara lain:

1. Berita singkat (*spot news*), yaitu berita atau laporan peristiwa yang sedang terjadi secara langsung atau siaran langsung.
2. Berita basi, yaitu berita yang sudah tidak aktual lagi.
3. Berita bohong (*libel*), yaitu berita yang tidak benar atau tidak faktual sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik.
4. Berita foto, yaitu laporan peristiwa yang ditampilkan dalam bentuk foto lepas, tidak ada kaitan dengan tulisan yang ada di sekelilingnya.
5. Berita kilat (*news flash*), yaitu berita yang penting segera diketahui publik, dimuat di halaman depan surat kabar.

6. Berita pembuka halaman (*opening news*), yaitu berita atau tulisan yang ditempatkan di bagian awal atau paling atas halaman surat kabar, semacam berita utama (headline).

2.1.4.2 Teori Agenda Setting

Wasis Sarjono dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Penyuluhan Pembangunan* (2017), menuliskan bahwa dalam teori agenda setting, media diasumsikan punya efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi tersebut berkaitan dengan proses belajar, dan bukan perubahan sikap serta pendapat. Ada dua asumsi mendasar dari teori agenda setting, yakni: Pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan, melainkan mereka menyaring dan membentuk sebuah isu. Media massa menyediakan sejumlah isu, dan memberi penekanan lebih pada beberapa isu, yang selanjutnya memberi kesempatan kepada publik untuk menentukan isu mana yang dirasa lebih penting dibanding isu lainnya. Tiap media punya potensi masing-masing untuk membentuk serta membangun potensi agenda setting-nya. Pada intinya, kunci utama teori agenda setting adalah penentuan porsi suatu isu atau peristiwa dalam proses gatekeeping. Pembentukan persepsi publik diusahakan oleh pihak media dengan memberi porsi pada tiap masalah. Misalnya menonjolkan suatu isu. Penonjolan ini memperlihatkan perbedaan atensi, yang kemudian memberi pengaruh pada kognisi (pengetahuan dan citra) sebuah peristiwa atau isu di mata khalayak.

2.1.5 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 literature Ilmu Komunikasi untuk menggambarkan 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.

Gamson dan Modigliani menyebut cara pandang media massa atau wartawan itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang diberitakan. Menurut mereka frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide

yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Berdasarkan konsep psikologi, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemen-elemen tertentu suatu isu memperoleh kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, elemen-elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

Menurut Ervin Goffman, secara sosiologis konsep *frame* analisis memelihara kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan interpretasi secara aktif pengalaman pengalaman hidup kita agar dapat dipahami. Skema interpretasi itu disebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi (Sobur, 2015 : 163). Tood Gitlin mendefinisikan *frame* dengan konsep yang sama, sebagai seleksi penegasan dan eksklusi 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 bagaimana *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.

2.1.5.1 Analisis Framing Model Robert N. Entman

Robert N. Entman dalam Eriyanto adalah seorang ahli yang meletakkan 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 untuk 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 menggambarkan 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 kasus penganiayaan Ade Armando pada Aksi 11 April 2022 di media Pikiran-rakyat.com dan Kompas.com.

Dapat diketahui bahwa media tersebut memberitakan tentang kasus penganiayaan Ade Armando pada bulan April 2022. 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 :

1. Pendefinisian suatu isu (*define problems*) 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).
2. 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).
3. 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).

4. 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).

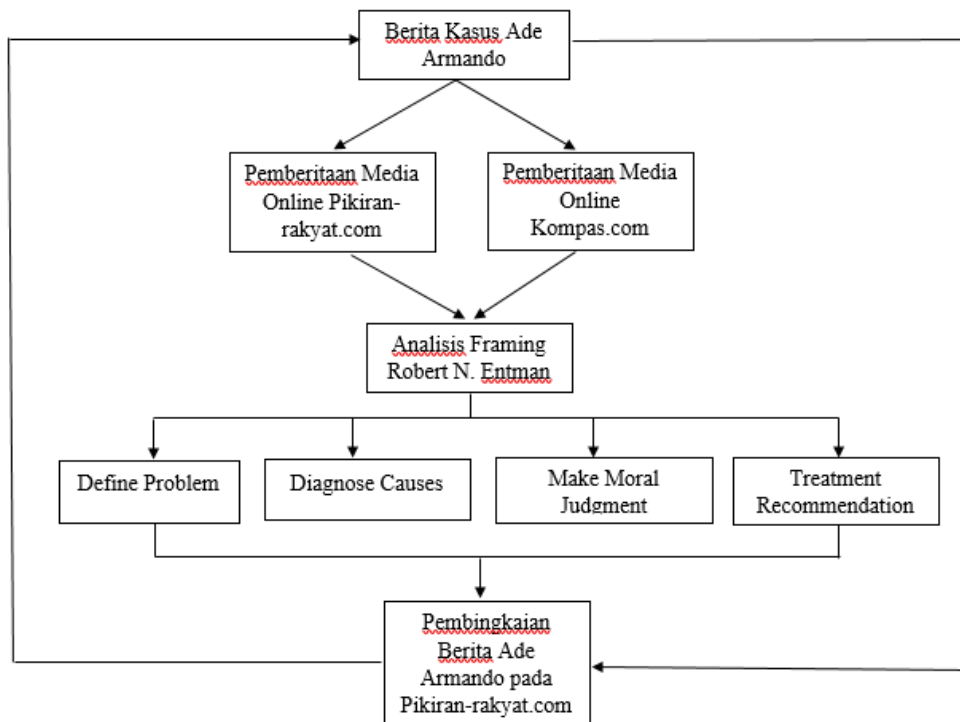
Menurut Robert N. Entman Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain.

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 cetak membingkai sebuah berita. Dalam hal ini peneliti mencoba meneliti isi berita dari Pikiran-rakyat.com dan Kompas.com dengan menggunakan analisis *framing* dengan pendekatan dari Robert N. Entman. Menurut Robert N. Entman media melakukan pbingkaiian berita dengan cara menkonstruksi dan memproses peristiwa. Untuk menunjukan sebuah pbingkaiian berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi. Berdasarkan paparan diatas dapat digambarkan sebuah bagan guna mempermudah penelitian dalam meneliti berita tentang Kasus penganiayaan Ade Armando seputar Aksi 11 April 2022 pada Pikiran-rakyat.com dan Kompas.com.

Bagan yang peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2022