

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tentang Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian mengenai analisis framing yang dilakukan oleh media massa khususnya surat kabar. Untuk pengembangan pengetahuan peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu mengenai analisis framing. Pada tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal tersebut penting dilakukan untuk mengetahui model dan teori yang peneliti terdahulu lakukan sehingga menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Setelah peneliti melakukan tinjauan terhadap peneliti terdahulu, peneliti mendapatkan beberapa tulisan mengenai analisis framing, berikut ini penulisan mengenai analisis framing yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Firda Fauziyyah	Nurfitriana	Mohammad Abshar
	Tahun Uraian	2017	2016	2015
1.	Universitas dan Program Studi	Universitas Padjajaran/ Jurnalistik	Universitas Komputer Indonesia / Ilmu Komunikasi	Universitas Komputer Indonesia/ Ilmu Komunkasi
2	Judul	Pemberitaan Penyebaran Paham Radikal Di Kalangan Anak Muda (Studi Analisis Pemberitaan Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Penyebaran Paham Radikal di Kalangan Anak Muda di Media Daring BBC Indonesia 18 Februari-29 Mei 2016)	Pembingkaiian Berita Penggenangan Waduk Jati Gede Sumedang (Analisis Framing Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Mengenai Berita Penggenangan Waduk Jati Gede Sumedang Pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar Edisi 3 September 2015)	Pembingkaiian Berita 100 Hari Program Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla (Analisis Framing Robert N. Entman di Surat Kabar Pikiran Rakyat dan Inilah Koran Edisi Januari – Februari 2015)
3	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi berita terkait dengan penyebaran paham radikal di kalangan anak muda dengan menggunakan pisau analisis framing.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dalam pemberitaan penggenangan waduk jati gede Sumedang pada Koran Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi konstruksi sosial media massa (Harian Umum Pikiran Rakyat dan Inilah Koran) mengenai isu kepemimpinan presiden Jokowi dan wakil presiden Jusuf Kalla
4	Metode Penelitian	Menggunakan metode kualitatif.	Menggunakan metode kualitatif.	Menggunakan metode kualitatif.

		Menggunakan desain penelitian analisis framing model Robert N. Entman. Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar	Menggunakan desain penelitian analisis framing model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar	Menggunakan desain penelitian analisis framing model Robert N. Entman. Menganalisis berita dari media massa jenis surat kabar
5	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan analisis dengan menggunakan framing dari Robert N. Entman terkait dari berita tentang penyebaran radikal di kalangan anak muda. Dari hasil penelitian tersebut, menjelaskan pemberitaan yang di tulisakan oleh media daring BBC tentang paham radikal di kalangan anak muda yang mempengaruhi tingkah laku anak muda dalam berperilaku. Dengan Konsep dari framing yang dianalisis oleh peneliti menghasilkan kesimpulan.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana berita mengenai penggenangan waduk jati gede Sumedang dari mulai menentukan sudut pandang dari media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar dengan menggunakan analisis framing dari Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki. Kedua media tersebut memiliki sudut pandang yang berbeda terkait pemberitaan penggenangan waduk jati gede. Hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang media serta wartawan dalam menulis sebuah berita dengan kontruksi sosial media massa.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana kinerja dari kepemimpinan jokowi selama 100 hari. dengan menggunakan analisis framing dari Robert N. Entman dapat dijelaskan bagaimana sebuah media cetak Pikiran Rakyat dan Inilah Koran. Kontruksi sosial media massa tersebut mempengaruhi perbedaan berita yang disampaikan dari kedua media tersebut. Dari situ peneliti mengetahui faktor yang mempengaruhi dari media cetak tersebut dalam membuat dan membongkai suatu berita.
6	Perbedaan dengan Penelitian yang dilakukan	Memakai agenda setting dalam melakukan penelitian tersebut. Firda Fauziyyah memakai agenda setting untuk melihat	Nurfitriana memilih pemberitaan penggenangan waduk jati gede Sumedang untuk dijadikan bahan untuk menganalisis berita. Selain itu dalam kerangka	Mohammad Abshar memilih berita pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Inilah Koran dalam objek penelitiannya.

		perkembangan berita yang diterbitkan selama beberapa hari.	pemikiran, memasukan konstruksi media massa.	tidak sosial	
--	--	--	--	--------------	--

Sumber: Penulis, April 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Dominick (2009:10) mengacu pada proses di mana sebuah organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin untuk memproduksi dan mengirimkan pesan public yang diarahkan pada khalayak yang besar, heterogen dan tersebar.

Komunikasi massa yang telah dipelajari oleh banyak ahli memunculkan berbagai definisi dari para ahli komunikasi salah satunya dari Gerbner. Menurut Gerbner (1967), *“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”* atau komunikasi massa adalah proses produksi dan distribusi pesan berkelanjutan di masyarakat industry yang dilandasi teknologi dan lembaga (Elvinaro,dkk,2007:3)

Definisi dari Gerbner menggambarkan bahwa produksi komunikasi massa akan menghasilkan pesan-pesan yang tersebar secara luas dengan jangka waktu atau periode yang telah ditentukan dengan bantuan teknologi. Hal ini serupa dengan pendapat Josep A. Devito yang menyatakan pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan

oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual (Joseph A. Devito, dalam Nurudin, 2007:12).

Pada dasarnya tidak ada perbedaan yang mendasar tentang pengertian komunikasi massa dari para ahli komunikasi. Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) menyebutkan “Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen” (Nurudin,2007: 12).

Dari berbagai uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam praktiknya komunikasi massa bukanlah “komunikasi massa” jika tidak menggunakan media massa dan dalam praktiknya tidak bisa dilakukan oleh perorangan melainkan harus melalui lembaga karena penyebaran pesan kepada khalayak yang begitu banyak dan luas dilakukan dengan bantuan teknologi.

2.1.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Adapun cirri-ciri dari komunikasi massa yang dijelaskan oleh Elvinaro dkk (2007:7-11), cirri-ciri dari komunikasi massa tersebut diantaranya :

1. Komunikator terlembagakan

Menurut Charles Wright, komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Semua yang diinformasikan harus bisa dipertanggungjawabkan oleh komunikatornya.

2. Pesan bersifat umum

Pesan dalam komunikasi massa ditunjukkan pada semua orang. Karena itu, pesan harus bernilai penting untuk masyarakat tertentu, bukan sekelompok golongan.

3. Komunikannya anonim dan heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya melalui media tidak secara tatap muka. Komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan berbagai faktor.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan dari komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi mengutamakan isi dibandingkan hubungan

Dimensi ini menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi bersifat satu arah

Kelemahan komunikasi massa adalah karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulasi alat indra terbatas

Stimulasi alat indra yang terbatas merupakan salah satu kelemahan komunikasi massa, dalam komunikasi massa stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.

8. Umpan balik tertunda

Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tidak langsung dan tertunda. Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Selain itu terdapat fungsi dari komunikasi massa, Effendy (1993) dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi* yang ditulis oleh Elvinaro Ardianti, Lukiat Komala dan Siti Karlinah tahun 2009 halaman 18 mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum :

1. Fungsi Informasi

Fungsi ini mengartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengaran atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan

Fungsi ini mengartikan bahwa media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik media massa adalah melalui

pengajaran nilai, etika, serta aturan=aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi memengaruhi

Fungsi memengaruhi pada media massa secara implicit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan oleh televisi, surat kabar, dan radio.

Selain itu ada pula fungsi komunikasi massa secara khusus yang dipaparkan oleh De Vito (1996) dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi* yang ditulis oleh Elvinaro Ardianti, Lukiati Komala dan Siti Karlinah tahun 2009 halaman 19-24 yaitu diantaranya :

1. Fungsi Meyakinkan

Fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi meyakinkan atau persuasi. Menurut De Vito (1996), persuasi bisa datang dalam bentuk:

- a) Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- b) Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- c) Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan
- d) Memperkenalkan etika atau menawarkan system nilai tertentu.

2. Fungsi Menganugerahkan Status

Dalam memfokuskan kekuatan media massa pada orang-orang tertentu, masyarakat menganugerahkan kepada orang-orang tersebut suatu status public (*public status*) yang tinggi.

3. Fungsi Membius

Salah satu fungsi media massa yang paling menarik karena ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil.

4. Fungsi Menciptakan Rasa Kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari adalah kemampuannya untuk membuat khalayak menjadi anggota suatu kelompok.

5. Fungsi Privatisasi

Fungsi yang cenderung membuat khalayak menarik diri dari kelompok sosial yang disebabkan oleh melimpahnya informasi yang dijejalkan media membuat khalayak merasa kekurangan.

2.1.2.2 Tentang Surat Kabar

Surat kabar merupakan media massa tertua dibandingkan dengan media lainnya (Ardianto, 2007:105). Surat kabar di beberapa negara Barat sudah ada sejak abad ke 16 sementara di Indonesia surat kabar mulai berdiri pada saat masa penjajahan Belanda. Berikut sejarah surat kabar di Indonesia :

1. Zaman Belanda

Surat kabar pertama kali ada di Jakarta pada tahun 1828, pada saat itu *Javasche Courant* terbit untuk memberikan informasi atau berita mengenai pemerintahan Belanda, berita lelang maupun berita dari negara-negara Eropa. Kemudian disusul dengan terbitnya *Soerabajasch Advertentieblad* yang berganti nama menjadi *Soerabajasch Niews en Advertentieblad* di Surabaya. Lalu di Semarang terbit *Semarangsche Afveritentieblad* dan *De Semarangsche Courant*. Namun tidak hanya di pulau Jawa, beberapa provinsi lain di Indonesia turut menerbitkan surat kabar seperti di Sumatra dan Sulawesi. Pada saat itu surat kabar tidak mempunyai fungsi politik namun lebih kepada periklanan, surat kabar yang ada pada saat ini berjumlah 28 surat kabar. Yang diantaranya 16 surat kabar yang menggunakan bahasa Belanda dan 12 surat kabar menggunakan bahasa melayu.

2. Zaman Jepang

Semenjak kedatangan tentara Jepang ke Indonesia, perlahan-lahan surat kabar yang sudah ada diambil alih oleh pemerintahan Jepang, tujuan dari pengambil alihan surat kabar ini untuk memperketat isi pemberitaan dari surat kabar. Pada saat ini surat kabar hanya bersifat propaganda dan meuji-muji pemerintah dan tentara Jepang yang ada di Indonesia.

3. Zaman Kemerdekaan

Pada awal masa kemerdekaan Indonesia, bangsa Indonesia mencoba membuat surat kabar tandingan untuk melawan pemerintahan Jepang, surat kabar pertama yang diterbitkan adalah Berita Indonesia yang diperkasai oleh Eddie Soeraedi, kemudian di susul oleh surat kabar Merdeka yang didirikan oleh B.M. Diah dan Harian Rakyat yang menunjuk Samsudin Sutan makmur dan Rinto Alwi sebagai pimpinan redaksi. Sejak saat itu kemudian muncul surat kabar lainnya seperti Soera Indonesia pimpinan Manai Sophian di Makasar, Pedoman Harian di Bandung yang berubah nama menjadi Soera Merdeka, Kedaulatan Rakyat di Bukittinggi, Demokrasi di Padang dan Oetoesan Soematra di Padang.

4. Zaman Orde Lama

Pada tanggal 5 Juli 1959 Presiden Soekarno mengumumkan dekrit UUD 1954 tentang larangan kegiatan politik termasuk surat kabar. Persyaratan mendapatkan Surat Izin Terbit (SIT) dan Surat Izin Cetak diperketat, hal ini dimanfaatkan oleh PKI yang menaruh perhatian pada pers untuk melakukan aksi mogok yang dikenal dengan nama *slowdown strike* (melambatkan kerja). Hal tersebut menimbulkan polemik antara surat kabar yang pro PKI dan kontra PKI.

5. Zaman Orde Baru

Pers atau surat kabar mulai menampakkan jati dirinya kembali, hal ini ditandai dengan semakin maraknya pertumbuhan surat kabar yang

cukup menggembirakan. Namun banyak surat kabar yang terdorong untuk tujuan komersial sehingga penyajian berita tidak lagi menindahkan norma-norma kesusilaan, sopan santun, kerahasiaan negara, dan kurang memperhatikan akibat dari tulisan yang dibuat, hal tersebut dapat merusak terjaganya stabilitas nasional. Oleh sebab itu pemerintahan Soeharto mencabut Surat Izin Terbit dan Surat izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP).

6. Zaman Reformasi

Berakhirnya masa Orde Baru mengalirkan kebebasan berekspresi melalui media atau biasa disebut kebebasan pers, pada saat itu media massa terutama surat kabar tumbuh pesat beramai-ramai menarik minat pembaca dengan tampilan *layout* yang beragam. Pada masa itu pemerintahan Habibie memberikan kemudahan kepada siapapun untuk memperoleh SIUPP dan diperkirakan jumlah surat kabar mencapai 1800 sampai 2000 penerbit. Namun menurut Serikat Penerbitan Surat Kabar (SPS) hanya 30% dari jumlah keseluruhan yang mampu bertahan dan sisanya mengalami gulung tikar, hal ini dikarenakan minat membaca dan daya beli berkurang. Kendati kebebasan pers pada masa reformasi mengalami eksistensi namun tekanantekanan tidak pernah luntur kepada surat kabar. Hal tersebut ditandai dengan perusakan kantor redaksi Tempo dan Indopos, dan juga kasus kekerasan terhadap wartawan dan juga hukuman kurungan penjara tidak dapat dihindarkan. Oleh sebab itu, pemerintah

memberlakukan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers. Hal ini menjadi tonggak bagi kebebasan pers pada era reformasi.

2.1.2.3 Karakteristik Surat Kabar

Untuk lebih memaksimalkan pesan yang disampaikan, surat kabar memiliki karakteristik seperti :

1. Publisitas, adalah sebagai penyebar pada publik atau khalayak.
2. Periodesitas, adalah menunjukkan pada keteraturan terbitnya suatu surat kabar. Surat kabar terbit bisa harian, mingguan bahkan bulanan.
3. Universalitas, adalah kesemestaan isi surat kabar. Isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, politik, agama, dan lain sebagainya.
4. Aktualitas, adalah berita atau informasi yang disampaikan merupakan informasi yang baru terjadi atau sedang terjadi.
5. Terdokumentasi, adalah informasi yang disampaikan dalam surat kabar didokumentasikan kedalam bentuk tulisan baik berupa bentuk berita maupun artikel (Ardianto, 2007:112-113).

2.1.3 Tinjauan Tentang Pers dan Jurnalistik

2.1.3.1 Definisi Pers

Dalam buku *Jurnalistik Indonesia* karya Haris Sumadiria (2011:31) pers mengandung dua arti, arti luas dan arti sempit. Dalam arti sempit, pers hanya menunjuk kepada media cetak berkala : surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk kepada media cetak

berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yaitu: radio, televisi, film dan media *online* internet. Pers dalam arti luas disebut media massa.

Secara yuridis formal, seperti dinyatakan dalam Pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No.40/1999, 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, 2011:31).

Pers adalah sarana untuk menyiarkan produk jurnalistik. Saat ini jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar atau majalah. Karena itu fungsinya tidak hanya menyiarkan, tetapi juga mendidik, menghibur, dan memengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. Pers merupakan wadah dimana kegiatan jurnalistik itu dilakukan. Antara jurnalistik dan pers merupakan satu kesatuan yang tidak mungkin terpisahkan satu sama lain (Mulkan,2013:23).

2.1.3.2 Fungsi Pers

Sebagai lembaga kemasyarakatan (*social institution*) tentu memduduki tempat tertentu dalama masyarakat. Empat fungsi pers adalah sebagai berikut:

1. Informasi

Fungsi pertama dari lima fungsi pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat seluas-luasnya. Setiap informasi

yang disampaikan harus memenuhi criteria dasar: actual, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis.

2. Edukasi

Informasi yang disebarluaskan pers hendaknya dalam rangka mendidik. Inilah yang membedakan pers sebagai lembaga kemasyarakatan dengan lembaga kemasyarakatan yang lain. Sebagai lembaga ekonomi, pers memang dituntut berorientasi komersial untuk memperoleh keuntungan financial. Namun orientasi dan misi komersial itu sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial pers. Dalam istilah sekarang, pers mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.

3. Koreksi

Pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislative, eksekutif dan yudikatif. Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi dan mengontrol kekuasaan legistalif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Dalam Negara-negara penganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watch dog*).

4. Rekreasi

Fungsi pers keempat adalah menghibur. Pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus yang menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat.

5. Mediasi

Mediasi artinya penghubung. Bisa juga disebut sebagai fasilitator atau mediator. Dengan fungsi mediasi, pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa satu dengan peristiwa lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama. (Sumadiria, 2011:32-34)

2.1.3.3 Karakteristik Pers

Karakter dalam sebuah pers memang beragam. dalam buku *Jurnalistik Indonesia* yang dikemukakan Haris Sumadiria dijelaskan lima karakteristik pers:

1. Periodesitas

Periodesitas artinya pers harus terbit secara teratur, periodic, misalnya setiap hari, setiap minggu, dua minggu, satu bulan, dan tiga bulan sekali.

2. Publisitas

Publisitas berarti pers ditunjukkan pada khalayak sasaran umum yang sangat heterogen. Apa yang disebut heterogen menunjuk pada dua dimensi yaitu geografis dan psikografis.

3. Aktualitas

Aktualitas, berarti informasi apa pun yang disuguhkan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi.

4. Universalitas

Berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan dari keanekaragaman materi isinya, selain itu dilihat dari sumbernya dan keanekaragaman materi isinya.

5. Objektivitas

Objektivitas merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya. Setiap berita yang disuguhkan itu harus dapat dipercaya dan menarik perhatian pembaca, tidak mengganggu perasaan dan pendapat mereka.

(Sumadiria, 2011:36-38)

2.1.3.4 Definisi Jurnalistik

Jurnalistik atau jurnalisme secara etimologis berasal dari kata *journal* (inggris) atau *du jour* (Prancis) yang berarti catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari atau bisa juga diartikan sebagai surat kabar harian. Kata *journal* atau *du jour* itu sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu *diunalis* yang artinya “harian” atau “tiap hari” (Barus, 2010:2).

Dalam kamus, jurnalistik merupakan kegiatan menyampaikan, menulis, mengedit, dan memberitakan untuk surat kabar, majalah, atau berita berkala lainnya. Sementara McDougall (1972) mengemukakan jurnalisme merupakan kegiatan menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa. Kegiatan itu merupakan tugas yang dilakukan jurnalis (wartawan atau reporter) dalam

usaha memunculkan informasi berita bagi masyarakat melalui media cetak dan media elektronik (Mondry, 2008:17).

Haris Sumadiria dalam buku *Jurnalistik Indonesia* (2011:2-2) menjelaskan beberapa definisi jurnalistik dari para ahli yaitu:

1. P. Fraser Bond dalam *An Introduction to Journalism* (1961:1) menulis: jurnalistik adalah sebagai bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati.
2. Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines* (1969:3) menyebutkan jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran (Mappatoto 1993:69-70).
3. Onong Uchana Efendy mengemukakan secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarkanluaskannya kepada masyarakat (2009:35).

Dari berbagai definisi tersebut Sumadiria menyimpulkan bahwa secara teknis jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (Sumadiria, 2011:3).

2.1.3.5 Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*), jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*), dan jurnalistik media audiovisual (*television journalism*). Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing (Sumadiria,2011:4).

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu verbal dan visual. Verbal menekankan pada kemampuan kita memilih kata dan menyusun kalimat sehingga menjadi sebuah paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual menekankan pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata bentuk atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan.

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik audio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologi dan fisikal. Verbal berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik atau kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal berhubungan dengan penyusunan kata, kalimat dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Visual lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup dan memikat. Teknologikal berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dramatikal berarti berhubungan dengan aspek dan nilai dramatic yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan (Sumadiria, 2011:4-5).

2.1.4 Tinjauan Tentang Berita

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).

Berita dapat diklasifikasikan kedalam kategori berita berat (straight news) dan berita ringan (soft news). Sedangkan berdasarkan sifatnya berita terbagi menjadi dua bagian yaitu: berita terduga dan berita tak terduga. Berita terduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya. Berita tak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba, ditidak direncanakan, dan tidak diketahui sebelumnya (Sumadiria, 2008:66).

2.1.4.1 Unsur-Unsur Berita

Dalam membuat sebuah berita yang baik, terdapat unsur-unsur di dalamnya. Di mana unsur berita tersebut seperti suatu rumus dasar setiap proses produksi berita. Unsur yang perlu diperhatikan, adalah *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Rumus dasar pembuatan berita ini sering diringkas menjadi 5W + 1H. Berikut tabel mengenai unsur-unsur berita :

Tabel 2.2
Unsur Berita 5W dan 1H

<i>What</i>	Untuk mengetahui tentang apa yang akan diberitakan, tema apa yang akan diangkat dalam berita, atau hal apa yang akan dibahas dalam berita.
<i>Who</i>	Untuk mengetahui siapa yang akan menjadi tokoh utama dalam berita. Unsur siapaini harus dijelaskan dengan menunjukkan ciri-cirinya seperti nama, umur, pekerjaan, atau atribut lainnya seperti jabatan dan lain-lain.
<i>Where</i>	Untuk mengetahui di manalokasi kejadian atau peristiwa.
	Untuk mengetahui waktu peristiwa

<i>When</i>	atau kejadian terjadi.
<i>Why</i>	Untuk mengetahui alasan mengapa peristiwa itu bisa terjadi.
<i>How</i>	Untuk menjelaskan suasana dan proses peristiwa terjadi.

Sumber: Zaenuddin. The Journalist: Bacaam Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik. Bandung. Simbiosis Rekatama Media (2011: 133)

2.1.4.2 Sifat Berita

Dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*, Sumadria mengklasifikasi berita ke dalam berbagai kategori, diantaranya berita langsung (*straight news*) dan berita ringan (*soft news*). Sedangkan berdasarkan sifatnya, Sumadria membagi berita menjadi dua, yakni “berita terduga” dan “berita tak terduga”.

Berita terduga merupakan laporan mengenai peristiwa yang telah direncanakan atau telah diketahui sebelumnya. Sementara berita tak terduga merupakan laporan mengenai suatu peristiwa yang terjadi tiba-tiba, tidak direncanakan, dan tidak diketahui sebelumnya. (Sumadria, 2008:66).

2.1.4.3 Nilai Berita

Terlepas dari nilai berita yang sesungguhnya, harus diketahui juga bahwa setiap media memiliki isi media yang secara garis besar terbagi atas tiga kategori, yakni berita, opini dan iklan. Karena ketiga kategori dimaksud secara

langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap massa (khalayak) dari informasi berita yang disampaikan dapat membentuk opini publik.

Opini (*views*) merupakan salah satu produk jurnalistik yang meliputi artikel, tajuk rencana (*editorial*), karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca. Pemisahan secara tegas berita dan opini, merupakan konsekuensi dari norma dan etika luhur jurnalistik yang tidak menghendaki berita sebagai fakta objektif, diwarnai atau dibaurkan dengan opini sebagai pandangan yang sifatnya subjektif.

Secara umum iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan menakutkan. Iklan merupakan pilihan yang paling sering diambil dalam mengarahkan kampanye promosi, karena iklan dapat membantu kita untuk mencapai hampir setiap tujuan komunikasi kita. Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lain, periklanan adalah suatu sarana komunikasi yang dipergunakan dalam dunia perdagangan oleh produsen terhadap konsumen yang meraih lebih banyak calon pembeli dengan biaya lebih rendah, dalam waktu yang lebih singkat dan dengan pengaruh yang akan melekat lebih lama pada ingatan pemirsa.

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

Eriyanto (2012:120-121), 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 dikonstruksi. 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 2.3
Nilai-Nilai Berita

<i>Prominance</i>	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 bisa dianggap sebagai berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh di Surabaya saja.
<i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi dengan keturunan tingo misal nya, lebih layak disebut sebagai berita dibandingkan peristiwa sehari-hari antar penduduk pribumi.

<i>Unusual</i>	Sebuah peristiwa yang mengandung unsur ketidaklaziman, atau jarang-jarang terjadi. Misalnya, seorang wanita melahirkan 6 bayi sekaligus dalam keadaan selamat. Peristiwa demikian bisa disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran normal satu bayi saja.
<i>Proximity</i>	Peristiwa atau kejadian yang dekat dengan jangkauan khalayak lebih layak diberitakan, dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari segi fisik maupun emosional dengan khalayak.

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

Tabel mengenai nilai berita di atas menunjukkan bagaimana peristiwa yang begitu banyak terjadi setiap hari, diseleksi dengan prosedur tertentu. Sehingga, suatu media dapat menentukan apa saja yang layak dan apa yang bisa disebut sebagai berita. Prosedur nilai berita dapat membatasi bahwa tidak semua peristiwa dapat diangkat menjadi berita. Semakin penting, jarang terjadi, dan semakin berkaitan dengan khalayak, maka suatu peristiwa dapat diajukan menjadi sebuah berita. Semua proses ini berkaitan dengan proses produksi berita, nilai-nilai dalam rutinitas kerja sebuah media massa ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadaran wartawan.

2.1.5.3 Jenis-Jenis Berita

Terdapat jenis-jenis berita yang umum dikenal dalam dunia jurnalistik, diantaranya:

1. *Straight news* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. *Depth news* adalah berita mendalam, laporan yang menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa sebagai data tambahan untuk peristiwa itu sendiri.
3. *Comprehensive news* adalah laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
4. *Interpretatif report* adalah memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
5. *Feature* adalah menyajikan fakta untuk menarik minat pembaca, dalam feature lebih diutamakan gaya (*style*) daripada informasi yang disajikan.
6. *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
7. *Investigative news* adalah berita yang memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi, dalam penulisan berita ini wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi.
8. *Editorial writing* adalah penyajian fakta atau opini yang menafsirkan berita-berita penting dan mempengaruhi pendapat umum. (Sumadiria, 2008:69-71).

2.1.5.4 Kriteria Berita

Kriteria berita adalah acuan yang dapat digunakan oleh jurnalis dalam memutuskan fakta yang pantas disajikan menjadi sebuah berita (Sumadiria, 2008:80). Berikut adalah kriteria umum sebuah berita :

1. Keluarbiasaannya (*unusualness*)
2. Kebaruan (*newsness*)
3. Akibat (*impact*)
4. Aktuan (*timeliness*)
5. Kedekatan (*proximity*)
6. Informasi (*information*)
7. Konflik (*conflict*)
8. Orang penting (*prominence*)
9. Ketertarikan manusiawi (*human interest*)
10. Kejutan (*surprising*)
11. Seks (*sex*)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Konsep Framing

Framing adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas sebuah peristiwa, cara bercerita tersebut melihat terhadap realitas yang dijadikan berita. Oleh sebab itu, analisis framing digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan sebuah realitas, melihat bagaimana peristiwa itu terjadi dan bagaimana cara pembingkaiannya yang dilakukan oleh media. Ada dua esensi

utama dalam framing, pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. (Eriyanto, 2012:10-11)

Menurut Berger realitas tidak dibentuk secara ilmiah ataupun sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan melainkan realita dibentuk dan dikonstruksikan (Eriyanto, 2002:18). Hal itu didasari oleh persep si setiap manusia dalam menilai suatu realitas yang ada berdasarkan pengalaman, pendidikan dan lingkungan sekitarnya.

Realitas yang dihasilkan dari sebuah konstruksi merupakan realitas objektif dan realitas subjektif. Realitas objektif dapat dilihat berdas arkan kejadian yang terjadi berdasarkan fakta yang ada, sementara realitas subjektif lebih menekankan kepada nilai makna,interpretasi dan hasil relasi setiap individu. Semua itu didasarai berdasarkan bagaimana cara individu menilai atau melihat suatu peristiwa.

Gagasan dari Berger tersebut dapat diimplementasikan kedalam sebuah beirta dimana wartawan melihat sebuah peristiwa yang terjadi namun setiap wartawan memiliki pandangan yang berbeda dalam melihat peristiwa tersebut. Hal ini didasari dari berita yang dibuat oleh wartawan, walaupun kasus yang dihadapi sama tapi cara penyampaian isi berita berbeda. Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan sebuah peristiwa atau fakta yang riil, berita adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam prosesnya wartawan dilandasi oleh realitas, dimana realitas dimaknai oleh wartawan untuk menghasilkan sebuah realitas yangdituangkan kedalam teks berita.

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Berikut adalah uraian mengenai penilaian tersebut :

1. Fakta atau Peristiwa adalah hasil konstruksi. Realitas bersifat subjektif karena realitas tercipta lewat konstruksi atau sudut pandang wartawan, realitas bisa berbeda-beda tergantung dari bagaimana wartawan menilai sebuah realitas. Menurut Carey realitas bukan sesuatu yang diberi melainkan realitas sebagai sesuatu yang diproduksi. Menurutnya pandangan konstruksionis adalah fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan apa yang ada dibenak wartawan yang melihat fakta tersebut (Eriyanto, 2012:23).
2. Fakta atau Peristiwa adalah hasil konstruksi. Realitas bersifat subjektif karena realitas tercipta lewat konstruksi atau sudut pandang wartawan, realitas bisa berbeda-beda tergantung dari bagaimana wartawan menilai sebuah realitas. Menurut Carey realitas bukan sesuatu yang diberi melainkan realitas sebagai sesuatu yang diproduksi. Menurutnya pandangan konstruksionis adalah fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan apa yang ada dibenak wartawan yang melihat fakta tersebut (Eriyanto, 2012:23).
3. Berita bersifat subjektif atau konstruksi realitas. Pandangan konstruksionis mempunyai penilaian yang berbeda dalam menilai objektivitas jurnalistik, karena berita adalah produk dari konstruksi

dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan suatu peristiwa yang dilakukan oleh wartawan tentu berbeda dengan wartawan lainnya.

4. Wartawan bukan pelapor, ia agen konstruksi realitas. Kaum konstruksionis melihat wartawan seperti aktor atau agen pembentuk realitas, realitas dibentuk dan diproduksi tergantung bagaimana proses konstruksi berlangsung.

Dari pernyataan diatas dapat disebutkan bahwa framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita, cara pandang ini yang pada akhirnya menentukan perbedaan ketika penyampaian isi berita oleh masingmasing wartawan atau media.

Berikut adalah beberapa definisi analisis framing menurut para ahli :

Tabel 2.4

Definisi Framing Menurut Para Ahli

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lainnya.
William A Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semakam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksika makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta

	untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Tood Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada 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.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan mengidentifikasi, dan melaeli 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.
David E. Snow And Robert Sanford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat Tertentu
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita.

Sumber: Eriyanto. Analisis Framming Konstruksi Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta. LKiS. 2012

2.2.2 Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan model yang paling populer dan banyak digunakan. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol dalam artian menempatkan informasi lebih daripada yang lain. Dengan menonjolkan pesan tersebut membuat pembaca atau khalayak lebih tertuju pada pesan yang ditulis tersebut.

Dalam media, framing dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam sebuah informasi untuk membuat kode, menafsirkan, dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak dan seluruhnya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktik kerja seorang wartawan. Framing lalu dimaknai sebagai suatu strategi atau suatu cara wartawan dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk disajikan kepada khalayak.

Dalam pendekatan framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terdapat empat struktur besar, pendekatan tersebut dapat digambarkan kedalam sebuah skema sebagai berikut :

Tabel 2.5

Skema Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	<i>Headline, lead, latar</i> informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup

SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5 W + 1 H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar atau foto, grafik

Sumber : Skema Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dalam Eriyanto. 2002: 256

Keempat perangkat framing tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Kecenderungan dan kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur tersebut. Keempat perangkat framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Sintaksis

Sintaksis dalam pengertian umum dapat diartikan sebagai susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita *headline*, *lead*, latar informasi, sumber, penutup dalam suatu teks berita secara keseluruhan. Dalam elemen sintaksis member petunjuk yang sangat

berguna tentang bagaimana seorang wartawan memaknai sebuah peristiwa dan akan dibawa kemana berita yang dituliskannya tersebut.

2. Skrip

Skrip merupakan laporan berita yang disusun sebagai suatu cerita. Bentuk umum dari struktur skrip adalah pola 5 W + 1 H. Laporan berita yang disusun dibagi kedalam dua hal. *Pertama*, banyaknya laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa yang sudah ditulis pada sebelumnya. *Kedua*, berita pada umumnya mempunyai orientasi yang menghubungkan antara teks yang yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca. Hal ini dikarenakan wartawan ingin agar khalayak tertarik untuk membaca berita yang ditulisnya, oleh karena itu wartawan meramu sedemikian rupa dengan mencampurkan unsur emosi, dengan menampilkan peristiwa tampak sebagai sebuah kisah dengan awalan, adegan, klimaks, dan akhir.

3. Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa tersebut diungkapkan atau dibuat oleh seorang wartawan. Dalam menulis berita, seorang wartawan mempunyai tema tertentu atas suatu peristiwa yang diangkat. Elemen yang dapat diamati dalam perangkat tematik ini adalah koherensi. Koherensi merupakan pertalian atau jalinan antar kata, proposisi atau kalimat. Dua

proposisi atau kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan menggunakan koherensi, sehingga fakta yang sebelumnya tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seorang menghubungkannya.

4. Retoris

Struktur retorik dalam wacana sebuah berita menggambarkan pilihan gaya kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh seorang wartawan. seorang wartawan menggunakan perangkat retorik dimaksudkan untuk membuat citra, ingin menonjolkan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Selain itu, struktur retorik juga digunakan oleh wartawan untuk menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran. Ada beberapa elemen penting dalam struktur retorik, yang paling penting adalah leksikon. Leksikon merupakan pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai serta menggambarkan suatu peristiwa.

2.2.2 Kontruksi Sosial Media

Pekerjaan media massa pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media massa adalah hasil para pekerja professional yang mampu mengkonstruksi berbagai realitas yang dipilihnya, serta disebabkan sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media sendiri adalah menceritakan peristiwa peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan.

Pembuat berita di media massa pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 18). Sementara itu substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas yang datang dari Peter L. Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan, bahkan hingga kini.

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann melihat fenomena media massa menjadi sangat substansial dalam proses eksternalisasi, subyektivasi, dan internalisasi, yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”.

“Eskternalisasi merupakan bagian dari penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai manusia, sedangkan obyektivikasi sebagai interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi merupakan upaya individu mengidentifikasikan diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya.” (Bungin, 2008: 3)

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 dapat dilihat melalui tahapan berikut ini :

1. Tahap Menyiapkan Materi Kontruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada bagian redaktur 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 pelipatgandaan 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.

2. Tahap Sebaran Kontruksi

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.

3. Tahap Pembentukan Kontruksi Realitas

a) Sebaran Kontruksi

Dalam tahap sebaran kontruksi, pemberitaan telah sampai pada masyarakat melalui tiga tahap yaitu (1) kontruksi realitas membenaran, artinya kontruksi membenaran sebagai suatu bentuk kontruksi 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. (2) kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa. (3) menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara 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 Kontruksi Citra

Pembentukan kontruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap kontruksi. Dimana bangunan kontruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model :

yaitu model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* merupakan 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 itu, 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 serta 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 diantaranya :

- a. Kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa.

- b. kedekatan dengan media massa adalah *life style/gaya* hidup orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri.
- c. Media massa walau 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.

Dalam konstruksi realitas sosial media massa dapat dilihat dalam dua model, yakni model peta analog dan model refleksi realitas. Model peta analog yaitu suatu konstruksi realitas sosial yang dibangun media massa, seperti sebuah analogi kejadian yang seharusnya terjadi, bersifat rasional dan dramatis. Sedangkan model refleksi realitas adalah model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di masyarakat.

“Realitas terkonstruksi karena pemberitaan lebih cepat diterima masyarakat luas dan merata, karena media massa dapat ditangkap oleh masyarakat luas secara merata dan di mana-mana, ini dapat membentuk opini massa, karena merangsang masyarakat untuk beropini atas suatu kejadian atau peristiwa yang diberitakan media massa.” (Bungin, 2008: 202)

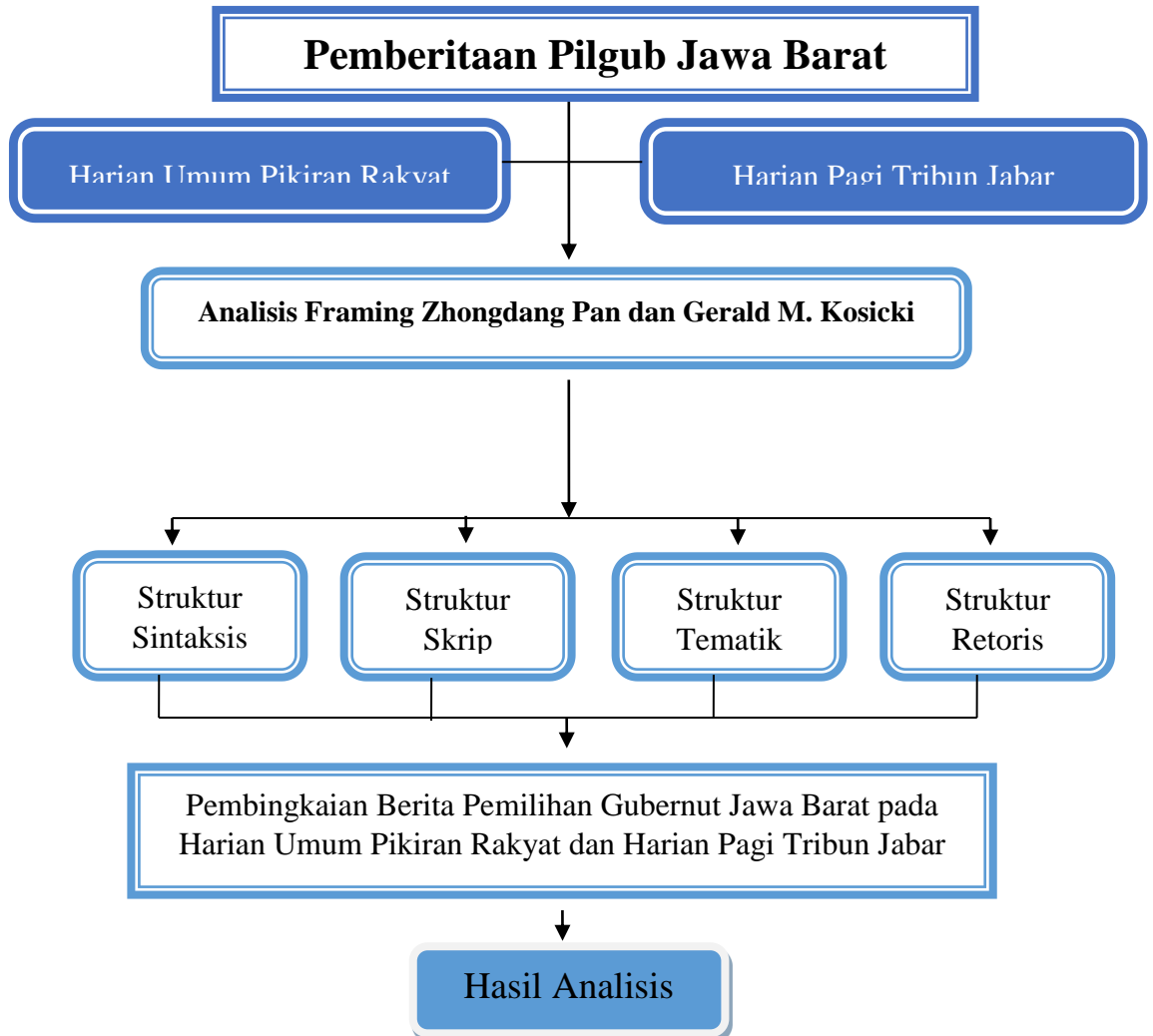
Realitas itu dimaknai melalui proses konstruksi, seperti halnya pemberitaan mengenai Pemilihan Gubernur Jawa Barat di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar. Kedua surat kabar tersebut sama-sama membahas mengenai pilkada di Jawa Barat, namun ada perbedaan dalam

menentukan sudut pandang dalam pemberitaannya. Hal ini tergantung dari bagaimana media mengkonstruksi peristiwa menjadi sebuah realitas, dan bagaimana media massa menyeleksi isu dan juga menonjolkan aspek-aspek dari sebuah realitas untuk dimaknai dan dimengerti oleh khalayak.

Berdasarkan konsep framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, peneliti dapat membuat kerangka pemikiran dalam melakukan penelitian mengenai Pemilihan Gubernur Jawa Barat pada media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar. Kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber :Peneliti, April 2018

Dari gambar skema kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan alur penelitian yang akan dilakukan peneliti. Adapun penjelasan mengenai gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Pemberitaan mengenai Pilgub Jawa Barat merupakan bahan utama informasi dalam sebuah pemberitaan yang akan ditulis atau diproduksi oleh para wartawan, khususnya wartawan dari Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.
2. Sebelum menerbitkan berita pada, wartawan Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar menentukan sudut pandang serta mengkonstruksi realitas mengenai Pilgub Jawa Barat agar menarik perhatian khalayak (pembaca).
3. Dalam proses penyeleksian bahan informasi (data, fakta) mengenai Pilgub Jawa Barat, wartawan memiliki peranan penting. Proses ini hendak diketahui oleh peneliti tentang bagaimana pembingkaiian berita yang dilakukan oleh Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar mengenai Pilgub Jawa Barat tersebut. Dengan menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam model ini dibagi menjadi empat struktur besar sebagai berikut :
 - a. Struktur Sintaksis
 - b. Struktur Skrip
 - c. Struktur Tematik
 - d. Struktur Retoris
4. Dengan menggunakan pendekatan konstruksi sosial Berger dan Luekmann, peneliti akan mengidentifikasi tahapan dan model konstruksi sosial yang diaplikasikan Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar saat memberitakan Pilgub Jawa Barat.

5. Berita merupakan hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh wartawan. Pada poin ini, yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah hasil produksi berita mengenai Pilgub Jawa Barat.
6. Hasil analisis merupakan tahapan akhir dari penelitian ini. Dengan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat mengetahui pembingkaihan berita Pemilihan Gubernur Jawa Barat pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.