

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Analisis Framing

Profesional komunikasi sering menggunakan analisis framing, subbidang analisis wacana, untuk meneliti ideologi, identitas, dan penyajian fakta. Menurut analisis framing, metode media untuk memilih, menekankan, dan mengintegrasikan fakta ke dalam berita agar lebih menarik, penting, menghibur, atau mudah dipahami pembaca, dan sejauh mana strategi ini dapat memengaruhi opini publik. Cara lain untuk mengamati bagaimana jurnalis memilih dan memilah masalah mana yang akan diliput dan bagaimana mereka menyajikan berita dari sudut pandang pribadi mereka sendiri adalah melalui analisis framing. Menurut Machmud (2018), perspektif ini adalah kunci untuk memutuskan fakta mana yang digunakan, bagian mana yang ditekankan atau diremehkan, dan di mana berita dilaporkan.

Pemilihan isu dan penekanan berbasis realitas adalah dua komponen utama framing, menurut Entman. Kedua faktor ini dapat membantu menyempurnakan analisis framing yang dipublikasikan dalam proses pemilihan media. Akan tetapi subjek pertama dalam melakukan framing berita adalah sudut pandang penulis atau wartawan. Terlepas dari semua itu aspek yang menjadi penonjolan pada berita biasanya terletak pada headline berita, halaman depan atau bagian depan berita yang didasari oleh perspektif wartawan atau si penulis berita.

Framing, menurut penilaian Entman, adalah cara yang cukup konsisten untuk menunjukkan informasi atau objek yang ditekankan dalam sebuah tulisan.

Penjelasan yang tepat dan berurutan tentang pesan informasional dimungkinkan dengan framing. Pada dasarnya, framing melibatkan penyorotan bagian-bagian teks sambil mengabaikan bagian-bagian lainnya. Sebagai konsekuensinya, pendekatan framing secara selektif menekankan nilai-nilai tertentu saat orang mencoba memahami dunia. Satu orang lagi yang memiliki sudut pandang tentang pendekatan framing adalah GJ Aditjondro (1999) dalam Sobur (Sobur, 2006: 165). Karena framing merupakan bagian yang tak terelakkan dari penyuntingan setiap berita tertulis atau cetak, pada akhirnya terserah kepada penulis untuk memutuskan apakah cerita mereka akan diterbitkan atau tidak.

Penyertaan foto, ilustrasi, karikatur, atau representasi visual lainnya dari materi yang menjadi berita diputuskan oleh *front officer*. Meskipun jurnalis dan editor memiliki peran besar dalam membingkai cerita, informan yang terlibat dalam konflik juga memiliki suara dalam menentukan sisi cerita mana yang paling banyak mendapat perhatian.

2.1.1 Tujuan Analisis Framing

Eriyanto (2005) menyatakan bahwa tujuan analisis framing adalah untuk menentukan bagaimana media memproduksi realitas termasuk individu, organisasi, atau apa pun. Penggambaran media terhadap ujaran kelompok pesaing adalah topik utama analisis framing, subbidang analisis konten. Ide sentral yang terstruktur dapat dilihat dengan dua turunan, perangkat framing dan perangkat penalaran; ini dikenal sebagai analisis *framing* atau gagasan bingkai (Machmud, 2018).

Fokus daripada analisis framing adalah terhadap komentar kesan atau interpretatif seputar realita yang terjadi. Analisis framing juga bisa dapat diartikan sebagai penyamaran atau pemeriksaan informasi teks yang tersembunyi, maka ada pemaknaan sebenarnya dalam tekstual. Ketika dalam menuliskan pemberitaan framing media justru malah mendekonstruksi sebuah metode ataupun ideologi media (Machmud, 2018). Berdasarkan hal di atas, masuk akal untuk berasumsi bahwa analisis framing digunakan untuk menemukan bagaimana kata-kata dalam sebuah berita dipilih, ditafsirkan, dan diberi makna tertentu. Salah satu cara untuk melihatnya adalah sebagai proses di mana outlet berita memilih berita mana yang akan diliput.

2.2 Tinjauan Umum tentang Komunikasi Massa Melalui Media *Online*

Karena istilah bahasa Inggris "communication" berasal dari kata Latin "communis," yang berarti "berkomunikasi," kita menggunakannya untuk menandakan bahwa pokok bahasan pesan harus sebanding dengan pokok bahasan penerima agar komunikasi dapat berjalan efektif (Hermawan, 2012). Mengubah perilaku seseorang merupakan tujuan komunikasi, yang dapat digambarkan sebagai penyampaian gagasan dari satu orang ke orang lain. Oleh karena itu, harus ada pengirim pesan (sumber informasi), pesan, media penyampaian, dan dampak agar komunikasi dapat berlangsung.

Menurut Nurhadi dan Kurniawan (2017), terdapat dua bentuk pemahaman yang berbeda dalam komunikasi:

- a. Secara *terminologis*
- b. Secara *paradigmatis*

Oleh karena itu, komunikasi adalah tindakan menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan memengaruhi perilaku penerima.

Beberapa hal yang membantu dalam berkomunikasi dicantumkan oleh Oktavia (2016):

- a. Sumber (*Source*)

Siapa pun atau kelompok mana pun—termasuk partai politik, organisasi, dan lembaga—dapat berfungsi sebagai saluran informasi

- b. Pesan (*Message*)

Setiap informasi, hiburan, panduan, atau keahlian yang dikirim dari satu orang atau kelompok ke kelompok lain dikenal sebagai pesan.

- c. Media (*Channel*)

Istilah "media" mengacu pada segala jenis komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara pengirim dan penerima pesan.

- d. Penerima (*Receiver*)

Orang atau kelompok yang menerima pesan dalam konteks komunikasi disebut penerima.

e. Efek Pengaruh

Setelah mendengar pesan, sikap dan perilaku penerima dapat berubah sebagai akibat dari dampak pada pikiran dan emosi mereka.

f. Umpan Balik

Baik pengirim maupun penerima dapat memberikan dampak pada umpan balik, yang dapat mengambil banyak bentuk, termasuk pesan dan media.

g. Lingkungan

Berbagai faktor, termasuk dimensi fisik, sosial, budaya, psikologis, dan temporal, membentuk apa yang dikenal sebagai "lingkungan," yang pada gilirannya memengaruhi proses komunikasi.

Frasa "komunikasi massa" digunakan dalam bidang komunikasi. Kebutuhan manusia yang tak terpuaskan untuk perbaikan dalam semua aspek kehidupan memunculkan komunikasi massa sebagai sarana untuk mencapai tujuan tersebut. Komunikasi massa, dalam definisi yang paling ketat, adalah segala jenis komunikasi yang di dalamnya sejumlah besar individu menjadi penerima yang dituju. Di sisi lain, menurut Kustiawan dkk. (2022), penggunaan media cetak dan elektronik dalam komunikasi dapat didefinisikan secara luas sebagai komunikasi massa. Media cetak dan elektronik adalah contoh saluran teknologi kontemporer yang memfasilitasi komunikasi massa. Namun, dalam konteks ini, "massa" berarti pemirsa, pendengar, pembaca, atau khalayak.

Nurudin (2016) berpendapat bahwa ada beberapa peran yang berbeda untuk komunikasi massa, seperti:

a. Fungsi informasi

Tujuan komunikasi massa adalah untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum.

b. Fungsi hiburan

Tujuan sekunder media massa adalah untuk menghibur demografi sasarannya.

c. Fungsi persuasi

Tujuan komunikasi massa adalah untuk membujuk khalayak sasarannya untuk mengubah perilaku mereka

d. Fungsi transmisi budaya

Komunikasi memungkinkan terjadinya pertukaran praktik budaya di berbagai wilayah

e. Fungsi Sosial

Manusia dituntun untuk percaya bahwa mereka semua harus berpikir dan bertindak dengan cara yang sama karena pengaruh media arus utama

f. Fungsi Pengawasan

Penyebaran informasi mengenai peristiwa terkini difasilitasi oleh komunikasi massa

Masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi tentang apa yang terjadi di dunia berkat komunikasi massa. Berkat kemajuan teknologi internet, bentuk-bentuk baru komunikasi massa diperkenalkan pada tahun 1990-an. Dengan penggunaan kabel telepon dan jaringan satelit, komputer di seluruh dunia dapat terhubung ke

internet, membuka bentuk-bentuk baru media massa yang dapat hidup berdampingan dengan bentuk-bentuk lama seperti media cetak dan elektronik. Internet telah membuka bentuk-bentuk baru komunikasi massa yang dapat memikat khalayak dengan lebih dari sekadar teks. Pengguna kini dapat menikmati animasi, suara, foto, dan grafik yang menarik secara visual. Media massa berbasis internet yang interaktif dan terus berubah memikat khalayak. Media yang sepenuhnya berlangsung di internet dan merupakan gabungan dari bentuk komunikasi massa tradisional dan media digital dikenal sebagai "media daring" (Siahaan et al., 2021). Di era globalisasi ini, kekayaan media baru telah diperkaya oleh keberadaan media daring. Media massa daring, seperti bentuk komunikasi massa lainnya, dapat menyebarkan informasi jauh lebih cepat daripada media cetak atau elektronik. Informasi tentang suatu peristiwa dapat dikomunikasikan secara real-time melalui media massa daring, dan juga dapat diakses kapan saja, di mana saja. Selain itu, outlet berita yang beroperasi secara daring juga dapat dengan mudah memberikan pembaruan yang komprehensif. Selain itu, sementara bentuk media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi hanya memungkinkan komunikasi satu arah, media daring memungkinkan komunikasi dua arah melalui bagian komentar, yang umumnya tersedia dan memungkinkan pembaca untuk menanggapi.

2.2.1 Efektifitas Portal Berita *Online* Sebagai Sumber Informasi

Saat ini, semakin banyak orang beralih ke situs berita daring sebagai sumber utama berita dan peristiwa terkini. Masyarakat pada era serba internet ini sangat mengandalkan portal berita *online* demi mendapatkan

sebuah kebutuhan informasi sehari-hari. Tidak lain tidak bukan karena kemudahan dalam melakukan akses untuk mendapatkan berita tersebut. Hanya menggunakan gawai kecil dan sambungan internet saja tiap individu bisa melakukan aksesibilitas untuk mendapatkan sebuah pesan, informasi dan pemberitaan yang ingin diperlukan. Maka portal berita *online* akan mendekati sifat hakiki dari sebuah berita yaitu faktual dan aktual. Tetapi dari kemudahan akses dalam penulisan berita maupun mengakses sebuah berita, terdapat kelemahan pada tingkat kredibilitas media atau penulisan yang ada pada pemberitaan.

Portal berita *online* akan menjadi *top of mind* dari masyarakat untuk mendapatkan informasi yang beragam untuk pemenuhan aktivitas sehari-hari maupun penyerapan pesan yang bisa diaplikasikan kepada kehidupan nyata. Wahyuni (2021) menegaskan bahwa penggunaan jaringan internet merupakan ciri khas situs berita daring. Materi yang dihasilkan oleh portal berita internet juga unik, terkini, real-time, dan mudah dipahami. Salah satu definisi "terkini" adalah bahwa semua berita di portal berita internet diperbarui setiap saat. Yang kami maksud dengan "real-time" adalah bahwa berita yang muncul di situs web berita diperbarui segera setelah terjadi. Artinya, siapa pun, di mana pun yang memiliki koneksi internet, dapat membaca berita dari sumber berita daring. Salah satu kemungkinan penafsiran dari frasa "media adalah pesan" adalah bahwa media itu sendiri, bukan pesan itu sendiri, adalah bagian masyarakat yang kuat dan berpengaruh. Media massa adalah alat untuk mengomunikasikan pesan

tertentu, tetapi konten atau pesan itu sendiri merupakan peran utama media. Media dan konten tidak dapat dipisahkan karena media memfasilitasi perilaku manusia dalam transmisi dan interpretasi pesan. Memproduksi dan menyebarkan pesan merupakan bagian integral dari media sebagai gagasan pesan. Misalnya, berita yang muncul di portal berita daring merupakan hasil dari area produksi yang diatur oleh sistem yang juga memiliki serangkaian kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, kebijakan dan kepentingan mereka yang membuat portal berita internet meresap ke dalam berita yang disajikan di sana.

Sayangnya, jurnalis di portal berita daring tidak selalu mengikuti aturan jurnalisisme, yang menyatakan bahwa berita mereka harus objektif, jujur, dan tidak memihak. Hal ini karena berita sering dimanipulasi untuk keuntungan politik, ekonomi, dan budaya (Suparno et al., 2016).

2.3 Pengertian Berita

Berita merupakan suatu fakta atau ide maupun opini yang bersifat aktual yang memiliki nilai unik dan pastinya akurat. Maka berita mempertimbangkan urgensi yang ada pada publik agar media masih menjadi sumber utama dalam mendapatkan informasi. Topik pada pemberitaan juga sangat selektif, tidak semua berita yang faktual akan dijadikan sebuah pemberitaan. Hal unik pada sebuah fakta menjadi dasar utama dalam melakukan pemberitaan. Hal ini ditujukan untuk memunculkan daya tarik terhadap pembaca untuk memilih sebuah berita. Oleh karena itu, setiap orang harus memperhatikan berita, karena itu adalah kejadian yang akan dilaporkan untuk mencerahkan pemirsa.

Dalam buku mereka *News Writing and Reporting*, James M. Neal dan Suzzane S. Brown mengkritik pandangan bahwa berita baru hanya ada setelah suatu peristiwa, dengan menyatakan bahwa berita adalah hasil dari suatu peristiwa yang mengandung informasi yang dapat dibagikan kepada khalayak. Ini hanyalah salah satu dari sekian banyak definisi yang diberikan oleh para ahli di bidang tersebut. Menurut mereka, tren, peristiwa, kondisi, dan interpretasi juga dapat dianggap sebagai berita. Masyarakat luas perlu memperhatikan tren kenaikan harga barang-barang kebutuhan pokok. Tren ini menjadi panggung bagi berbagai peristiwa yang akan menjadi berita utama. Berbagai interpretasi, jika diberitakan dalam berita, akan muncul dari situasi dan kondisi masyarakat.

Pengertian berita, sebagaimana dikemukakan oleh JB Wahyudi, adalah berita yang dimuat di media massa berkala dan memiliki nilai penting, menarik bagi khalayak tertentu, masih segar, dan disebarluaskan secara luas. Publikasi berkala di

media massa diperlukan untuk melengkapi komponen-komponen definisi jurnalisme sebelumnya.

Kejadian, tren, pandangan, situasi, dan kondisi terkini hanyalah sedikit dari hal-hal yang disampaikan kepada masyarakat melalui berita di dunia industri dan berkembang saat ini. Tom E. Rolnicki (Latief: 2021) berpendapat bahwa memahami berita memerlukan beberapa faktor penting:

- a. Meskipun faktualitas penting dalam berita, jarang sekali memungkinkan untuk memberikan setiap detail dari setiap peristiwa.
- b. Pemimpin publik atau profesional sering berbagi pemikiran mereka dalam berita.
- c. Apa yang mereka katakan atau lakukan adalah substansi dasar dari berita.
- d. Paragraf pembuka dan kedua dari sebuah artikel sering mencampur fakta dan opini, sehingga berita lama tampak segar kembali.
- e. Nilai berita bervariasi dari satu lembaga ke lembaga lainnya; apa yang menurut sebagian orang layak diberitakan mungkin tidak layak diberitakan bagi yang lain. Topik yang dicakup oleh berita menentukan hal ini.
- f. Apa yang menjadi berita utama sekarang mungkin tidak memiliki bobot yang sama besok.
- g. Nilai yang dipegang oleh satu individu dapat berbeda dari yang dipegang oleh orang lain.
- h. Ada perbedaan antara dua variabel berita yang penting: daya tarik dan minat.

Penciptaan realitas melalui susunan kata-kata dalam bahasa adalah yang memunculkan berita. Baik penciptaan realitas maupun pelaporan berita sangat bergantung pada bahasa. Berdasarkan definisi ini, sebuah berita harus mematuhi empat standar yang juga merupakan ciri dan kriteria utama berita yang akan disebarluaskan melalui media massa; standar dan kriteria ini kemudian disebut nilai berita atau nilai jurnalistik. Berita mensyaratkan hal-hal berikut, antara lain:

A. Faktual

Informasi pada pesan yang terkandung dalam berita harus mengandung unsur *fact* (fakta) dimana pemberitaan harus berdasarkan peristiwa yang sebenarnya. Alasannya adalah, menurut wartawan, berita dibentuk oleh fakta, pandangan, dan penjelasan yang ditemukan dalam sumber berita. Maka penulis diwajibkan melaporkan kejadian yang nyata

B. Aktual

Berita disini juga harus memiliki unsur aktual dimana informasi dan pesan masih menjadi sebuah topik hangat yang dibahas oleh masyarakat. Permasalahan yang sedang happening membuat berita bisa masuk klasifikasi aktual. Namun, banyaknya diskusi tentang subjek lama terkadang dapat mengubahnya menjadi berita nyata.

C. Cepat

Pemberitaan harus disalurkan secara cepat kepada publik atau pembaca, hal ini untuk menjaga aktual berita dan topik yang diberitakan tidak basi.

D. Seimbang

Reporter dituntut untuk meliput sudut pandang yang berlawanan. Kehadiran prasangka di media berpotensi memicu ketidakpuasan yang meluas. Jadi isi berita tidak boleh berpihak kepada salah satu pihak saja

E. Penting

Pesan yang dibawakan dalam berita harus bersifat informatif untuk semua orang. Maka pemilihan topik pemberitaan juga harus menyangkut kepentingan publik.

F. Bermanfaat

Informasi pada berita bersifat solutif dan membawa manfaat bagi khalayak ramai, dan berdampak pada penyelesaian masalah yang terjadi pada publik.

G. Lengkap

Jika berita dapat dipercaya dan informasinya komprehensif, maka berita tersebut lengkap jika mengandung 5W + 1H.

H. Menarik

Apa pun yang menjadi berita harus cukup menarik untuk menarik minat orang dan membuat mereka ingin membaca keseluruhannya.

2.4 Berita sebagai Konstruksi Media atas Realitas

Media sebagai pembawa sebuah berita merupakan pihak yang mengkonstruksi sebuah realitas, jadi berita bukanlah cerminan atau refleksi dari sebuah peristiwa tetapi sebuah dekonstruksi dari sebuah peristiwa yang memberikan makna tertentu. Menurut kaum positivis, laporan berita hanya mewakili peristiwa kehidupan nyata. Dengan demikian, sudut pandang ini mengandaikan bahwa laporan berita yang ditujukan kepada publik menggambarkan peristiwa secara akurat. Aliran pemikiran konstruktivis berpendapat bahwa berita pada dasarnya adalah sandiwara, yang bertentangan dengan pandangan ini. Berita bukanlah laporan objektif tentang peristiwa; melainkan, berita mencerminkan bias dan prioritas orang-orang yang memproduksinya. Akibatnya, menurut Mulyana (2020), berita bersifat relatif terhadap realitas, dan jurnalisme mungkin memberikan realitas alternatif untuk menghasilkan berita dengan interpretasi yang berbeda.

Berita, menurut perspektif konstruktivis, bukanlah penggambaran realitas yang akurat. Jurnalis menciptakan realitas dengan mengumpulkan data di lapangan, memilih sumber, dan menyajikan berita kepada publik melalui penggunaan kata-kata dan gambar. Penciptaan realitas ini merupakan hasil dari berita yang telah beredar di masyarakat. Selalu ada mitra, ide, dan cita-cita dari jurnalis atau media yang terlibat dalam produksi realitas, menurut teori konstruktivis. Oleh karena itu, jurnalisme terlibat dalam pembentukan realitas, menurut perspektif konstruktivis, karena berita dipandang subjektif. Lebih jauh, sudut pandang yang berbeda tentang penyajian berita tidak dapat dihindari, mengingat interpretasi jurnalis terhadap peristiwa membentuk pemahaman publik tentang dunia.

2.5 Agenda Setting

Teori penetapan agenda yang diajukan oleh Donald Shaw dan Maxwell McCombs juga merupakan ide dasar untuk penelitian ini. Setidaknya secara teori, pandangan dan perasaan publik akan mencerminkan prioritas media arus utama. Media melakukan hal tersebut dengan teknik pemilihan dan penonjolan topik atau kepentingan yang berdasarkan ideologi suatu media. Media disini akan memberikan penekanan mengenai isu yang lebih penting untuk disajikan kepada publik. Menurut kedua cendekiawan tersebut, teori ini meneliti media dengan tujuan untuk menentukan seberapa besar dampak media terhadap persepsi publik terhadap suatu peristiwa tertentu (Griffin, 2012:378).

Penetapan agenda adalah fase dasar dalam pembedakan semacam ini, yang merupakan hal mendasar bagi proses identifikasi. Dengan demikian, pengkondisian agenda mencakup penetapan agenda, yang memberi bobot lebih pada topik yang sedang menjadi tren atau yang dianggap relevan oleh media (Machmud, 2018). Pada tahun 1972, gagasan penetapan agenda diciptakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Tujuan awal teori penetapan agenda media adalah untuk menjelaskan pengaruh media terhadap opini publik menjelang pemilihan umum, khususnya terkait kemampuan media untuk menetapkan prioritas dan membentuk wacana publik. Agenda menyiapkan panggung untuk melibatkan subjek yang akan dikomunikasikan kepada khalayak, mendorong media untuk terlibat dengan opini khalayak, dan membentuk agenda atau opini publik tentang isu yang diliput oleh media. Secara realistis, penetapan agenda terjadi ketika media menyebarkan

informasi kepada publik tergantung pada berbagai faktor dan tujuan. Suatu isu akan mendapat lebih banyak perhatian daripada masalah lain jika dapat dipengaruhi atau dibawa ke perhatian publik sebagai perhatian dan menjadi menonjol dalam agenda publik. Fase ini, yang dapat dilihat dari beberapa sudut, disebut pengambilan keputusan publik. Keputusan, perselisihan, dan kebijakan akan diputuskan oleh pihak mana. Berdasarkan sejumlah faktor, penulis menyimpulkan bahwa media memiliki kekuatan penuh untuk menggambarkan atau mentransmisikan isu-isu untuk memengaruhi agenda publik, dan ini dikenal sebagai agenda setting.

Ada tiga jenis agenda yang saling terkait, sebagaimana dinyatakan dalam teori agenda setting. Ada tiga format agenda yang berbeda, sebagaimana tercantum di bawah ini (Haryanto, 2003).

1. Apa pun yang dilaporkan oleh outlet berita seperti TV, radio, dan surat kabar dianggap sebagai bagian dari agenda media.
2. Agenda publik adalah kompilasi topik atau ide yang dianggap penting oleh mayoritas orang.
3. Agenda kebijakan adalah serangkaian topik atau konsep yang dipegang oleh mereka yang memutuskan kebijakan, termasuk DPR dan lainnya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Julian Dwi Masyithoh (2016-004 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)	Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Batubara Di Kompas.Com Dan BBC Indonesia.Com (Leliana et al., 2021)	Di dunia saat ini, media tidak hanya hadir untuk menyebarluaskan berita; mereka juga perlu mengawasi pemerintah dan lembaga terkait ketika mereka membuat kebijakan yang akan menguntungkan publik. Dengan menawarkan kritik dari berbagai sudut, media seperti Kompas.com dan BBC Indonesia.com membangun makna dalam berita mereka.
<p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini terletak pada konteks beritanya dan juga penelitian kali ini penulis membahas tentang opini, kemudian juga pada pembahasan penelitian terdahulu membahas tentang studi komparasi, pada penelitian ini peneliti membahas tentang studi media online yang memiliki feature opini.</p> <p>Persamaan : Persamaannya terletak pada analisi framing yang dipakai oleh peneliti terdahulu dengan penelitian kali ini yang dikemukakan oleh Robert N. Entman.</p>		

2.7 Fokus Penelitian

Penelitian kali ini akan berfokus membawa bahasan tentang bagaimana cara Mojokdotco dan Kumparan dalam melakukan pemingkaiian berita opini Prabowo pasca debat perdana capres. Alasan dasar yang membuat peneliti berfokus pada penelitian ini karena peneliti ingin mencari tahu bagaimana media mojokdotco dan kumparan memberitakan kontestasi pada debat perdana capres yang dilakukan oleh Prabowo Subianto.

2.8 Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui *framing* media terhadap pasangan calon nomor urut dua, penulis mengacu pada kerangka teori berikut: berita-berita yang dimuat oleh portal berita daring Kumparan dan Mojokdotco dalam *framing* berita Prabowo pascadebat capres pertama sesuai dengan teori Robert N. Entman. Landasan teori penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Kerangka Berpikir

