

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Konstruksi Sosial

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mengemukakan konsep konstruksi sosial dalam buku mereka yang berjudul "The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge" pada tahun 1966. Mereka berpendapat bahwa realitas sosial adalah produk dari interaksi sosial, dan pemahaman kita tentang dunia dibangun melalui proses sosial. Konstruksi sosial secara garis besar adalah konsep yang merujuk pada proses di mana realitas sosial dan makna sosial dibangun melalui interaksi sosial dan interpretasi bersama dalam masyarakat. Konstruksi sosial berfokus pada bagaimana manusia memahami, memberi makna, dan menginterpretasikan dunia sosial mereka. Melalui interaksi sosial, individu-individu saling berkomunikasi, berbagi pengetahuan, keyakinan, dan nilai-nilai, yang kemudian membentuk pemahaman bersama tentang realitas sosial.

Proses konstruksi sosial melibatkan bahasa, simbol, norma, dan nilai-nilai yang digunakan oleh individu dan kelompok dalam berinteraksi. Melalui penggunaan bahasa dan simbol, makna sosial diberikan pada objek, peristiwa, dan fenomena dalam masyarakat. Misalnya, konsep seperti keadilan, identitas, gender, dan kekuasaan adalah konstruksi sosial yang diberikan makna melalui interaksi sosial. Selain itu, konstruksi sosial juga dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan sejarah suatu masyarakat. Norma-norma, nilai-nilai, dan keyakinan yang berlaku dalam masyarakat tertentu membentuk kerangka pemahaman yang membimbing proses konstruksi sosial.

Konsep eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi merupakan elemen kunci dalam teori konstruksi sosial, yang merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana realitas sosial dibangun, dipertahankan, dan diartikan oleh individu dan masyarakat. Konsep-konsep ini dikembangkan oleh Peter Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka yang berjudul "The Social Construction of Reality" pada tahun 1966.

Eksternalisasi adalah proses di mana individu atau kelompok mengubah pengalaman subjektif mereka menjadi objek yang dapat diakses oleh orang lain. Dalam konteks konstruksi sosial, eksternalisasi melibatkan ekspresi dan komunikasi ide, nilai, atau norma yang awalnya bersifat pribadi menjadi bentuk yang dapat dilihat atau diinterpretasikan oleh orang lain. Detik.com dan Kompas.com sebagai media online mengambil peristiwa penetapan presiden sebagai fakta eksternal yang perlu disampaikan kepada pembaca. Namun, dalam proses ini, redaksi Detik.com dan Kompas.com memiliki kebebasan untuk memilih sudut pandang dan narasi yang akan digunakan dalam penyampaian berita tersebut. Sebagai contoh, dalam penerapan eksternalisasi, Detik.com dan Kompas.com dapat memilih untuk menggambarkan penetapan presiden sebagai proses demokratis yang adil, atau sebaliknya, sebagai suatu kontroversi yang dipenuhi dengan kecurangan.

Obyektivasi, di sisi lain, terjadi ketika hasil eksternalisasi diterima dan diakui sebagai bagian dari realitas sosial yang lebih luas. Detik.com dan Kompas.com memiliki tanggung jawab untuk menyajikan berita secara obyektif dan tidak bias. Namun, dalam prakteknya, objektivitas sering kali dipengaruhi oleh kepentingan editorial, nilai-nilai redaksi, atau faktor-faktor lainnya. Dalam konteks penetapan presiden, objektivasi berita dapat tercermin dari pemilihan sumber informasi, penekanan pada fakta-fakta penting, dan penanganan berita yang seimbang antara berbagai sudut

pandang. Internalisasi adalah tahap terakhir dalam proses konstruksi sosial, di mana individu mengambil ide, nilai, atau norma yang telah diobjektivasi dan membuatnya menjadi bagian dari diri mereka sendiri.

Internalisasi menghasilkan pemahaman dan penerimaan individu terhadap norma-norma sosial yang ada, dan individu akan mengikuti atau menginternalisasi norma-norma tersebut secara sukarela. Detik.com dan Kompas.com sebagai media online memiliki peran besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap penetapan presiden melalui berita yang disajikan. Dengan mengulang-ulang cerita tentang proses penetapan presiden dengan framing tertentu, Detik.com dan Kompas.com dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan merespons peristiwa tersebut.

Media massa memiliki peran penting dalam konstruksi sosial. Melalui seleksi, framing, dan representasi, media massa memengaruhi cara kita memahami realitas sosial. Mereka dapat membentuk citra dan narasi tentang isu-isu sosial dan politik, serta mempengaruhi opini publik.

2.2 Teori Ekonomi Politik Media

Teori ekonomi politik media menekankan bahwa media tidak dapat dipisahkan dari struktur ekonomi dan kekuasaan politik di masyarakat. Media dilihat sebagai bagian dari proses produksi kapitalis, di mana konten media sering kali dipengaruhi oleh kepentingan pemilik modal dan pengiklan. Pemilik media besar memiliki kemampuan untuk mengontrol narasi dan wacana publik, sehingga mampu mempengaruhi kebijakan politik, pandangan sosial, dan preferensi konsumen (Mosco, 2009).

Dalam kerangka ekonomi politik media, kepentingan kapital memainkan peran penting, di mana media sering kali berfungsi

untuk mendukung kepentingan pemilik modal. Media menjadi alat yang menitikberatkan pada keuntungan finansial daripada kepentingan publik. Hal ini terlihat dalam framing berita yang sering mengutamakan cerita sensasional atau pro-bisnis yang menarik pengiklan dan meningkatkan pendapatan. Sebagai contoh, media yang dimiliki oleh konglomerat menghindari isu-isu yang dapat merugikan kepentingan bisnis mereka, sehingga publik mungkin tidak mendapatkan gambaran lengkap tentang isu yang berkaitan dengan ketimpangan ekonomi atau pelanggaran lingkungan oleh perusahaan besar.

Secara teoritik media massa memang tidak terlepas dari pengaruh politik dalam menentukan arah kontennya. Perangkat yang dipakai sebagai prisma dalam menyeleksi realitas yang pertama adalah ekonomi dan politik media yang kemudian dirumuskan dalam kebijakan redaksional di mana realitas yang sama dapat menghasilkan konstruksi berita yang berbeda (Nugroho,2020).

Selain itu, kontrol ideologis juga merupakan asumsi penting dalam teori ekonomi politik media. Pemilik media besar dapat menggunakan media sebagai alat untuk menyebarkan ideologi yang menguntungkan kepentingan mereka, termasuk mempertahankan status quo sosial dan politik. Ini sering terlihat dalam framing berita politik yang mendukung partai atau kandidat yang sejalan dengan kepentingan elit ekonomi. Misalnya, media yang dimiliki oleh individu atau kelompok dengan afiliasi politik tertentu dapat secara sistematis menggambarkan kebijakan yang diusung oleh partai lawan sebagai tidak efektif atau merugikan, sementara kebijakan yang didukung oleh pihak mereka diframing secara positif.

Keterkaitan dengan negara semakin memperkuat kontrol ini, di mana hubungan antara media dan kekuasaan politik menciptakan pola framing yang mendukung kebijakan yang melindungi kepentingan ekonomi elit. Media besar mungkin lebih

jarang mengkritik kebijakan pemerintah yang mendukung deregulasi atau privatisasi, karena kebijakan semacam itu sering menguntungkan pemilik modal besar. Dalam kasus tertentu, media bahkan dapat berfungsi sebagai alat propaganda, menyebarkan narasi yang memperkuat legitimasi kekuasaan



politik yang sedang berkuasa, sementara mengabaikan atau mengecilkan suara oposisi.

Terakhir, dalam konsep komodifikasi informasi, media memperlakukan informasi sebagai komoditas yang diperjualbelikan seperti barang lainnya. Akibatnya, kualitas dan akurasi konten yang disampaikan sering kali terpengaruh oleh dorongan untuk memperoleh laba. Berita yang diframing dengan fokus pada sensasi atau kontroversi, yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah penonton atau pembaca, mengorbankan kedalaman analisis dan kualitas informasi yang sebenarnya dibutuhkan publik. Misalnya, liputan berlebihan tentang skandal selebritas atau isu-isu trivial sering kali mengalihkan perhatian dari masalah-masalah sosial dan politik yang lebih mendesak, seperti perubahan iklim atau ketidakadilan sosial.

Dengan demikian, asumsi-asumsi dalam teori ekonomi politik media jelas tercermin dalam praktik framing media yang kita saksikan sehari-hari, di mana struktur ekonomi dan kepentingan politik mempengaruhi narasi yang disampaikan kepada publik.

2.3 Realitas Media Massa

Realitas media massa adalah konsep di mana media berfungsi sebagai mediator yang membentuk dan menyampaikan gambaran dunia kepada publik. Dalam konteks penetapan presiden dan wakil presiden terpilih oleh KPU, media online seperti Detik.com dan Kompas.com memiliki peran penting dalam membingkai peristiwa ini. Cara kedua media tersebut mengkonstruksi berita dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap legitimasi dan transparansi proses demokrasi. Dalam analisis ini, kita akan melihat bagaimana Detik.com dan Kompas.com menggunakan framing untuk menyajikan informasi dan membentuk opini publik.

Perbedaan framing antara Detik.com dan Kompas.com dapat menciptakan realitas yang berbeda bagi pembaca mereka. Pembaca Detik.com mungkin lebih melihat proses penetapan sebagai sesuatu yang formal dan sudah final, mengingat fokus pada aspek prosedural dan legalitas. Sementara itu, pembaca Kompas.com mungkin lebih menyadari berbagai reaksi dan perdebatan seputar hasil pemilu, yang bisa menimbulkan pemahaman yang lebih kritis atau bahkan skeptis terhadap proses tersebut. Kedua perspektif ini menunjukkan bagaimana media dapat membentuk dan mempengaruhi pemahaman publik tentang peristiwa penting dalam proses demokrasi.

Analisis framing pemberitaan penetapan presiden dan wakil presiden terpilih oleh KPU di Detik.com dan Kompas.com pada tanggal 24 April 2024 menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi publik tentang realitas politik. Melalui pemilihan fokus berita, penggunaan kata-kata, dan penyusunan narasi, kedua media ini dapat mempengaruhi bagaimana publik memahami dan menilai proses demokrasi di Indonesia. Pemahaman tentang peran framing ini penting bagi masyarakat untuk menjadi konsumen berita yang lebih kritis dan bagi praktisi media untuk menyadari tanggung jawab mereka dalam menyajikan informasi secara objektif dan berimbang.

2.4 Media Online dan Isu Politik

Media online memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk pandangan publik terhadap proses politik, terutama dalam konteks penetapan presiden dan wakil presiden oleh KPU pada tahun 2024. Sebagai salah satu sumber utama informasi bagi masyarakat, media online seperti Detik.com dan Kompas.com memainkan peran penting dalam menyediakan informasi tentang dinamika politik yang sedang berlangsung.

Dalam kerangka teori framing, media online memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu politik melalui pemilihan sudut pandang, penekanan pada fakta-fakta tertentu, dan

penggunaan bahasa yang spesifik. Seperti yang dijelaskan oleh Robert Entman, "Framing pada dasarnya melibatkan pemilihan dan penonjolan. Membingkai adalah memilih beberapa aspek dari realitas yang dipersepsikan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks yang disampaikan, dengan cara tertentu untuk mempromosikan definisi masalah tertentu, interpretasi penyebab, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi perlakuan."

Dalam konteks berita tentang penetapan presiden dan wakil presiden oleh KPU, media online dapat menggunakan framing yang beragam untuk mempengaruhi cara masyarakat memahami dan merespons proses politik tersebut. Dengan memilih sudut pandang yang mendukung atau mengkritik proses tersebut, media online dapat memengaruhi opini publik dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap hasil akhir dari proses politik tersebut.

Selain itu, media online juga memiliki peran penting sebagai agen pengawasan dan akuntabilitas dalam politik, dengan melaporkan tindakan-tindakan KPU dalam proses penetapan presiden dan wakil presiden, serta mengungkapkan skandal atau kecurangan yang mungkin terjadi. Dalam kerangka teori agenda-setting, media online juga dapat memengaruhi agenda politik dengan menentukan topik-topik yang menjadi perhatian utama masyarakat. Namun, media online juga menghadapi tantangan seperti penyebaran berita palsu (hoax) dan polarisasi opini. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk menjadi konsumen media yang kritis, melakukan verifikasi informasi, dan memahami bahwa setiap berita memiliki konteks dan kepentingan yang terkait dengan media yang menyajikannya.

Secara keseluruhan, media online memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk pandangan publik terhadap proses politik, termasuk dalam konteks penetapan presiden dan wakil presiden oleh KPU pada tahun 2024. Dengan memahami peran media online dan kerangka teori yang mendasarinya, masyarakat dapat lebih kritis dalam menafsirkan berita politik dan memahami bahwa setiap informasi yang

disajikan memiliki kepentingan yang terkait dengan media yang menyajikannya.

2.5 Analisis Framing

Teori framing merupakan salah satu pendekatan dalam studi media yang meneliti bagaimana media massa memilih dan mengembangkan kerangka interpretatif tertentu untuk memahami dan mengkomunikasikan berbagai isu kepada masyarakat. Robert Entman, seorang ahli komunikasi terkemuka, adalah salah satu tokoh utama dalam pengembangan teori framing ini. Dalam karyanya yang berjudul "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" (1993), Entman menguraikan secara rinci konsep framing dan elemennya.

Entman menjelaskan bahwa framing pada dasarnya melibatkan proses pemilihan dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas yang dipersepsikan. Dalam kata-katanya sendiri, "Framing essentially involves selection and salience" ("Framing pada dasarnya melibatkan pemilihan dan penonjolan"). Ini mengacu pada kemampuan media dalam memilih aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu yang akan disorot, serta membuatnya lebih menonjol dalam pemberitaan.

Kemudian, Entman menekankan bahwa framing bertujuan untuk mempromosikan suatu definisi masalah tertentu, interpretasi penyebab, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi perlakuan. Ini menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan untuk membentuk cara kita memahami dan merespons suatu isu atau peristiwa dengan memberikan kerangka interpretatif yang konsisten dengan tujuan atau agenda mereka.

Dalam analisisnya, Entman membagi teori framing menjadi empat elemen utama, yaitu:

1. Problem Identification (Identifikasi Masalah): Proses di mana media menentukan dan mendefinisikan apa yang dianggap sebagai masalah atau isu yang penting untuk dibahas. Dalam kata lain, media memilih

aspek-aspek tertentu dari realitas yang dipersepsikan yang dianggap sebagai "masalah" dan perlu mendapatkan perhatian.

2. Causal Interpretation (Interpretasi Penyebab) : Setelah masalah diidentifikasi, media kemudian memberikan interpretasi tentang apa yang menyebabkan atau mengakibatkan masalah tersebut terjadi. Mereka menawarkan penjelasan tentang akar masalah dan faktor-faktor yang bertanggung jawab atas situasi tersebut.

3. Moral Evaluation (Evaluasi Moral) : Media juga memberikan penilaian moral terhadap masalah yang diidentifikasi dan penyebab yang diinterpretasikan. Mereka mengevaluasi apakah suatu tindakan atau keadaan tersebut dianggap baik atau buruk, adil atau tidak adil, sesuai atau tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma masyarakat.

4. Treatment Recommendation (Rekomendasi Perlakuan) : Terakhir, media juga memberikan rekomendasi atau saran tentang tindakan yang dianggap tepat atau perlu diambil untuk menangani masalah yang diidentifikasi. Mereka mengusulkan langkah-langkah konkret atau kebijakan yang seharusnya dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut.

Dalam praktiknya, keempat elemen ini saling terkait dan saling memengaruhi dalam membentuk cara media memahami dan mengkomunikasikan isu-isu kepada masyarakat. Dengan memahami teori framing oleh Robert Entman dan elemen-elemennya, kita dapat lebih kritis dalam menafsirkan berita dan memahami bagaimana media massa mempengaruhi persepsi dan pemahaman kita tentang dunia.

2.6 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yudhi Agung Wijnarko dan Sri Hastjarjo(2019) Jurnalko mmas.com	Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencapresan Jokowi di Media Masa (Framing Media Masa Indonesia, Kompas, Jawapos, Merdeka Indonesia, Republika)	Penelitian mengemukakan anbahwa ada perebedaan sudut pandang yang digunakan keempat media massa dalam menyajikan pemberitaan mengenai deklarasi pencapresan Jokowi sebagai calon presiden tahun 2019.	Isu yang digunakan dalam penelitian ini serupa dengan isu yang peneliti angkat dalam penelitian ini Sama sama menggunakan analisis framing miling Robert Etman untuk menganalisis perbedaan framing dari masing masing media.	Penelitian sebelumnya menggunakan media massa cetak sebagai subjek penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan media online Indonesia sebagaisubjek dengan pertimbangan saat ini media online lebih banyak digunakan oleh masyarakat dalam mengakses informasi atau pemberitaan.

2.	Suci Ayu Pratiwi Skripsi – 2020	Analisis Framing berita penanganan covid 19 Presiden Jokowi dalam Pemberitaan Kompas.co	Peneliti mengemukakan ansecara detail bagaimana sudut pandang berita yang digunakan oleh Kompas.co dalam kasus penanganan covid 19 oleh presiden Joko Widodo,	Meggun akan analisis framing dalam sebuah isu	Analisis framing yang digunakan menggunakan analisis framing milik Thongdangda n Gerald M. Kosicki, sedangkan penelitian ini meggunakan analisis framing milik Robert etman. Sehingga harapanya ada variasi dalam literaut mengenai framing. Tidak menggunakan pembanding(hanya menganalisis satu media saja)
----	---------------------------------	---	---	---	---

3	Jonathan Affandodan Rizky Chandra Kurniawan	Analisis Framing Pemberitaan Media Online Detik.com dan Kompas.co m Mengenai kebijakan Kaltim Silent	Peneliti mengemukakan adanya perbedaan antara detik.com dan Kompas.com dalam memframing berita	Sama sama menggunakan analisis framing miling Robert Etman untuk menganalisis perbedaan framing dari masing masing media sama sama menggunakan media online	subjek yang digunakan berbeda, Pemilihan isuberseda
---	---	---	--	---	---