

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Di bab berikut peneliti akan menjelaskan pedoman dan konsep landasan peneliti dalam menjalankan riset yang akan peneliti lakukan kedepannya.

2.1 Media Massa

Media massa ialah istilah yang dipakai oleh masyarakat dalam mengibaratkan sebuah sarana atau tempat menyampaikan peristiwa dan informasi secara massa dan diakses oleh khalayak luas. Dalam komunikasi massa, individu atau kelompok membutuhkan media. Media tersebut yakni media massa. Komunikasi massa dan media massa merupakan satu kesatuan dimana media menjadi komponen dari komunikasi massa. Peter D. Moss dalam Masnur Muslich menjelaskan tentang media massa ialah konstruksi budaya yang diperoleh dari ideologi. Berita dalam media massa menggunakan bingkai atau *frame* tertentu untuk mengetahui realitas sosial (Muslich, 2008: 154). Dalam media sebagai komunikasi massa, terdapat dua paradigma atau pandangan yaitu positivisme dan konstruktivisme terkait fungsi media, isi dan sifat media, bagaimana berita disajikan. Hal ini memiliki pemahaman berbeda oleh dua pandangan tersebut.

2.1.1 Positivisme

Positivisme melihat media sebagai alat penyalur pesan. Pesan ditayangkan oleh media dari komunikator (jurnalis) kepada masyarakat. Media benar – benar menjadi alat yang netral, memiliki fungsi utama yakni sebagai penyalur pesan. Peristiwa yang terjadi sebagaimana mestinya, itulah yang disampaikan oleh media di khalayak tanpa ada yang ditambahkan atau dikurangi.

2.1.2 Konstruktivisme

Dalam paradigma konstruksionis yang diperkenalkan oleh tokoh sosiologi bernama Peter L. Berger bahwa realitas tidak terbentuk alamiah melainkan dibentuk dan dikonstruksi. Dalam paradigma ini, setiap individu memiliki pemahaman konstruktif yang berlainan dengan sebuah realitas. Setiap individu mempunyai preferensi, pengalaman, dan kehidupan sosial yang bisa memaknai realitas tersebut dengan tiap-tiap konstruksinya (Eriyanto, 2002). Untuk para kaum konstruksionis, realitas memiliki sifat subyektif. Realitas eksis dari subjektifitas

wartawan. Paradigma konstruksionis meniadakan realitas yang sifatnya obyektif. Realitas akan berbeda saat dipahami oleh wartawan dan memiliki pandangan yang berbeda (Eriyanto, 2002).

Konstruktivisme melihat media massa tidak hanya menjadi saluran pesan, tapi menjadi subjek mengonstruksi realitas, membawa pandangan, keberpihakan, dan biasanya. Pada perspektif konstruktivisme, media dilihat sebagai agen konstruksi sosial yang mendeskripsikan realitas (Bennett, 1982: 287-288). Konstruktivisme menampik argumen yang mengatakan media sebagai tempat saluran gratis. Berita yang tersedia bagi khalayak umum bukan cuma sekedar mendeskripsikan realitas dan sumber berita, namun melalui alat yang dimilikinya, media itu sendiri dikonstruksi dan berkontribusi membentuk realitas yang disajikan dalam berita. Perspektif konstruktivis mempunyai dua ciri. Pertama, pendekatan konstruktivis biasanya ke arah politik interpretatif dan tahap penciptaan gambaran realitas oleh individu. Kedua, pendekatan konstruktivis memandang aktivitas komunikasi sebagai tahapan yang dinamis (Eriyanto, 2002).

Media memilih peristiwa apa yang perlu disiarkan sebagai bahan berita dan yang tidak perlu disiarkan. Media juga menentukan narasumber berdasarkan kriteria dan kesepakatan media itu sendiri sehingga hasil pemberitaan cenderung bias dan sepihak. Dengan cara tersebut media tidak hanya memilih peristiwa dan narasumber, tetapi juga mengartikan sumber berita dan peristiwa. Melalui berita, media bisa mendesain peristiwa ke dalam beragam bingkai berita tertentu. Peristiwa yang digambarkan ialah apa yang dibaca dan didengar publik. Masyarakat hanya bisa dilihat dari dalam kerangkanya sendiri.

McQuail (McQuail, 1994: 33) menerangkan fungsi media massa, yakni:

- a. Media ialah sektor industri yang berkembang pesat dan membentuk berbagai peluang kerja, produk, dan layanan yang sekaligus berperan dalam pengembangan sektor industri lain secara terintegrasi. Sebuah industri media memiliki kebijakan serta regulasi yang bertujuan menghubungkan antara sektor industri dengan masyarakat serta lembaga swadaya. Selain itu industri media juga berada di bawah pengawasan masyarakat.

- b. Media berfungsi sebagai sarana kontrol sosial yang dapat memengaruhi dinamika masyarakat dan perkembangan sosial dan digunakan sebagai alternatif sumber daya.
- c. Media berperan sebagai wadah yang menggambarkan berbagai fenomena kehidupan publik baik dalam lingkup nasional, lokal, atau internasional.
- d. Media sering kali berfungsi sebagai sarana untuk memajukan kebudayaan. Media tidak hanya mencakup seni dan simbol, tetapi juga menyangkut peningkatan cara hidup dan norma sosial.
- e. Media berperan sebagai sumber informasi yang memberikan gambaran tentang realitas sosial baik bagi individu maupun khalayak secara kolektif. Media juga berfungsi dalam menyampaikan nilai-nilai normatif melalui berita dan hiburan.

2.2 New Media

Perkembangan teknologi yang tidak dapat dielakkan menyebabkan media massa mengalami transformasi signifikan. Di era digital karakter media massa mengalami transformasi yang menyesuaikan dengan sifat dan karakteristik internet yang hampir tanpa batas. Konsep "media baru" (*new media*) muncul ketika media mulai diintegrasikan dengan internet. McQuail (1994) mendefinisikan media baru sebagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki karakteristik tertentu khususnya kemampuan digitalisasi serta ketersediaannya yang lebih luas untuk penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi. Media baru tidak secara spesifik merujuk pada jurnalisme daring, tetapi lebih luas mencakup seluruh proses komunikasi yang terintegrasi oleh teknologi internet.

McQuail (1994) mengidentifikasi tujuh karakteristik utama yang membedakan media tradisional (yang tidak terhubung dengan internet) dan *new media* berdasarkan perspektif pengguna, yaitu:

1. Interaktivitas: Media baru memungkinkan interaksi yang lebih aktif antara pengirim informasi (komunikator) dengan penerima informasi (komunikan), dilihat dari sudut pandang pengguna.
2. Kehadiran Sosial (Social Presence): Media baru mempermudah kontak personal dengan individu lain, meningkatkan koneksi sosial.

3. Kekayaan Media (Media Richness): Media baru menawarkan berbagai jenis referensi, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indera (seperti audio-visual), serta bersifat lebih personal.
4. Otonomi: Pengguna memiliki kebebasan untuk mengendalikan atau memilih konten sesuai keinginan mereka.
5. Unsur Bermain (Playfulness): Media baru memiliki fungsi hiburan yang lebih beragam dan fleksibel.
6. Privasi: Media baru menawarkan tingkat privasi yang lebih tinggi sesuai dengan preferensi pengguna.
7. Personalisasi: Media baru memungkinkan konten yang lebih unik dan personal, menyediakan beragam pilihan yang sesuai dengan kebutuhan individu.

Definisi ini mencerminkan pergeseran media dari fungsi tradisionalnya menjadi media yang lebih fleksibel, responsif, dan relevan dengan kebutuhan pengguna di era digital.

Media baru membawa berbagai inovasi dalam ilmu komunikasi khususnya dalam bidang jurnalistik. Salah satu tonggak sejarah penting dalam perkembangan jurnalistik daring terjadi pada 19 Januari 1998, ketika Mark Drudge menyebarluaskan berita tentang dugaan perselingkuhan Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton dengan Monica Lewinsky yang kemudian dikenal sebagai *Monicagate*. Berita ini menjadi salah satu peristiwa besar yang pertama kali disebarluaskan melalui internet. Sementara di Indonesia, jurnalisme daring mulai berkembang pada tahun 1998, bertepatan dengan jatuhnya pemerintahan Soeharto (Bahri, 2019).

Jurnalisme daring dapat dipahami sebagai bentuk baru dari praktik jurnalistik yang memanfaatkan media internet sebagai sarana penyampaian informasi. Jurnalisme daring memungkinkan informasi untuk diakses kapan saja, selama pengguna memiliki akses ke jaringan internet. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalisme daring tidak hanya merevolusi cara berita disampaikan, tetapi juga memperluas cakupan dan fleksibilitas akses informasi bagi audiens.

2.3 Media Online

Media online diartikan sebagai media pemberitaan yang dipublikasikan melalui dunia maya. seperti media pemberitaan pada umumnya, media online tentu terdapat

aktivitas jurnalisme di dalamnya. Jurnalisme dapat dimaknai menjadi tahapan penulisan, peliputan, serta penyebarluasan berita atau informasi lewat media massa (Romli, 2018). Online atau daring dimaksudkan menjadi situasi yang terhubung dengan jaringan internet. Online memiliki arti bahwa informasi bisa diakses kapan pun, dimana pun, dan selama lokasi tersebut memiliki jaringan tersebut. Dalam buku “*Mass Communication Theories*” karya McQuail (2002) menjelaskan terdapat enam persepsi pada peran media. Ia menyatakan enam perspektif peran media yaitu :

1. *Window on event and experience*

Media massa dianggap menjadi jendela yang membuat publik “melihat” peristiwa apa yang tengah dialami dirinya atau di luar sana.

2. *A mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*

Media sering dianggap cermin dari beragam fenomena publik dan dunia dan merefleksikannya secara apa adanya.

3. *Gatekeeper*

Media massa dipandang menjadi *gatekeeper* atau filter yang menyeleksi beragam peristiwa untuk diberikan perhatian public ataukah tidak

4. *Guide*

Media massa dinilai menjadi penerjemah atau penunjuk atas beragam pilihan yang beranekaragam atau ketidakpastian.

5. *Forum*

McQuail memandang media massa menjadi forum representasi beragam ide dan informasi kepada publik hingga memungkinkan adanya respon dan umpan balik (feedback).

6. *Interlocutor*

Media massa dipandang bukan sekadar menjadi tempat menyebarkan informasi, melainkan sebagai lawan bicara dan teman komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah.

Perkembangan teknologi yang tak bisa dihindari membuat media massa mengalami perubahan yang cukup cepat. Media online selaku media baru dalam kemajuan teknologi komunikasi. Media baru atau *new media* tidak seutuhnya

berkaitan pada jurnalisme daring, tetapi definisinya lebih merangkum semua proses komunikasi yang ada pada teknologi internet. Sebab merupakan perkembangan dalam dunia media massa, maka jurnalisme online disebut juga *new media*. Menurut Paul Bradshaw terdapat lima prinsip jurnalisme online, diantaranya:

- a) Keringkasan. Berita online sifatnya diharuskan ringkas dalam beradaptasi kehidupan masyarakat yang memiliki aktivitas padat sehingga waktu untuk membaca sangat sedikit namun ingin mendapatkan informasi terbaru. Hal tersebut selaras dengan satu diantara kaidah jurnalisme yang disingkat KISS (*Keep it Short and Simple*).
- b) Kemampuan beradaptasi. Untuk memudahkan masyarakat menerima informasi, wartawan diminta bisa menyesuaikan dirinya di tengah preferensi dan kebutuhan masyarakat. Melalui perkembangan teknologi, penyajian berita bisa dilengkapi dengan gambar, video, dan audio.
- c) Dapat dipindai. Situs yang memiliki keterkaitan dengan jurnalisme online perlu bersifat mudah dipindai supaya khalayak tidak merasa terdesak saat membaca berita tersebut.
- d) Interaktivitas. Interaksi masyarakat dengan wartawan sangat mungkin dengan akses yang semakin mudah. Pembaca mampu menjadi pengguna.
- e) Percakapan dan komunitas. Media online menjadi wadah komunitas. Jurnalisme online dituntut untuk memberikan timbal balik (*feedback*) kepada masyarakat sebagai apresiasi atas interaksi yang dilakukan.

2.4 Berita

Berita adalah sebuah produk media yang menginformasikan peristiwa kepada masyarakat. Berita haruslah berisikan fakta. Berita memuat informasi peristiwa yang terjadi ataupun sesuatu yang belum diketahui sebelumnya (Kusumaningrat, 2009). Nilai berita ialah hasil produk seorang wartawan. Nilai berita diasumsikan menjadi ideologi profesional wartawan yang mendukung tentang bagaimana peristiwa disaring dan dipublikasikan kepada masyarakat. Nilai berita membatasi bahwa semua peristiwa tidak dapat dipublikasi menjadi berita. Peristiwa yang layak disebut berita mengacu pada unsur nilai berita yang terdapat dalam sebuah peristiwa. Ada 4 aspek pada nilai berita, diantaranya:

- a. Cepat, yaitu terkait ketepatan waktu dan aktualitas. Aspek berikut mengandung nilai berita yaitu suatu hal yang terbaru.
- b. Faktual (nyata), yaitu informasi yang berisi fakta tanpa sebuah karangan. Fakta pada jurnalistik tersusun atas peristiwa nyata, pernyataan dan persepsi sumber berita. Aspek berikut mengandung nilai berita harus sesuai dengan kondisi nyata atau laporan terkait fakta yang terjadi.
- c. Penting, yakni berkaitan dengan kepentingan orang banyak (*public of interest*). Salah satu contoh berita politik dan ekonomi yang akan memengaruhi kehidupan orang banyak.
- d. Menarik, artinya berita yang ditulis mampu mengundang orang untuk membaca. Berita aktual dan factual harus memenuhi unsur yang menghibur atau yang menggugah perasaan.

Berita berisi laporan peristiwa yang mendefinisikan, memberikan wujud peristiwa yang dipahami (Prakoso, 1999). Semua kejadian yang dialami tidak bisa diangkat menjadi berita. Kejadian-kejadian yang diangkat perlu memuat apa yang diartikan sebagai *news value*. Setiap berita yang diangkat di masyarakat harus menjawab pertanyaan siapa (*who*), apa (*what*), kenapa (*why*), dimana (*where*), dan bagaimana (*who*).

2.5 Isu Pilpres 2024 di Media Internasional

Isu Pilpres 2024 menjadi pemantik konflik antar warga negara terutama saat masa kampanye. Berbagai macam cara dilakukan untuk menggali suara. Pilpres 2024 menjadi *media darling* sehingga mendominasi pemberitaan di media. Media mengemas berita terkait Pilpres menggunakan judul pemberitaan yang menarik dan mudah dipahami. Berita yang ditayangkan oleh media bukanlah refleksi dari realitas. Berita digambarkan seperti layaknya sebuah drama yang setelahnya dibumbui dengan berbagai analisis dari pakar politik (Eriyanto, 2002: 28).

The Washington Post dan Al Jazeera merupakan media yang berskala internasional. Keduanya mengemas berita tentang Pilpres 2024 di Indonesia selama beberapa kali selama masa kampanye. Selain itu, kedua media internasional ini menggunakan foto yang menarik perhatian pembaca. Pada saat menjelang hari

pencoblosan di 14 Februari 2024, kedua media tersebut mengeluarkan berita dengan judul yang berbeda.

The Washington Post mengeluarkan artikelnya di tanggal 14 Februari yang bertepatan dengan Pilpres 2024 dengan judul *“Prabowo, accused of rights abuses, claims victory in Indonesia election”* (Prabowo, yang dituduh melakukan pelanggaran hak asasi manusia, mengklaim kemenangan dalam pemilu Indonesia). Sedangkan Al Jazeera juga mengeluarkan artikel di hari yang sama dengan judul *“Indonesians vote for a new president as Joko Widodo era comes to an end”* (Masyarakat Indonesia Memilih Presiden Baru Seiring berakhirnya era Joko Widodo).

2.6 Konstruksi Realitas Media Massa

Konsep konstruksi sosial realitas telah dibahas oleh Thomas Luckmann dan Peter Berger melalui karya yang diterbitkan pada tahun 1996 (Akbar, 2019). Buku ini hampir tidak membahas komunikasi massa, namun dengan maraknya minat terhadap media yang menyertai perubahan sosial dan budaya secara signifikan pada dekade yang penuh gejolak tersebut, para ahli teori komunikasi massa segera mengeksplorasi karya Berger dan Luckmann dan mengidentifikasi relevansinya pada pengembangan teori media. Dalam konstruksi sosial realitas, simbol dipandang sebagai objek (seperti kumpulan huruf atau gambar pada media cetak). Berger dan Luckmann berpendapat bahwa terdapat makna subjektif yang kita lampirkan pada objek-objek di lingkungan kita, yang bersifat lebih subjektif daripada objektif. Konsep ini dikenal sebagai tanda dimana objek yang dirancang secara eksplisit berfungsi sebagai indikator makna subjektif (Akbar, 2019).

Media massa mampu mengonstruksi realitas dalam isi berita yang dijabarkan sebagai realitas media. Media membangun realitas lewat beragam kejadian yang dialami sampai menjadi suatu wacana atau cerita yang bermakna (Hamad, 2004:11). Tetapi realitas yang dikonstruksi oleh media massa tidak selalu dimaknai menjadi fakta melainkan sebagai hasil asumsi media atas fakta yang kemudian dituangkan dalam berita.

Hasil dari media pada dasarnya dibuat atas peristiwa nyata, tetapi media mampu menonjolkan elemen tertentu sesuai kebutuhan dan kepentingannya. Logika

terstruktur media dimanfaatkan untuk menonjolkan elemen tertentu. Lebih ekstrim lagi media cenderung menetapkan dan menyeleksi sumber - sumber berita, menerjemahkan pernyataan - pernyataan narasumber berita, dan memberikan ruang berbeda terhadap pandangan yang berbeda. Atas hal tersebut akhirnya terjadi penonjolan atas pemaknaan sebuah realitas (Hamad, 2004:31).

Berita yang diproduksi oleh media terpengaruh oleh beragam aspek termasuk kontribusi seorang pekerja media, struktur organisasi media, rutinitas media, institusi eksternal, serta ideologi media. Pengaruh individu pekerja media terhadap teks berita berfungsi sesuai dengan rutinitas yang ada dalam media. Hal tersebut harus selaras dengan fungsi yang ditentukan oleh perusahaan media. Selain itu, aturan yang digunakan oleh perusahaan media sering kali dipengaruhi dari faktor-faktor eksternal. Secara keseluruhan faktor ini dikontrol oleh ideologi yang berlaku dalam masyarakat.

2.7 Teori Hierarki Pengaruh

Teori hierarki pengaruh yang dikembangkan oleh Shoemaker dan Reese (1996) merupakan respon terhadap pendekatan kajian media yang sebelumnya terlalu berorientasi pada khalayak dan dampaknya serta memandang media massa sekadar sebagai saluran pasif (*media as a channel*) dalam menyampaikan informasi. Dalam teori hierarki pengaruh media ditempatkan sebagai aktor aktif yang berkontribusi dalam proses konstruksi realitas dengan mempertimbangkan elemen-elemen "siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa" (Krisdinanto, 2014).

Shoemaker dan Reese menjelaskan bahwa isi pemberitaan dalam media tidak lahir dari ruang kosong yang netral dan bebas dari kepentingan. Media dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal dalam lima tingkatan hierarki pengaruh yaitu individu pekerja media (*individual level*), rutinitas media (*media routines level*), organisasi media (*organization level*), pengaruh eksternal (*extramedia level*), dan ideologi (*ideological level*). Setiap tingkat pengaruh ini berinteraksi satu sama lain dimana level yang lebih tinggi sering kali memengaruhi atau bahkan menentukan proses di level yang lebih rendah.

Lebih jauh teori ini menggambarkan bahwa kebijakan internal, keputusan organisasi, dan tekanan eksternal dari pihak-pihak non-media seperti pengiklan,

pemerintah, atau masyarakat berkontribusi dalam membentuk isi media. Oleh karena itu isi pemberitaan merupakan hasil dari kolaborasi antara kebijakan internal organisasi media, keputusan editorial, serta tekanan eksternal. Shoemaker dan Reese menunjukkan bahwa lima tingkat pengaruh tersebut memiliki karakteristik masing-masing yang dijelaskan berikut ini:

1. Tingkat Individu (*Individual Level*):

Pada level ini karakteristik individu pekerja media seperti nilai, sikap, ideologi pribadi, dan profesionalisme memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana mereka membingkai berita. Sikap dan perspektif individu tersebut dapat memengaruhi keputusan mereka dalam memilih dan menyusun informasi yang akan diberitakan.

2. Tingkat Rutinitas Media (*Media Routines Level*):

Rutinitas media mengacu pada kebiasaan dan prosedur yang digunakan media dalam memproduksi berita. Terdapat tiga komponen utama dalam rutinitas media seperti sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*), dan khalayak (*consumer*).

- Sumber berita merupakan informasi yang diperoleh dari berbagai pihak untuk keperluan pemberitaan.
- Organisasi media berfungsi sebagai pengolah informasi yang dilakukan oleh tim redaksi yang bertugas mengemas berita sebelum didistribusikan.
- Khalayak adalah konsumen media seperti pembaca, pendengar, atau penonton yang turut memengaruhi bagaimana berita disusun dan disampaikan.

3. Organisasi Media (*Organization Level*):

Pada level ini pengaruh berasal dari struktur organisasi, kebijakan manajemen, dan tujuan institusional media. Shoemaker dan Reese menekankan bahwa level ini memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan level individu atau rutinitas media. Pemilik media yang memiliki wewenang untuk menetapkan kebijakan sering kali menentukan arah pemberitaan. Tekanan dari pemilik media terhadap isi pemberitaan dapat memengaruhi wartawan dan rutinitas di ruang redaksi sehingga mereka harus tunduk pada kebijakan tersebut.

4. Eksternal Media (*Extramedia Level*):

Level ini mencakup pengaruh yang berasal dari luar organisasi media seperti pengiklan, pemerintah, hubungan masyarakat (*public relations*), dan teknologi. Sumber berita juga termasuk dalam pengaruh eksternal sebab informasi yang tersedia sangat menentukan konten media. Jurnalis hanya dapat melaporkan informasi yang mereka akses sehingga keterbatasan atau bias dalam sumber berita dapat berdampak signifikan pada isi pemberitaan media.

5. Ideologi (*Ideological Level*):

Level terakhir dalam teori ini adalah pengaruh ideologi. Tingkat ini mencerminkan kerangka berpikir atau pandangan dunia yang memengaruhi individu atau organisasi memandang realitas. Ideologi berperan dalam membentuk cara media menafsirkan dan menyajikan informasi. Dengan kata lain, ideologi mencakup prinsip atau keyakinan mendasar bagaimana media berfungsi dalam masyarakat.

2.8 Analisis Framing

Konsep utama tentang *framing* pertama kali muncul dari Beterson pada tahun 1955 (Sudibyo, 1999). Analisis *framing* terkandung dalam pemikiran konstruksionis. Pemikiran ini menempati tempat khusus dan dipertimbangkan pada berita dan media yang dihasilkannya. Berita tidak bisa dilepaskan dari tahapan pengolahan realitas. Bagi Peter L. Berger, realitas tidak terjadi secara alami atau diungkapkan oleh Tuhan. Namun, realitas dikonstruksi dan dibentuk. Dalam pemahaman seperti ini, realitas bersifat ganda/berganda. Setiap orang mempunyai struktur realitas yang berbeda (Eriyanto, 2002).

Konsep *framing* selanjutnya dikelola lebih intens dengan mengandalkan frame sebagai kepingan perilaku yang membina seseorang memahami realitas. Di dalam literatur ilmu komunikasi, *framing* dimanfaatkan secara luas untuk menggambarkan pemilihan dan penelusuran unsur – unsur realitas oleh media. Analisis *framing* dipakai guna menganalisis beragam cara media ketika mengonstruksi fakta di dalam berita agar makin bermakna, substansial, serta mengarahkan interpretasi pembaca berdasarkan persepsinya (Sobur, 2001).

Konsep *framing* dimanfaatkan untuk menunjukkan tahap seleksi dan memperlihatkan aspek realitas dari media. *Framing* dilihat menjadi pengalokasian

informasi saat konteks tertentu guna menggambarkan informasi lebih besar dari isu lainnya (Nugroho, Eriyanto & Sudiarsis, 1999:20). Analisis framing ialah metode analisis teks yang masuk pada paradigma konstruksionis. Paradigma tersebut melihat realitas sosial tidaklah natural namun merupakan hasil dari konstruksi. Analisis dari paradigma konstruksionis guna mendapatkan seperti apa realitas dikonstruksi, dan cara apa konstruksi dihasilkan (Eriyanto, 2002: 43). Konsep framing memiliki berbagai teori dari berbagai ahli. Eriyanto (2002) merangkum berbagai pengertian tentang framing di antaranya:

a) Todd Gitlin

Berdasarkan Todd Gitlin, Framing ialah sebuah strategi tentang realitas yang dihasilkan dan diringkas guna ditampilkan ke masyarakat. Informasi – informasi dimunculkan dalam pemberitaan dan dibuat lebih menonjol dan mengundang perhatian masyarakat. Framing tersebut dijalankan dengan pengulangan, seleksi, presentasi dan penekanan aspek tertentu dari realitas.

b) Robert N. Entman

Robert N. Entman merupakan ahli yang menciptakan dasar untuk analisis framing studi media. Framing berdasarkan Entman merupakan pendekatan guna mengetahui seperti apa persepsi atau sudut pandang yang dimanfaatkan oleh jurnalis saat menyaring isu dan membuat berita. Pada kesimpulannya framing menetapkan fakta apa yang digunakan, bagian apa yang dihilangkan dan ditonjolkan, dan mau dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto, 2002: 220-221).

c) Gerald M. Kosicki dan Zhongdang Pan

Berdasarkan Gerald M. Kosicki dan Zhongdang Pan, framing dipandang sebagai sebuah konstruksi dan proses dalam pemberitaan. Framing diartikan sebagai proses di mana suatu pesan ditonjolkan sehingga lebih menarik perhatian dibandingkan pesan lain, hingga masyarakat lebih terfokus pada pesan tersebut. Berdasarkan Kosicki dan Pan, konsep framing terbagi menjadi dua yakni konsepsi psikologis dan sosiologis. Konsep psikologis lebih menekankan sisi pribadi seseorang dalam mengolah pesan, sedangkan sosiologis memandang tentang cara mengklasifikasikan dan menafsirkan realitas di luar diri seseorang.

d) William A. Gamson

William A. Gamson merupakan ahli yang paling sering menulis framing. Gamson menafsirkan framing merujuk pada skema individu sehingga individu tersebut mampu memersepsikan, menempatkan, dan mengidentifikasi peristiwa lewat pemahaman tertentu. Framing mampu mengorganisasi pengalaman dan petunjuk secara individu dan kolektif (Eriyanto, 2002: 255).

2.9 Model Framing Robert N. Entman

Pada riset berikut penulis mengadopsi model framing yang dipaparkan oleh Robert N. Entman. Menurut Entman analisis framing ialah tahapan pemilihan beragam unsur realitas hingga unsur tertentu dari suatu kejadian menjadi lebih terlihat dibanding unsur yang lain. Entman mengidentifikasi framing pada dimensi utama: Seleksi isu dan Penonjolan pada aspek realitas atau isu yang dipilih. Kedua aspek tersebut antara lain:

- a) Seleksi isu. Aspek berikut menyangkut penentuan fakta. Sebuah aspek dari realitas yang beragam dan kompleks yang telah dipilih guna diungkapkan. Selalu ada bagian yang dimunculkan dalam berita dan ada yang dikecualikan. Tidak semua bagian atau aspek dari suatu topik disajikan lantaran jurnalis memilih beberapa aspek dari topik tersebut
- b) Penonjolan isu. Aspek berikut melibatkan penulisan fakta. Setelah aspek-aspek tertentu dari masalah ditetapkan, diputuskan bagaimana aspek-aspek itu akan diungkapkan. Aspek tersebut erat kaitannya dengan pemakaian kalimat, kata, citra, dan gambar tertentu yang ditampilkan.

Konsep framing model Robert N. Entman merujuk pada empat konsep yakni pendefinisian masalah, diagnosa masalah, pembuatan keputusan moral, dan penekanan penyelesaian. Lebih jelasnya terdapat pada tabel berikut:

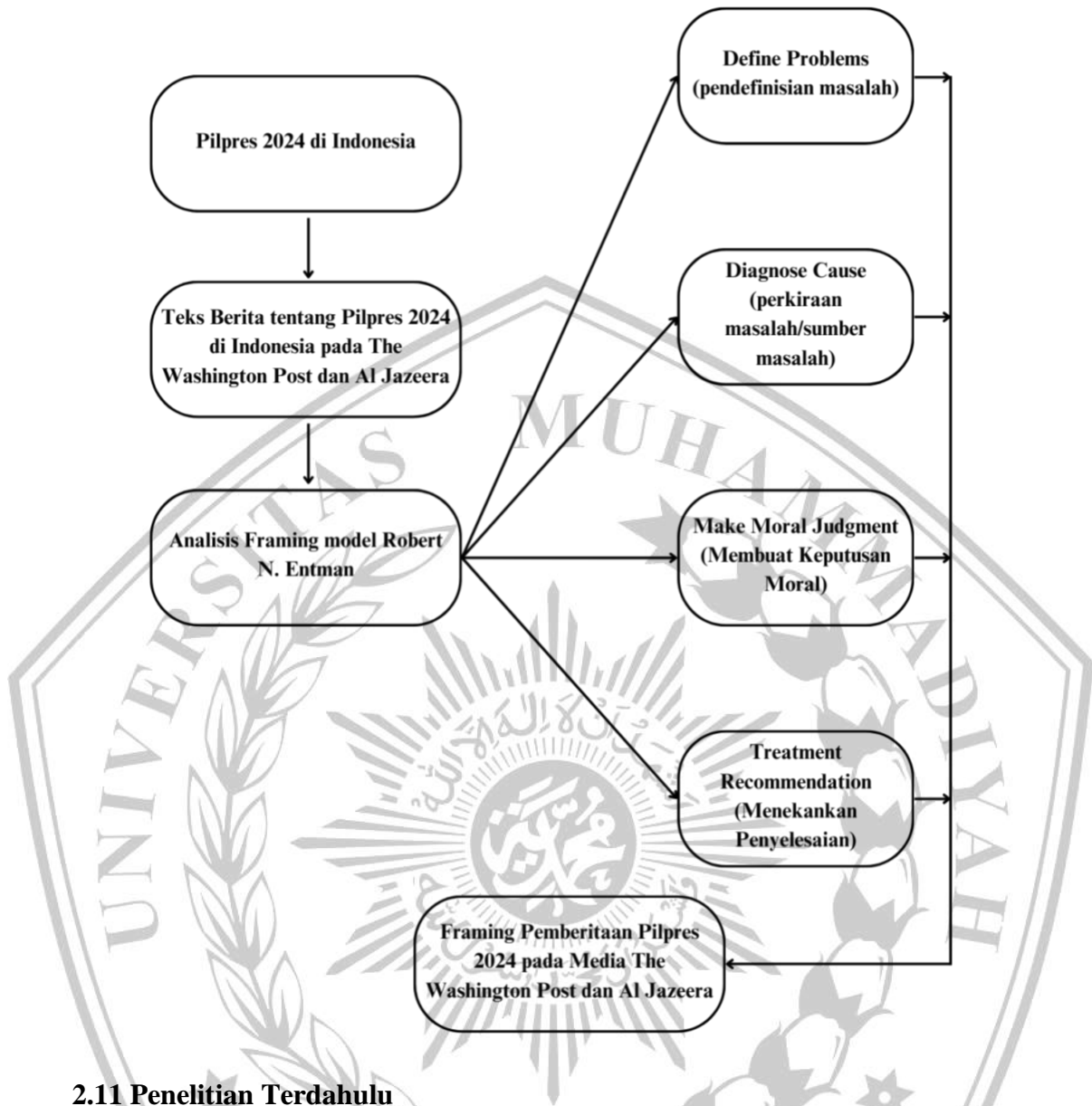
No.	Konsep Framing	Keterangan
1.	<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Konsep awal yang dianggap menjadi pembingkai dari sebuah pemberitaan. Menjelaskan tentang bagaimana suatu isu dilihat dan sebagai masalah apa.
2.	<i>Diagnose Causes</i> (Diagnosis Masalah)	Konsep ini dimanfaatkan sebagai frame dalam membingkai tentang apa penyebab masalah dan siapa yang dilihat sebagai penyebab masalah.
3.	<i>Make Moral Judgement</i> (Pembuatan Keputusan Moral)	Konsep ini digunakan dalam menilai apa yang disajikan dalam menjelaskan masalah dan nilai apa yang dipakai untuk melegitimasi sebuah masalah?
4.	<i>Treatment Recommendation</i> (Penekanan Penyelesaian)	Konsep ini difungsikan sebagai bentuk pemberian nilai atau apa yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah.

Tabel 2. 1 Elemen framing model Robert N. Entman

Pada dasarnya, framing merupakan metodologi untuk mengetahui bagaimana perilaku media menuliskan sebuah realitas. Terdapat dua inti dalam framing yaitu bagaimana peristiwa dimaknai yang linier dengan bagian apa saja yang diberitakan dan tidak diberitakan. Berikutnya adalah bagaimana fakta tersebut diceritakan. Inti kedua berhubungan dengan penggunaan kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan.

2.10 Kerangka Berpikir

Dengan menggunakan analisis framing, kerangka berpikir penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memudahkan penelitian sehingga bahasan yang diangkat peneliti masih dalam satu lingkup pembahasan dan tidak melebar.



2.11 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi kepustakaan dengan menelusuri jurnal penelitian dan skripsi sebelumnya yang memuat topik sesuai dan sejalan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan. Peneliti mendapatkan lima jurnal penelitian sebelumnya yang menelaah tentang analisis framing terhadap pemberitaan di media. Penelitian yang ada di bawah ini mempunyai kesamaan dan perbedaan dari metode penelitian hingga permasalahan penelitian.

1.	Nama Penulis	Amani Hamidah (2021)
----	-----------------	----------------------

	Judul Penelitian	Analisis Framing Pemberitaan Protes Umat Muslim Pada Presiden Prancis Tentang Kartun Nabi Muhammad (Studi Pada Tempo.co dan Republika.co.id periode Oktober – November 2020)
	Metode Penelitian	Kualitatif, deskriptif
	Kontribusi	Penelitian ini memberi peneliti Gambaran baru terkait hasil dari teknik pengumpulan serta pengolahan data yang dihasilkan
	Perbedaan	Objek media yang diteliti adalah media nasional
	Persamaan	Penelitian ini memakai analisis framing model Robert N. Entman
2.	Nama Penulis	Darra Ananda dan Toni Wijaya (2024)
	Judul Penelitian	Analisis Framing Pemberitaan <i>Chinese Aid to African Countries</i> pada Media Online The Washington Post dan South China Morning Post
	Metode Penelitian	Kualitatif, deskriptif
	Kontribusi	Memberi gambaran mengenai isu politik dalam pemberitaan media internasional
	Perbedaan	Peristiwa yang dibahas dalam penelitian ini terkait bantuan China kepada negara – negara di Afrika
	Persamaan	Penelitian ini memakai analisis framing Robert N. Entman
3.	Nama Penulis	Anton Minardi (2023)
	Judul Penelitian	<i>Al Jazeera Framing on Arab Spring Issues in Middle East Region</i>
	Metode Penelitian	Kualitatif, deskriptif
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan Gambaran lebih terkait media Al Jazeera yang melakukan propaganda dalam isu <i>Arab Spring</i>

	Perbedaan	Objek penelitian menggunakan 1 objek saja
	Persamaan	Penelitian ini memakai analisis framing Robert N. Entman
4.	Nama Penulis	Ayub Dwi Anggoro (2014)
	Judul Penelitian	Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV)
	Metode Penelitian	Kualitatif, deskriptif
	Kontribusi	Mempermudah peneliti pada tahapan proses pengumpulan data dan pada waktu pengelolaannya.
	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan objek media berskala nasional
	Persamaan	Penelitian ini memakai analisis framing Robert N. Entman
5.	Nama Penulis	Dini Wahdiyati dan Said Romadlan (2021)
	Judul Penelitian	Stereotipe Terhadap Umat Muslim Indonesia dalam Pemberitaan mengenai Aksi 212 di Media Online Time dan Aljazeera
	Metode Penelitian	Kualitatif, deskriptif
	Kontribusi	Penelitian ini juga menjadi landasan latar belakang mengenai penelitian yang membahas tentang framing pada media Al Jazeera.
	Perbedaan	Penelitian ini memakai analisis framing William A. Gamson
	Persamaan	Penelitian ini memakai pendekatan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif

Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu

Penjelasan penelitian terdahulu dalam tabel di atas:

1. Dalam penelitian yang dilakukan, Hamidah membedah pemberitaan media Tempo.co dan Republika.co.id mengenai aksi protes dari umat muslim terkait kartun Nabi Muhammad di Prancis. Konsep penelitian yang dipakai

untuk penelitian ini adalah analisis framing dengan model Robert N. Entman. Hamidah menelusuri framing yang dibuat Tempo.co dan Republika.co.id dengan berbagai cara seperti penentuan sumber berita, kutipan dari sumber berita, penentuan lead dan penggunaan foto yang menyokong framing pemberitaan. Dari kedua media tersebut Hamidah menemukan perbedaan framing dalam pemberitaan.

Hamidah menemukan framing yang dilakukan oleh media Tempo.co lebih banyak mengkritisi radikalisme yang muncul dari krisis keagamaan. Pernyataan Presiden Prancis dinilai oleh Tempo.co sebagai akibat dari kepentingan pihak tertentu dan pada saat itu Presiden Prancis sedang memperjuangkan nilai – nilai dan hak warga negaranya. Di sisi lain, Republika.co.id menyajikan pemberitaannya dari pihak muslim. Republika.co.id melihat bahwa kesalahan ini murni terjadi akibat nilai kebebasan berekspresi yang dijunjung Prancis yang nyatanya justru mengekang umat Muslim di sana. Republika.co.id melihat bahwa Islam adalah korban dalam peristiwa ini dan kasus teror yang terjadi di Prancis kemungkinan disetir oleh beberapa pihak yang kemudian ingin menyudutkan Islam.

Penelitian yang dilakukan Hamidah ini memiliki kesamaan dalam segi konsep analisis framing Robert N. Entman. Konsep framing Robert N. Entman memiliki dua konsepsi yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu. Dalam hal ini Hamidah juga menggunakan model Entman yang memiliki dua konsep utama yakni seleksi isu dan penonjolan aspek.

2. Penelitian ini menerapkan teori konstruksi sosial dengan menggunakan metode analisis framing dari Robert N. Entman. Hasil penelitian ini menunjukkan framing terdiri dari dua dimensi utama: pemilihan isu dan penonjolan aspek.

Penelitian ini memanfaatkan metode analisis kualitatif dengan maksud untuk mengidentifikasi perbedaan distribusi berita antara The Washington Post dan South China Morning Post melalui pendekatan model framing Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan adanya

perbedaan signifikan dalam penekanan topik oleh media online tersebut. The Washington Post lebih condong menyoroti aspek politik dan ekonomi terutama saat melaporkan tentang bantuan Tiongkok dengan penggunaan bahasa dan pilihan fakta yang menekankan pengaruh politik serta dampak ekonominya. Sebaliknya, South China Morning Post cenderung menghadirkan pandangan yang lebih seimbang dalam melaporkan hubungan bantuan antara Tiongkok dan Afrika dengan penggunaan ungkapan yang menekankan kerja sama Tiongkok-Afrika. Kerangka pemberitaan yang digunakan oleh South China Morning Post membentuk gambaran yang lebih komprehensif mengenai upaya kerja sama tersebut dengan penekanan pada pembangunan jangka panjang dan manfaat bersama dari bantuan yang diberikan.

3. Jurnal yang ditulis oleh Anton Minardi ini membahas tentang pemberitaan media Al Jazeera dalam isu Arab Spring di Timur Tengah. Dalam pemberitaan Al Jazeera memberitakan Arab Spring secara agresif, menyeluruh, dan memungkinkan orang merasakan gelombang emosi-meresapi gerakan Arab Spring. Dalam penelitian ini ditemukan Al Jazeera memanfaatkan bahasa untuk membangun paradigma dan pengendalian pemasaran kepada masyarakat Arab. Ditemukan hasil bahwa Al Jazeera mampu memengaruhi negara-negara di Timur Tengah untuk mewujudkan demokratisasi dan Gerakan politik pada saat *Arab Spring*.

Penelitian yang dilakukan oleh Anton Minardi ini memiliki hubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dari segi objek penelitian, metode, hingga jenis penelitian yang serupa. Minardi memberikan perspektif pemberitaan Al Jazeera yang mampu mengubah peta konflik di Timur Tengah pada saat *Arab Spring*.

4. Skripsi yang ditulis oleh Ayub Dwi Anggoro menemukan keberpihakan media terhadap pasangan calon presiden terlihat dalam isi pemberitaan yang disiarkan. Dalam pemberitaan TV One, mereka membingkai pasangan Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai pemenang Pemilu 2014-2019, sementara Metro TV membingkai pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sebagai pemenang Pemilu 2014-2019.

5. Jurnal yang ditulis oleh Dini Wahdiyati dan Said Romadlan ini menunjukkan pembedaan peristiwa oleh majalah Time pada pemberitaan mengenai aksi 212 menampilkan stereotip terhadap umat Muslim Indonesia adalah kelompok yang konservatif, ultra-konservatif, serta digambarkan sebagai kelompok garis keras yang rasis, intoleran, dan tidak adil terhadap Ahok. Sementara itu framing oleh Al Jazeera terhadap aksi 212 lebih menekankan unsur politis yang menggambarkan tindakan kelompok Muslim sebagai politik kotor serta sebagai konspirasi umat Muslim di Indonesia untuk melengserkan Ahok.

