

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media *Online* Sebagai Bidang Komunikasi

Komunikasi merupakan proses fundamental dalam interaksi antarmanusia. Menurut Hovland, Janis, dan Kelley (dalam Djuarsa, 2004), komunikasi adalah “proses pengiriman pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku komunikan” (Ii, 2017). Definisi serupa diajukan Suryanto (2015), yang menekankan komunikasi sebagai “pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara pengirim dan penerima untuk mengubah tingkah laku”. Dengan kata lain, komunikasi tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga melibatkan proses interaktif yang intensif. Fakta bahwa “komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia” (Signifikansi *et al.*, n.d.) menggambarkan betapa komunikasi menjadi urat nadi sosial; tanpa komunikasi, interaksi antarmanusia hampir tidak mungkin terjadi. Dalam kajian ini, pemahaman dasar tentang komunikasi penting karena nantinya komunikasi dijadikan kerangka bagi komunikasi massa dan komunikasi politik dalam membentuk persepsi publik.

Portal berita telah menjadi elemen penting dalam perubahan politik masa kini. Sebagai media utama untuk komunikasi, portal berita memiliki peran dalam menyampaikan informasi politik, membentuk pandangan masyarakat, dan menyediakan ruang interaksi antara pemerintah, partai, dan masyarakat. Melalui laporan politik, portal berita berfungsi sebagai titik utama bagi masyarakat untuk mengetahui perkembangan kebijakan, tindakan pemerintah, dan kejadian politik terkini. Saat menyampaikan informasi politik, portal berita tidak hanya memberikan data, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pandangan publik. Cara penulisan dan penyajian berita bisa mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu atau individu politik tertentu. Oleh sebab itu, portal berita tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai pembentuk narasi politik yang dapat memengaruhi pendapat masyarakat.

Di samping itu, portal berita juga menciptakan ruang untuk interaksi politik. Masyarakat bisa ikut serta dalam diskusi politik, mengungkapkan pendapat, dan memberikan respon terhadap berbagai isu. Hal ini mengubah cara komunikasi politik dari yang dulunya satu arah menjadi lebih demokratis, di mana partisipasi masyarakat menjadi lebih terbuka dan terlibat. Walaupun memiliki efek baik, berita politik di situs media juga mengalami berbagai permasalahan. Penyebaran berita bohong, kecenderungan politik, dan penipuan informasi

dapat mengancam keaslian berita politik. Oleh sebab itu, sangat penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuan literasi politik agar bisa menyaring informasi dengan bijaksana dan kritis.

Secara umum, situs media tidak hanya berfungsi sebagai pengirim informasi politik, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membentuk dinamika politik di suatu negara. Masyarakat yang memiliki pemahaman kritis tentang berita politik dapat berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi, meningkatkan tanggung jawab pemerintah, dan memperkuat keterlibatan warga dalam politik.

2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah cabang ilmu komunikasi yang membahas penyebaran pesan kepada khalayak yang sangat luas, heterogen, dan anonim melalui media massa. Media massa tradisional seperti televisi, radio, surat kabar, hingga portal berita daring memungkinkan pesan disampaikan dari satu ke banyak (one-to-many) dalam skala nasional atau global. Menurut McQuail (2010), komunikasi massa memiliki peran sentral dalam membentuk opini publik, mensosialisasikan nilai-nilai, serta mengendalikan perilaku melalui agenda media. Artinya, media massa tidak hanya sekadar menyalurkan informasi faktual, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat ideologis yang mereproduksi struktur kekuasaan sosial. Misalnya, dalam pemberitaan konflik internasional, unsur yang disorot media akan memengaruhi sudut pandang pembaca. Dengan demikian, kajian komunikasi massa selalu terkait erat dengan konteks sosial-politik yang melingkupinya (Putri *et al.*, 2025). Dalam penelitian framing media, teori komunikasi massa menegaskan bahwa cara media memilih topik dan menekankan aspek-aspek tertentu (agenda setting) sangat menentukan pembentukan kerangka berita, yang pada akhirnya mempengaruhi pemahaman khalayak tentang peristiwa tersebut.

2.1.2 Komunikasi Politik

Komunikasi politik (political communication) adalah bentuk komunikasi yang secara khusus melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik. Kamaruddin Hasan merumuskan komunikasi politik sebagai “komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah” (*Bahan Ajar Handout Komunikasi Politik (Pertemuan 1 Dan 2) DEFINISI KOMUNIKASI POLITIK 1*, 2016). Dengan kata lain, komunikasi

politik mencakup semua bentuk penyampaian pesan yang berkaitan dengan kekuasaan dan kebijakan publik. Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”, yaitu proses interaksi antar elit politik dan masyarakat. Syabana dan Suyono (2023) menambahkan bahwa komunikasi politik bertujuan “mengaitkan pemikiran-pemikiran politik dalam masyarakat” dan melibatkan elemen seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan umpan balik dengan fokus pada penyebaran informasi politik. Dalam praktiknya, komunikasi politik memanfaatkan media massa (termasuk media *online*) untuk kampanye, sosialisasi kebijakan, serta debat publik. Misalnya, melalui portal berita daring dan jejaring sosial, pemerintah atau partai politik dapat mengedarkan pesan-pesan politiknya kepada publik. Fenomena ini memicu kajian mendalam tentang bagaimana media memilih sudut pandang (*framing*) dalam pemberitaan politik, karena tiap penyajian berita dapat mempengaruhi dukungan dan opini politik masyarakat.

2.1.3 Media Online

Media *online* (media daring) merupakan evolusi dari media massa tradisional seiring kemajuan internet. Lenaini (2021) mendefinisikan media *online* sebagai “media komunikasi yang membutuhkan koneksi internet baik dari sisi pengirim maupun penerima pesan”. Media *online* mampu menyajikan konten berupa teks, gambar, video, maupun audio secara real-time dan interaktif. Kelebihan media *online* terletak pada kecepatan penyampaian informasi, jangkauan audiens yang sangat luas, serta kemampuan personalisasi konten sesuai preferensi pengguna. Karakteristik interaktif ini membuat media *online* menempati posisi dominan dalam ekosistem komunikasi massa modern. Sebagaimana dikemukakan oleh penelitian-penelitian terkini, media *online* tidak hanya menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat, tetapi berperan krusial dalam membentuk opini publik, terutama dalam konteks politik. Dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat, rakyat dapat lebih mudah mengakses berita internasional melalui portal berita daring seperti Kompas.com atau Republika.co.id. Hal ini berdampak pada cara masyarakat memahami isu global; berbagai studi menegaskan bahwa media massa daring secara konsisten “*membentuk persepsi publik terhadap isu-isu global yang kompleks*” (Riau *et al.*, 2025).

Namun di balik kecepatan dan keluasan cakupan informasi, media *online* juga rentan terhadap manipulasi berita. Dinamika media daring membuka peluang bagi penyajian informasi yang menonjolkan sudut pandang tertentu—sering disebut *framing*.

Todd Gitlin, misalnya, menjelaskan bahwa framing adalah prinsip seleksi, penekanan, dan presentasi realitas, sehingga berita disajikan sedemikian rupa agar aspek-aspek tertentu tampak menonjol. Dalam kerangka teori konstruksi sosial, apa yang ditampilkan oleh media massa (termasuk media *online*) “bukanlah gambaran yang sepenuhnya mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan merupakan hasil dari proses konstruksi”. Dengan kata lain, melalui pemberitaan yang dikelola, media daring ikut membentuk konstruksi realitas sosial yang dipersepsikan publik. Misalnya, ketika media Indonesia melaporkan serangan balasan Iran ke Israel, pilihan kata, sudut pandang, dan narasi yang digunakan menentukan kerangka pemahaman pembaca. Framing yang berbeda di Republika.co.id maupun Kompas.com dapat menghasilkan realitas berita yang berbeda di benak pembaca, sehingga opini publik turut terbentuk oleh cara penyajian media *online* dalam komunikasi politik.

Dalam era digital kini, media *online* berfungsi sebagai saluran komunikasi massa dan politik yang sangat efektif. Melalui jangkauannya yang luas dan interaktivitasnya, media *online* berperan dalam penyebaran pesan politik sekaligus konstruksi realitas sosial. Sebagai sarana komunikasi politik, media daring menyampaikan wacana politik kepada khalayak luas dan memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik terhadap peristiwa internasional.

2.1.4 Media Republika.co.id Sebagai Komunikasi Politik

Republika.co.id merupakan salah satu media online nasional yang memiliki identitas kuat sebagai media berlandaskan nilai-nilai Islam modern. Sebagai portal berita yang lahir dari *Harian Republika*, reposisi editorialnya tidak dapat dilepaskan dari tujuan untuk memberikan perspektif keumatan dalam pemberitaan nasional maupun internasional. Identitas ini tampak jelas dari visi redaksi yang menempatkan kepentingan umat Islam sebagai fokus liputan, sebagaimana terlihat dalam profil media yang tercantum dalam skripsi ini.

Dalam konteks **komunikasi politik**, Republika.co.id memainkan peran strategis sebagai saluran informasi sekaligus arena konstruksi makna politik bagi pembaca yang mayoritas berasal dari kalangan Muslim urban. Media ini tidak hanya menyampaikan peristiwa politik, tetapi juga melakukan *interpretasi* melalui pemilihan isu, sudut pandang, dan penekanan nilai tertentu. Hal ini selaras dengan teori komunikasi politik yang menempatkan media sebagai *mediator* antara peristiwa politik dan persepsi publik.

Sebagai media yang berakar pada orientasi keumatan, Republika cenderung memberikan ruang yang besar bagi isu-isu dunia Islam, seperti Palestina, konflik Timur Tengah, dan kebijakan luar negeri negara-negara Muslim. Cara Republika membingkai isu-isu tersebut dapat memperkuat identitas kolektif pembacanya, termasuk persepsi politik luar negeri terhadap aktor seperti Israel, Iran, atau negara-negara yang dianggap memiliki kedekatan historis dengan dunia Islam.

2.1.5 Media Kompas.com Sebagai Komunikasi Politik

Kompas.com merupakan bagian dari jaringan besar **Kompas Gramedia**, yang sejak awal mengusung prinsip jurnalisme moderat, profesional, dan berorientasi pada keberimbangan informasi. Profil media Kompas.com dalam skripsi ini menguraikan bahwa Kompas tampil sebagai media nasional arus utama (mainstream) yang menekankan objektivitas, kehati-hatian, serta prediksi yang dapat diandalkan dalam menggambarkan berbagai isu sosial-politik.

Dalam perspektif **komunikasi politik**, Kompas.com berperan sebagai media yang membentuk orientasi politik publik melalui penyajian informasi yang dianggap kredibel dan otoritatif. Kompas tidak hanya menyampaikan fakta politik, tetapi juga mengelola persepsi publik melalui konstruksi narasi yang cenderung moderat, netral, dan bebas dari bias emosional. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi politik yang menempatkan media sebagai *penjaga informasi* (information gatekeeper).

Sebagai media dengan audiens heterogen dan berskala nasional, Kompas.com memiliki kepentingan untuk menjaga integritas pemberitaan. Karena itu, Kompas cenderung menampilkan sudut pandang yang lebih rasional dan berbasis data. Dalam isu internasional, Kompas biasanya menyediakan konteks diplomatik, geopolitik, serta perspektif hukum internasional yang menyertai setiap perkembangan peristiwa.

2.2. Pesan Komunikasi Dalam Media Online

Dalam kajian komunikasi massa, **pesan** didefinisikan sebagai sekumpulan simbol verbal maupun non-verbal yang memiliki makna. Model komunikasi Lasswell misalnya menegaskan bahwa pesan adalah kumpulan simbol (kata atau gambar) yang dikodekan pengirim untuk disampaikan kepada penerima. Di media online, pesan komunikasi menampakkan diri lewat bentuk tulisan (artikel, judul, kutipan) maupun elemen visual (foto, video, grafik). Dengan kata lain, berita daring menyajikan informasi melalui **komunikasi**

verbal dan **nonverbal** yang saling melengkapi. Pesan verbal-nonverbal tersebut selanjutnya akan diinterpretasikan oleh pembaca sesuai konteks sosialnya.

2.2.1 Pesan Verbal

Pesan verbal adalah komunikasi yang diwujudkan dalam bentuk kata-kata, baik lisan maupun tulisan (Widiyanarti *et al.*, 2024). Dalam konteks media online, pesan verbal muncul sebagai teks berita, judul artikel, kutipan narasumber, maupun narasi pengantar. Melalui kata-kata inilah media menyampaikan fakta, data, dan informasi kepada publik. Menurut Kusumawati (2016), komunikasi verbal dalam berita mencakup penggunaan bahasa yang menyampaikan perasaan, gagasan, serta fakta kepada pembaca. Contohnya, dalam komunikasi politik pesan verbal dapat ditemui pada pidato publik, wawancara, atau debat pemimpin politik yang menyampaikan visi dan klaim mereka. Dalam pemberitaan konflik, pilihan diksi dan konstruksi kalimat menjadi penting: media menggunakan frasa atau istilah tertentu untuk membingkai persepsi pembaca.

Secara konseptual, pesan verbal dapat bersifat informatif maupun persuasif. Pesan informatif bertujuan menyampaikan fakta dan data secara objektif, sedangkan pesan persuasif berupaya mempengaruhi sikap atau opini pembaca. Misalnya, dalam liputan serangan militer, media mungkin melaporkan kronologi peristiwa (pesan informatif), sekaligus menyertakan pernyataan tokoh politik yang membenarkan atau mengutuk aksi tersebut (pesan persuasif). Dengan demikian, media online memanfaatkan pesan verbal untuk mendefinisikan isu dan membentuk narasi politik: kata-kata yang dipilih, urutan berita, dan kutipan narasumber semuanya menyusun kerangka makna yang diterima public

2.2.2 Pesan Nonverbal

Pesan nonverbal merujuk pada komunikasi tanpa kata-kata, yakni informasi yang disampaikan melalui unsur visual, audio, atau gestural. Dalam media online, elemen nonverbal mencakup foto, ilustrasi, video, grafik, warna, tata letak teks, serta audio seperti musik latar atau rekaman suara. Hal ini sejalan dengan definisi bahwa komunikasi nonverbal dapat berupa gerakan tubuh, ekspresi wajah, warna, simbol, dan elemen visual lain yang tidak melibatkan ucapan. Keberadaan unsur nonverbal bersifat otomatis dan konstan dalam setiap tayangan berita; aspek ini dianggap lebih autentik karena tersaji spontan.

Penggunaan pesan nonverbal dalam pemberitaan sangat strategis. Sebagai contoh, foto korban atau dampak kerusakan sering dipilih untuk menimbulkan empati atau simpati pembaca terhadap pihak tertentu. Demikian pula, penggunaan warna tertentu atau desain grafis dramatis dapat memperkuat nuansa emosional artikel. Penelitian menunjukkan bahwa elemen nonverbal dapat membentuk opini dan mempengaruhi respons audiens. Dalam konteks konflik politik internasional, citra dan video dapat menyampaikan pesan kuat tanpa kata: misalnya, penampakan wajah bingung, bangunan hancur, atau bendera nasional yang berkibar. Oleh karena itu, media online tidak hanya mengandalkan teks; aspek visual dan audio turut menambah lapisan makna dalam framing berita.

2.2.3 Pesan Serangan Balasan Iran ke Israel

Dalam pemberitaan konflik Iran Israel, frasa “serangan balasan” sendiri membawa **pesan tersirat** tentang legitimasi tindakan militer. Media sering menyoroti latar belakang peristiwa untuk membentuk makna. Misalnya, dijelaskan bahwa serangan rudal Iran pada 13–14 April 2024 terjadi sebagai balasan atas pemboman Israel di Damsyus sebelumnya. Penekanan “balasan” ini menyiratkan pesan bahwa Iran bertindak memulihkan keadilan atau membela diri. Dengan demikian, framing kata-kata dalam judul dan teks berita sudah menjadi pesan komunikasi yang mengarahkan persepsi publik terhadap konflik.

Lebih luas, konflik modern ini juga dilihat sebagai **perang narasi**. Seperti dikemukakan para ahli komunikasi, kekuatan informasi diperlakukan seperti senjata untuk merebut legitimasi moral dan dukungan global. Siapa yang lebih dulu menguasai opini publik berpeluang memenangkan dukungan internasional. Oleh karena itu, serangan militer bukan sekadar aksi fisik, melainkan juga instrumen komunikasi strategis. Media massa dan media sosial menjadi arena kontestasi narasi, di mana pilihan kata, penyajian foto, dan penempatan fakta saling bersaing membentuk realitas sosial. Dalam hal ini, pemerintah Iran maupun Israel sama-sama memanfaatkan pesan media: keduanya meluncurkan pernyataan resmi, video propaganda berkualitas tinggi, dan kampanye online dengan tagar provokatif untuk menarik simpati dunia. Pesan-pesan tersebut dirancang bukan hanya menyampaikan informasi peristiwa, tetapi juga mempengaruhi opini internasional sesuai kepentingan politik masing-masing pihak.

2.3. Konstruksi Pemberitaan Dipengaruhi oleh Teori Pamela Shoemaker

Konstruksi pemberitaan bukanlah proses netral yang sekadar merekam fakta objektif; ia merupakan hasil pilihan, seleksi, dan pengorganisasian informasi oleh institusi media. Model *Hierarchy of Influences* yang dikembangkan oleh Pamela Shoemaker (bersama Reese) memberikan kerangka teoretis yang komprehensif untuk memahami mengapa dan bagaimana berita dikonstruksi secara berbeda antar-outlet (Herman, n.d.). Model ini menekankan bahwa isi berita dipengaruhi oleh lapisan-lapisan pengaruh yang saling berinteraksi—mulai dari tingkat individu jurnalis hingga level ideologi sosial—sehingga konstruksi akhir (frame) merupakan produk dari interaksi multilevel tersebut (Shoemaker & Reese, n.d.). Pendekatan ini sangat berguna untuk menafsirkan perbedaan framing antara media yang berbeda, termasuk antara Republika.co.id dan Kompas.com.

2.3.1 Level Individu (*Individual Level*)

Pada level paling mikro, nilai, pengalaman, latar pendidikan, preferensi politik, dan kompetensi jurnalis memengaruhi bagaimana ia memilih sudut pandang, diksi, dan sumber. Keputusan individu, memilih kata kunci emotif, menonjolkan kutipan tertentu, atau menaruh interpretasi pada lead akan memberi warna pada konstruksi berita. Oleh karena itu, variasi gaya penulisan dan kecenderungan editorial dapat muncul hanya dari perbedaan preferensi individual wartawan, terutama ketika redaksinya memberi ruang otonomi tinggi. Dalam konteks penelitian ini, perbedaan pilihan diksi dan angle pada artikel yang dianalisis dapat dipahami sebagai salah satu manifestasi pengaruh level individu.

2.3.2 Level Rutinitas Media (*Media Routines*)

Rutinitas newsroom prosedur editorial, format piramida terbalik, prioritas sumber resmi, deadline ketat, dan kebiasaan menggunakan sumber tertentu membentuk pola produksi berita yang relatif stabil. Rutinitas ini menentukan “apa yang biasanya diberitakan” dan “bagaimana cara memberitakannya” sehingga memberikan batasan pada opsi framing yang tersedia. Sebagai contoh, kebiasaan mengutamakan *official sources* atau menempatkan kontekstualisasi hukum di lead akan cenderung memproduksi frame yang bersifat legalistik/analitis; sebaliknya rutinitas yang sering menonjolkan suara masyarakat sipil atau narasi identitas cenderung melahirkan frame moral/kemanusiaan. Operasionalisasi indikator framing (sintaksis, skrip, tematik, retorik) berkaitan erat dengan rutinitas ini.

2.3.3 Level Organisasi Media (*Organizational Level*)

Struktur organisasi kepemilikan, kebijakan redaksi, visi misi perusahaan, dan target pasar mengatur arah editorial yang lebih sistemik. Kebijakan redaksional menentukan batasan bahasa, gaya, dan agenda pemberitaan yang boleh atau tidak boleh ditempuh jurnalistik. Dengan demikian, dua portal berita yang berbeda orientasi organisasinya akan cenderung mengadopsi frame berbeda terhadap peristiwa yang sama. Hal ini terlihat dalam penelitian Anda: orientasi dan kebijakan redaksional Republika yang berakar pada nilai keumatan berbeda dengan Kompas yang menekankan keseimbangan dan verifikasi, sehingga menghasilkan bingkai yang berbeda atas peristiwa serangan balasan Iran–Israel.

2.3.4 Level Pengaruh Eksternal (*Extra-media Level*)

Media dipengaruhi oleh tekanan dan harapan dari aktor di luar newsroom: pemerintah, pemilik modal, pengiklan, kelompok kepentingan, tekanan hukum, serta opini publik. Tekanan eksternal ini bisa bersifat langsung (*sensor*, tekanan politik) maupun tidak langsung (kebutuhan mempertahankan pembaca/market). Dalam konteks konflik internasional, tekanan eksternal juga muncul dalam bentuk sensitivitas publik, posisi politik negara, atau tekanan diplomatic semua dapat mendorong media untuk menonjolkan narasi tertentu agar tetap relevan atau aman secara politik. Shoemaker menunjukkan bahwa kombinasi pengaruh eksternal dengan internal menghasilkan pola pemberitaan yang tidak netral.

2.3.5 Level Ideologi (*Ideology Level*)

Level paling makro adalah ideologi kerangka nilai masyarakat atau orientasi ideologis media itu sendiri yang memberi “warna” jangka panjang pada seluruh keputusan editorial. Ideologi menentukan apa yang dipandang benar/salah di arena publik dan karenanya memengaruhi label moral, simbol-simbol, dan narasi yang diulang secara konsisten dalam pemberitaan. Media yang membawa ideologi tertentu (mis. keumatan, *nasionalisme*, *liberalisme*) akan cenderung menghasilkan konstruksi berita yang konsisten dengan ideologi tersebut. Dalam kasus studi ini, perbedaan ideologis antara Republika (lebih dekat pada perspektif keumatan) dan Kompas (orientasi jurnalistik moderat) menjelaskan konsistensi perbedaan frame yang ditemukan.

2.3.6 Interaksi Lapisan

Penting untuk ditekankan bahwa kelima level tersebut tidak bekerja terpisah, melainkan saling berinteraksi: nilai individu dipraktikkan dalam rutinitas; rutinitas dijalankan menurut kebijakan organisasi; organisasi menempatkan diri terhadap tekanan eksternal; dan semuanya tertaut pada ideologi yang lebih luas. Proses ini menjelaskan mengapa analisis teks (Pan & Kosicki) perlu dipadukan dengan analisis produksi (Shoemaker) karena identifikasi frame dalam teks tanpa konteks produksi hanya menyampaikan *apa* bingkai yang muncul, tetapi tidak mengapa ia muncul. Integrasi kedua pendekatan memungkinkan peneliti menjelaskan keterkaitan antara struktur teks (sintaksis, skrip, tematik, retorik) dan faktor-faktor produksi yang melatarbelakanginya.

2.4 Paradigma Konstruktivisme dalam Komunikasi Massa

Paradigma konstruktivisme berasumsi bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif tunggal, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial dan proses komunikasi. Dalam studi komunikasi massa, paradigma ini sering disebut paradigma produksi dan pertukaran makna yang kontras dengan paradigma positivis atau transmisi yang memisahkan subjek dan objek secara kaku (Chairul *et al.*, 2019). Konstruktivisme menolak pandangan positivis dengan menegaskan bahwa subjek (komunikator atau audiens) berperan sentral dalam membangun makna. Bahasa dan media tidak lagi dipandang sekadar alat netral untuk merefleksikan realitas objektif, melainkan sebagai sarana bagi subjek untuk mengkonstruksi realitas. Artinya, realitas sosial dipahami bersifat *majemuk* dan senantiasa dikonstruksi serta dikelola oleh individu dalam interaksi sosialnya. Pengetahuan atau pemahaman yang diciptakan manusia pun tidaklah permanen, melainkan terus berkembang seiring pengalaman dan dialog sosial. Penelitian kualitatif umumnya berlandaskan paradigma konstruktivis dengan pandangan bahwa pengetahuan bukan hanya hasil observasi fakta, tetapi juga hasil konstruksi pemikiran subjektif (Masyarakat, 2022). Dengan demikian, dalam konteks komunikasi massa, paradigma konstruktivisme menempatkan media sebagai arena di mana realitas dibentuk dan ditafsirkan bersama oleh komunikator dan audiens. Penelitian *framing* media termasuk pada isu geopolitik seperti konflik Iran–Israel umumnya berangkat dari paradigma ini, karena mengakui bahwa pemberitaan media turut mengkonstruksi persepsi publik atas peristiwa konflik tersebut alih-alih sekadar mencerminkannya.

2.5 Hubungan antara Media dan Konstruksi Realitas Sosial

Media massa memiliki peran kunci dalam konstruksi realitas sosial, yakni proses di mana makna-makna tentang dunia dibentuk dan dilekatkan dalam benak masyarakat. Menurut literatur teori konstruksi sosial, realitas sosial bukanlah fakta objektif yang berdiri sendiri, melainkan hasil dari konstruksi bersama melalui interaksi dan komunikasi (Pamungkas *et al.*, 2024). Dalam proses ini, media menyediakan kerangka dan narasi yang membantu publik memahami peristiwa. Berita dan informasi yang disajikan media bukan hanya melaporkan kejadian, tetapi juga mendistribusikan dan mengonsolidasikan makna sosial tertentu yang akan membentuk pemahaman masyarakat tentang dunia. Dengan kata lain, media secara aktif membentuk realitas dengan memilih aspek tertentu untuk disorot dan bagaimana aspek itu disajikan. Goffman (1974) menegaskan bahwa media membingkai peristiwa sosial dengan cara tertentu agar audiens memandang isu tersebut sesuai perspektif yang diinginkan. Senada dengan itu, (Entman, 2023) menyatakan *framing* media berfungsi membentuk opini publik melalui pemilihan fakta dan penekanan aspek-aspek tertentu dalam pesan, sehingga persepsi masyarakat condong ke arah interpretasi yang disukai media. Dengan demikian, hubungan media dan konstruksi realitas bersifat timbal balik: media mengambil realitas sosial, menyusun narasi dan makna atas realitas itu, lalu mengembalikannya ke publik sebagai “realitas kedua” yang sudah ditafsirkan. Di era modern, pengaruh media dalam membentuk realitas bahkan kian kompleks karena hadirnya media digital dan algoritma yang memfilter informasi sesuai preferensi individu, membuat konstruksi realitas sosial semakin tersegmentasi. Bagi studi tentang isu geopolitik Iran–Israel, pemahaman ini berarti bahwa cara media *online* Indonesia membingkai peristiwa (misalnya serangan balasan Iran ke Israel) akan sangat menentukan bagaimana publik memahami konflik tersebut apakah dilihat sebagai aksi defensif, provokasi lanjutan, krisis kemanusiaan, atau sudut pandang lainnya, semuanya dibentuk oleh bingkai yang disajikan media.

2.6. Teori *Framing* dalam Studi Media dan Komunikasi

Teori *framing* menjelaskan bahwa cara media menyajikan informasi berpengaruh besar terhadap cara audiens menafsirkan dan merespons informasi tersebut. *Framing* pada dasarnya adalah upaya menyeleksi dan menekankan aspek-aspek tertentu dari realitas, lalu menyusunnya dalam narasi sedemikian rupa sehingga audiens diarahkan pada interpretasi tertentu (kerangka pikir tertentu) atas peristiwa (Rachman, 2025). Dengan kata lain, media membingkai realitas dengan memilih elemen fakta mana yang ditonjolkan, bagaimana konteks diberikan, serta apa yang diabaikan. Kerangka atau *frame* yang digunakan media ini bertindak

seperti filter makna yang mengatur persepsi khalayak. Penelitian komunikasi telah menunjukkan bahwa bingkai media dapat mempengaruhi pemahaman, penilaian moral, hingga sikap audiens terhadap isu yang diberitakan. Entman (1993) menjelaskan bahwa *framing* adalah proses memilih beberapa aspek dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dalam teks komunikasi, sedemikian rupa untuk mempromosikan definisi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, atau rekomendasi penanganan tertentu. Dampaknya, perbedaan *framing* atas suatu isu dapat menghasilkan perbedaan efek kognitif maupun afektif pada audiens (misalnya perbedaan penafsiran isu, perbedaan sikap dan emosi terhadap pihak terlibat).

Dalam studi media dan komunikasi, teori *framing* berkembang dari kajian sosiologi oleh Goffman ke ranah komunikasi massa melalui karya ilmuwan seperti Tuchman, Gitlin, hingga Entman. *Framing* sering dipandang sebagai perluasan dari teori *agenda-setting*: jika *agenda-setting* menentukan isu apa yang diperhatikan publik, maka *framing* menentukan bagaimana publik memahami isu tersebut. Media membingkai berita dengan memberikan konteks, pilihan kata, dan penekanan tertentu – berperan bagaikan peta yang membimbing audiens menafsirkan informasi sesuai *frame* yang dibingkai. Dalam konteks konflik geopolitik, penerapan teori *framing* sangat relevan. *Framing* media pada masa konflik dapat berdampak besar terhadap opini publik dan bahkan dapat memperburuk eskalasi konflik apabila media hanya menyorot aspek kekerasan atau permusuhan tertentu. Studi tentang pemberitaan perang menunjukkan bahwa bingkai berita yang terlalu berpihak atau bernuansa perang cenderung meningkatkan polarisasi dan persepsi negatif antar-kelompok, sedangkan bingkai yang lebih damai dapat meredakan ketegangan. Oleh karena itu, analisis *framing* menjadi alat penting untuk memahami bias, perspektif, dan implikasi dari cara media meliput isu-isu sensitif. Penerapan teori *framing* dalam skripsi ini akan membantu mengungkap bagaimana media *online* Indonesia membingkai serangan balasan Iran–Israel dan implikasi *frame* tersebut terhadap konstruksi realitas konflik di benak pembaca (Vreese, 2019).

2.7. Model Framing Pan & Kosicki (1993)

Model *framing* yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) adalah salah satu kerangka analisis paling berpengaruh untuk menguraikan bingkai dalam teks berita. Definisi model Pan & Kosicki: Model ini memandang berita sebagai teks yang memiliki struktur tertentu, dan melalui struktur inilah bingkai media dapat diidentifikasi. Pan & Kosicki membagi perangkat *framing* ke dalam empat dimensi struktural teks berita, yaitu: struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Framing *et al.*, 2024) (Pan & Kosicki, 2015). Keempat elemen ini mencakup aspek-aspek berbeda dari penyajian berita – mulai dari tata letak berita

hingga pilihan kata – yang secara bersama-sama membangun cara pandang tertentu. Cakupan model Pan & Kosicki terletak pada fokusnya terhadap struktur teks: setiap berita dipandang memiliki skema internal yang dapat dianalisis untuk melihat kecenderungan *framing*. Misalnya, sintaksis berita (*headline, lead, dsb.*) menunjukkan apa yang dianggap penting; skrip berita menggambarkan alur penyajian fakta; tematik memperlihatkan pola penulisan dan penekanan isu; sedangkan retorik mencerminkan gaya bahasa dan simbol yang digunakan. Dengan menganalisis keempat struktur ini, peneliti dapat mengungkap hipotesis tersembunyi atau sudut pandang wartawan dalam memberitakan peristiwa. Bahkan, Pan dan Kosicki mengibaratkan berita seperti sebuah upaya pengujian hipotesis: setiap kutipan, detail, dan susunan fakta digunakan jurnalis untuk mendukung tesis atau sudut pandang tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Keunggulan model Pan & Kosicki dibanding model *framing* lainnya adalah pada sifatnya yang komprehensif dan sistematis. Model ini menyediakan struktur analisis yang terperinci, sehingga memudahkan peneliti mengidentifikasi elemen-elemen *framing* secara jelas. Pan & Kosicki menawarkan perangkat dan unit analisis yang lengkap – mulai dari tataran makro (skema berita keseluruhan) hingga mikro (pilihan kata spesifik) – sehingga *framing* media dapat dikaji secara mendalam dan hasilnya lebih objektif. Dengan kerangka empat dimensi tersebut, peneliti dapat menelusuri kecenderungan atau bias wartawan pada tiap level teks, lalu menyusun gambaran utuh mengenai bagaimana sebuah media membingkai suatu isu. Model ini banyak diakui mampu menunjukkan strategi wacana yang dipakai media untuk meyakinkan pembaca bahwa sudut pandang tertentu adalah benar. Dalam konteks penelitian *framing* isu Iran–Israel, model Pan & Kosicki sangat bermanfaat karena memungkinkan kita melihat bagaimana dua media (Republika vs Kompas) mungkin menerapkan struktur berita berbeda dalam membingkai konflik. misalnya perbedaan penekanan di judul, narasumber yang dikutip, alur penulisan cerita, atau diksi yang digunakan. Keempat aspek tersebut akan mengungkap apakah terdapat perbedaan *frame* ideologis atau perspektif tertentu antara media yang dianalisis.

2.8. Media Online dan Framing Pemberitaan Konflik

Media *online* sebagai produk jurnalisme digital memiliki karakteristik tersendiri dalam menyajikan berita. Media *online* (*cyber media*) adalah media berbasis internet yang dapat diakses secara daring melalui situs web, menggabungkan format teks, audio, dan video dalam distribusinya. media *online* merupakan platform jurnalistik yang memungkinkan pelaporan fakta/peristiwa dipublikasikan dan tersebar dengan sangat cepat melalui jaringan internet.

Dengan sifat real-time dan jangkauan luas, media *online* kerap menjadi sumber utama informasi publik dalam isu internasional. Namun, kecepatan dan persaingan di ranah *online* juga membuat pembingkai berita menjadi ajang strategi masing-masing media untuk menarik pembaca sekaligus mencerminkan posisi editorial mereka. Transformasi digital tidak menghapus bias atau kecenderungan ideologis media; sebaliknya, *framing* di media *online* bisa jadi lebih tegas karena setiap outlet berupaya mengukuhkan identitas dan segmen audiensnya.

Dalam konteks pemberitaan konflik internasional seperti konflik Timur Tengah (Iran–Israel atau Palestina–Israel), faktor ideologi dan posisi politik media sangat mempengaruhi *framing*. Indonesia secara historis dan kultural cenderung simpati terhadap Palestina dan kritis terhadap kebijakan agresif Israel (Kurniansyah *et al.*, 2024). Akan tetapi, media-media arus utama di Indonesia bisa mengambil pendekatan berbeda-beda dalam menyorot isu terkait Israel maupun Iran, tergantung background dan nilai-nilai yang diusungnya. Studi menunjukkan bahwa **Republika** dan **Kompas** dua media *online* nasional yang menjadi fokus penelitian memiliki orientasi berbeda yang tercermin dalam pola *framing* beritanya. Republika dikenal sebagai media bernapaskan Islam; sejak awal berdirinya ia ditujukan sebagai suara komunitas Muslim modern di Indonesia. Rahzen (2007) mencatat bahwa wartawan Republika cenderung menyisipkan nilai-nilai Islami dalam produk jurnalistiknya (Meisyah, 2024). Penelitian Alam (2018) juga menemukan Republika *Online* memiliki kecenderungan kuat untuk mengedepankan kepentingan ideologi Islam dalam pemberitaan. Hal ini wajar mengingat sejarah Republika yang lahir atas dukungan organisasi Islam (ICMI) dan tagline-nya “*jendela umat*” – menandakan misinya menyuarakan perspektif umat Muslim. Sebaliknya, Kompas.com berasal dari induk media dengan tradisi jurnalisme humanis-nasionalis. Iskandar (2018) menyebut ideologi Kompas lebih berlandaskan humanism (nilai kemanusiaan universal). Arah redaksional Kompas cenderung menjunjung prinsip kebangsaan, pluralisme, dan moderasi. *Frame* berita Kompas sering dipengaruhi upaya menjaga keseimbangan dan netralitas sesuai falsafah jurnalistiknya. Penelitian Muslim (2013) menyimpulkan bahwa produksi berita Kompas turut dipengaruhi ideologi medianya, yang pada gilirannya mempengaruhi *framing* berita yang dihasilkan. Dengan kata lain, Kompas berusaha mempertahankan angle berita yang dianggap sejalan dengan nilai-nilai kemanusiaan dan jurnalisme objektif, sementara Republika lebih terang-terangan membawa sudut pandang solidaritas Muslim.

Perbedaan orientasi tersebut menyebabkan peristiwa yang sama dapat dibingkai berbeda oleh Republika.co.id dan Kompas.com. Dalam isu konflik Iran–Israel (atau konflik

Israel-Palestina pada umumnya), kita dapat menduga Republika akan lebih menyoroti penderitaan pihak Muslim (Palestina atau sekutu-sekutu Muslim seperti Iran) serta mengancam agresi Israel, sejalan dengan perspektif pro-Palestina/pro-Muslim. Sementara Kompas kemungkinan menampilkan laporan yang lebih netral, fokus pada fakta dan konteks geopolitik tanpa bahasa emosional, sejalan dengan gaya media arus utama yang moderat. Temuan penelitian sebelumnya mendukung kecenderungan ini. Aiman (2024) dalam studi *framing* media *online* terhadap serangan balasan Iran ke Israel menemukan bahwa Republika.co.id membingkai berita dengan menekankan legitimasi tindakan Iran serta isu-isu kemanusiaan akibat agresi Israel, misalnya menggambarkan Israel secara negatif sebagai “rezim jahat” dan menonjolkan narasi pembelaan hak-hak Palestina. Sebaliknya, portal CNN Indonesia (yang dalam konteks ini mewakili media arus utama internasional mirip gaya Kompas) justru menekankan kerangka geopolitik dan legitimasi tindakan defensif Israel, sejalan dengan ideologi yang mendukung norma internasional dan keamanan regional. Ini mencerminkan bahwa media pro-arus utama cenderung memberikan justifikasi atau konteks yang lebih netral terhadap tindakan Israel, sementara media berorientasi Muslim memperlihatkan simpati kuat kepada pihak yang dianggap mewakili kepentingan dunia Islam (Iran/Palestina).

Studi lain memperlihatkan pola serupa pada kasus konflik Palestina-Israel. Utami, Azis & Pranawukir (2024) menganalisis *framing* CNNIndonesia.com vs Detik.com pasca serangan Hamas 2023, dengan pendekatan Pan & Kosicki. Menariknya, meski keduanya berada di bawah grup Transmedia, CNNIndonesia.com menunjukkan sikap pro-Palestina yang tegas, sedangkan Detik.com berusaha lebih netral dan berimbang dalam menyajikan sudut pandang kedua belah pihak (Utami *et al.*, 2024). CNN Indonesia dalam hal ini menampilkan liputan lebih mendalam serta perspektif global yang menyoroti derita Palestina, sementara Detik lebih fokus pada penyajian informasi dua sisi secara cepat. Hal ini konsisten bahwa media *online* berbeda memiliki gaya *framing* berbeda sesuai segmen audiensnya. Demikian pula, penelitian oleh Kurniansyah, Toni & Siregar (2024) terhadap Republika vs Kompas dalam isu penggalangan bantuan untuk Palestina menemukan bahwa kedua media sama-sama mendukung isu kemanusiaan, tetapi narasi dan penekanannya berbeda – Republika cenderung mengajak pembaca pada solidaritas umat dan menekankan unsur emosional-historis (ikatan Indonesia-Palestina), sedangkan Kompas lebih banyak pada fakta kegiatan dan konteks diplomatik secara netral (berdasarkan pemahaman umum).

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan *framing* media dipengaruhi oleh ideologi, audiens target, dan kepentingan yang diusung media tersebut. Dalam kasus konflik

internasional, terutama yang melibatkan kepentingan sensitif (agama, kemanusiaan, geopolitik), *framing* yang dipilih media berpotensi membentuk opini publik yang berbeda-beda. Pemberitaan yang membingkai Israel sebagai agresor kejam dan menekankan penderitaan korban sipil akan membangkitkan empati publik kepada pihak Palestina/Iran, sebagaimana sering terlihat di Republika. Sebaliknya, *framing* yang menonjolkan hak Israel untuk membela diri atau fokus pada ancaman keamanan regional cenderung mengurangi demonisasi Israel dan membuat pembaca memahami konflik sebagai masalah timbal-balik yang kompleks, karakteristik yang lebih tampak pada Kompas atau media arus utama. Dengan landasan teori dan tinjauan pustaka ini, peneliti dapat mengidentifikasi indikator-indikator *framing* dalam teks berita serta memetakan bagaimana kedua media tersebut mengkonstruksi narasi peristiwa 13–20 April 2024 tersebut.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Avivah Umu Aiman (2025) berjudul Analisis *Framing* Pemberitaan Serangan Iran ke Israel pada Media Massa *Online* CNN Indonesia dan Republika.co.id menggunakan model *framing* Robert N. Entman. Penelitian ini menganalisis empat elemen *framing*: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Hasilnya menunjukkan bahwa CNN Indonesia cenderung menekankan konteks geopolitik dan posisi Israel sebagai pihak yang memiliki legitimasi defensif, sedangkan Republika lebih menonjolkan legitimasi tindakan Iran sebagai bentuk perlawanan dan menekankan isu kemanusiaan. Perbedaan dengan penelitian Anda terletak pada objek media yang dibandingkan. Aiman menggunakan CNN Indonesia dan Republika, sementara Anda menggunakan Republika dan Kompas.com. Selain itu, penelitian Aiman tidak secara spesifik membatasi pada periode 13–20 April 2024 seperti penelitian Anda.

Penelitian Rachanca yang berjudul Pembingkai Pemberitaan Kompas dan Republika terhadap Perang Israel–Palestina menggunakan model *framing* Pan & Kosicki. Penelitian ini membedah struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dalam teks berita kedua media. Hasilnya, Kompas cenderung menyoroti aspek politik Israel dan kegagalan diplomasi, sementara Republika lebih menekankan krisis kemanusiaan di Gaza. Perbedaan dengan penelitian Anda adalah pada topik dan periode kajian. Rachanca membahas perang Israel–Palestina secara umum tanpa fokus pada serangan balasan Iran, sedangkan penelitian Anda lebih spesifik pada satu insiden tertentu di bulan April 2024 (J. I. Komunikasi *et al.*, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Erwin Efendi, Iin Catur Mugia Astuti, dan Eva Fitriani dalam artikel jurnal *Framing Media* Republika dan Kompas terhadap Konflik Palestina–Israel menggunakan pendekatan kualitatif. Fokusnya adalah pada pemberitaan yang menonjolkan aspek kemanusiaan dan pelanggaran HAM oleh Israel. Hasilnya menunjukkan bahwa Republika dan Kompas memiliki kesamaan dalam membingkai penderitaan warga Gaza, tetapi berbeda dalam pilihan narasumber dan penekanan isu. Perbedaan dengan penelitian Anda terletak pada konteks peristiwa. Penelitian ini membahas konflik Palestina–Israel secara umum, sedangkan penelitian Anda membatasi pada peristiwa spesifik, yaitu serangan balasan Iran ke Israel, serta periode yang lebih singkat (Efendi *et al.*, 2024).

Penelitian oleh Fikri Raihan Alrasyid dan Rocky Prasetyo Jati (2024) berjudul *Framing Pemberitaan Konflik Hamas–Israel pada Kompas.com dan CNNIndonesia.com* menggunakan model Entman dengan pendekatan kualitatif konstruktivis. Temuannya menunjukkan bahwa kedua media cenderung fokus pada serangan roket Hamas sebagai penyebab awal konflik. Perbedaan dengan penelitian Anda terletak pada isu yang diangkat. Penelitian ini menitikberatkan pada konflik Hamas–Israel, sedangkan penelitian Anda fokus pada serangan balasan Iran, serta pada perbandingan media yang berbeda (Republika dan Kompas.com) (F. Komunikasi & Luhur, 2024)

Penelitian oleh Puji Laksono dan Wahyu Purwanto berjudul *Framing CNNIndonesia.com dan VOAIndonesia.com terhadap Agresi Militer Israel ke Gaza (1–7 November 2023)* menggunakan model Pan & Kosicki. Hasilnya menunjukkan bahwa CNNIndonesia.com lebih menonjolkan aspek kemanusiaan, sedangkan VOAIndonesia.com menyajikan pemberitaan yang lebih seimbang dan informatif mengenai operasi militer kedua pihak. Perbedaan dengan penelitian Anda adalah pada fokus media dan topik. Penelitian Laksono & Purwanto tidak membahas serangan balasan Iran, melainkan agresi militer Israel ke Gaza, serta menggunakan media VOAIndonesia.com yang bukan bagian dari fokus penelitian peneliti.