

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Media dan Konstruksi Berita

Berger dalam (Eriyanto, 2005) menyatakan bahwa realitas tidak dibentuk secara ilmiah atau juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Namun sebaliknya bahwa realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Artinya bahwa realitas memiliki sifat yang plural, setiap orang dapat memiliki konstruksi yang berbeda atas realitas. Setiap orang yang memiliki pengalaman, pendidikan di bidang tertentu, preferensi, dan lingkungan akan memahami realitas sosial dengan konstruksinya masing-masing. Konstruksi yang dibuat oleh masing-masing individu memiliki legitimasi dan sumber tertentu, untuk memperkuat kebenaran terhadap apa yang mereka percayai sebagai realitas (Pramono et al., 2024); (Gannar & Kilani, 2025). Hal ini merupakan dimensi subjektif dari suatu realitas. Selain memiliki dimensi subjektif, realitas juga memiliki dimensi objektif, sesuatu yang dialami, bersifat eksternal, dan berada di luar. Realitas objektif terwujud sebagai aturan-aturan, rumusan institusi, dan hal-hal lain yang berada di luar individu (Pramono et al., 2024). Dalam perspektif konstruksi sosial kedua realitas akan saling berdialektika, menghasilkan apa yang disebut eksternalisasi dan internalisasi.

Gagasan Berger mengenai konstruksi realitas dapat digunakan untuk membedah bagaimana media membingkai realitas dalam teks pemberitaan mereka. Teks berita tidak dapat dipandang secara mentah sebagai tiruan atau copy dari realitas. Karena satu peristiwa yang sama dapat memiliki konstruksi yang berbeda dalam berita. Jurnalis bisa jadi memiliki pandangan yang berbeda ketika memandang suatu peristiwa, mereka mengkonstruksi peristiwa tersebut dalam teks berita. Jurnalis mengalami internalisasi ketika terpapar akan berbagai informasi dalam mengamati peristiwa dan informasi tersebut diserap oleh kesadaran wartawan. Setelah proses tersebut, jurnalis melakukan eksternalisasi, yaitu mengkonsepsikan fakta yang telah mereka peroleh ke dalam teks berita. Hasil dari

berita merupakan hasil dari proses dialektika dan interaksi antara kedua proses tersebut.

Komunikasi Media Baru

Meskipun definisinya masih ambigu, istilah "new media" pertama kali muncul dari kalangan akademisi ilmu komunikasi pada tahun 60-an. Konsep ini terus berkembang seiring kemajuan teknologi informasi selama abad kedua puluh satu dan kedua puluh satu. Marshall McLuhan (1964), mengusulkan gagasan "global village" yang merupakan tempat komunikasi virtual berbasis internet. Ia juga telah memperkirakan kehadiran media baru sebagai penanda era modern. New media merujuk pada dinamika teknologi komunikasi yang terus berubah seiring perkembangan peradaban manusia, terutama karena perluasan jaringan dan munculnya jenis komunikasi baru. Perkembangan teknologi ini memiliki dampak yang signifikan dan tidak dapat diprediksi pada budaya komunikasi dan cara orang berkomunikasi (Mubarok, 2022).

Data menunjukkan bahwa kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat mendapatkan informasi. Hasil dari survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet mencapai 221.563.479 dari 278.696.200 orang yang tinggal di Indonesia. Data tersebut menggambarkan penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, dimana telah mencapai persentase 79,5% pada tahun 2024. Penetrasi telah meningkat signifikan sebesar 14,7 persen dalam enam tahun, dibandingkan dengan 64,8% pada tahun 2018. Fenomena ini memperkuat gagasan McLuhan bahwa era digital telah membuat dunia menjadi "global village". Digitalisasi mengubah pola konsumsi informasi yang lebih divergen karena memungkinkan penyebaran informasi melalui berbagai platform (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024; Marhamah, 2021).

McQuail menyebut media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi informasi yang memungkinkan adanya proses digitalisasi serta cakupan audiens yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Internet merupakan awal mula perkembangan teknologi komunikasi pada abad ke-20 dan menjadi cikal bakal perubahan sifat dasar dari medium komunikasi. Transformasi tersebut dikenal sebagai “second media age”, dimana media massa konvensional yang bersifat satu arah, terseleksi, dan menjangkau khalayak luas, seperti radio, koran, majalah, televisi, dan film perlahan bergeser menjadi media daring atau online. Hal tersebut tidak terlepas dari sifat media baru yang fleksibel, yaitu dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, serta bersifat real-time yaitu akses informasi secara aktual saat sesuatu sedang terjadi (Varenia & Phalguna, 2022). Teknologi akan mengubah media konvensional, dalam artian media-media tersebut akan melakukan peralihan seiring dengan kemajuan teknologi. Konektivitas internet juga membuat media daring lebih mudah diakses berbagai lapisan masyarakat sehingga hemat waktu dan ruang (Siregar & Saragih, 2024).

Trevo Barr dalam (Varenia & Phalguna, 2022) menyebut ada beberapa tipe interaksi imbas munculnya media baru, atau dalam kasus ini yaitu internet, antara lain:

a. One to one message

Komunikasi dilakukan secara interpersonal (antar pribadi) melalui jaringan internet, seperti email dan chatting.

b. One to many message

Komunikasi dilakukan oleh komunikator terhadap kelompok tertentu dalam satu grup tertentu, seperti pesan siaran (broadcast) dan mailing list.

c. Distributed message database

Pesan dapat dikirim secara global dan cepat

d. Real-time communication

Komunikasi yang dilakukan menggunakan jaringan internet secara langsung (immediate) saat itu juga atau disebut dengan “chatting”

e. Real-time remote computer utilization

Merupakan pemanfaatan perangkat komputer sebagai alat komunikasi (seperti Telnet)

f. Remote information retrieval

Komunikasi dilakukan dengan jarak jauh sebagai mesin pencari informasi atau search engine.

Pergeseran media massa konvensional menjadi media daring mencakup semua lini media yang masih bersifat analog, tidak terkecuali dengan surat kabar yang kini menjadi surat kabar online. Revolusi teknologi telah secara besar mempengaruhi praktik jurnalisme, bahkan perlahan menggeser arti jurnalisme. Pada era digital, konsep jurnalisme konvensional bertransformasi dengan melibatkan teknologi berbasis internet.

Jurnalisme tidak bergantung pada teknologi, jurnalis, dan metode tertentu, melainkan didorong oleh peran berita dalam kehidupan masyarakat. Pemahaman tersebut mendorong jurnalisme mengembangkan masyarakat yang bebas dan adil lewat penyediaan informasi yang akurat, dapat diandalkan, dan terverifikasi (Schwitzer et al., 2020; Irene & Rusdi, 2021). Ciri khas dari jurnalisme online adalah penggunaan berbagai elemen multimedia. Ini termasuk berita utama yang membuka konten pada halaman tersendiri; teks yang terdiri dari artikel satu halaman atau artikel tertaut; gambar-gambar yang mendukung cerita seperti logo dan foto; tautan kesimpulan atau bilah sisi yang menambahkan konteks; dan video, audio, dan slide show. Dengan mempertahankan nilai berita atau peristiwa sehingga lebih mudah dimengerti oleh audiens dan mengurangi miskomunikasi, format multimedia audio visual menjadi populer karena dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan diterima oleh lebih banyak orang, sehingga mengurangi miskomunikasi antara jurnalis dan penonton.

2.2 Hierarki Pengaruh Terhadap Produksi Pesan

Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese mengemukakan sebuah konsep yang mempertimbangkan beberapa dorongan yang menimpa media secara konsisten dan memperlihatkan bagaimana pengaruh pada satu tingkat berkorelasi dengan pengaruh pada tingkat lain. Teori ini berasumsi bahwa isi pesan media tidak diproduksi dalam ruang hampa. Konten media yang disajikan kepada khalayak ramai melewati beberapa pengaruh dari kebijakan internal media dan pengaruh dari

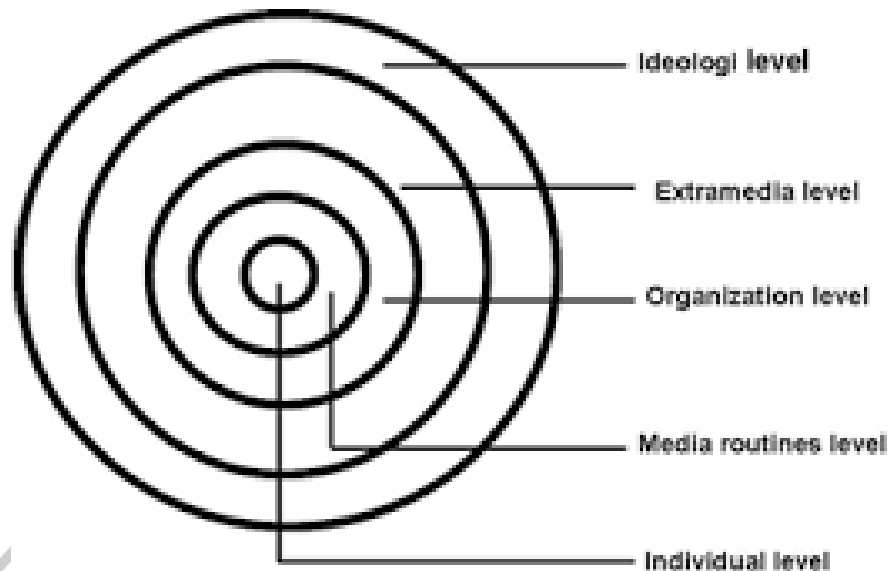
pihak eksternal media. Pengaruh dari internal media pada konten media memiliki hubungan dengan kepentingan pemilik media, latar belakang individu wartawan sebagai pencari berita, serta rutinitas redaksi media. Sedangkan faktor eksternal seperti pengiklan, otoritas pemerintah, masyarakat, dan faktor eksternal lainnya juga memiliki pengaruh pada konten media (Shoemaker & Reese, 1996).

Menurut Stephen D. Reese, isi pesan media atau agenda media dihasilkan melalui pengaruh yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Dengan kata lain, isi atau konten media adalah gabungan dari program internal, keputusan editorial dan manajemen, serta tekanan dari pihak-pihak ekstramedia, seperti tokoh atau individu yang memiliki pengaruh besar secara sosial, pejabat pemerintah, dan pemasang iklan. Konsep pengaruh isi media ini didasari pada ketidakpuasan atas hasil penelitian isi media yang dilakukan di tahun 1970-an. Penelitian tersebut menilai bahwa media massa pada saat itu melakukan bias dalam menyajikan pemberitaan, dimana masyarakat mempertanyakan objektivitas serta nilai berita yang ada dalam pemberitaan media massa pada saat itu. Sehingga dalam satu dekade berikutnya yaitu pada tahun 1980-an, dilakukanlah penelitian yang sama dengan orientasi yang berbeda, yaitu pada organisasi media. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa isi media sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal organisasi media. Dengan kata lain, isi media sangat dipengaruhi oleh bagaimana media bekerja dan secara tidak langsung turut memberikan dampak pada masyarakat (Shoemaker & Reese, 1996).

Terkait hal tersebut, McQuail dalam Morissan (2011) memberikan pernyataan: “Only by knowing how the media themselves operate can we understand how society influences the media and vice versa.”

Shoemaker dan Reese membagi berbagai faktor pengaruh isi media kedalam beberapa level. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (individual level), pengaruh dari rutinitas media (media routines level), pengaruh dari organisasi (organizational level), pengaruh dari luar media (outside media level), dan yang terakhir adalah pengaruh ideologi (ideology level). Dalam konsep ini satu faktor

memiliki pengaruh yang lebih besar daripada faktor yang lain, tetapi tetap saling mempengaruhi pada level tertentu.



Gambar 1 Diagram hierarki pengaruh terhadap produksi pesan media oleh Pamela J. Shoemaker & Reese (1996)

2.2.1 Pengaruh pada Tingkat Individu (*individual level*)

Faktor pertama yang memengaruhi isi dari suatu media berasal dari kepribadian jurnalis atau pekerja media. Pengalaman, latar belakang pendidikan, nilai-nilai pribadi, sikap, keyakinan, dan bahkan posisi atau kekuasaan seseorang di dalam organisasi, semuanya memengaruhi bagaimana cara suatu berita diproduksi. Meski begitu, tingkat ini memiliki pengaruh yang cukup lemah dibanding tingkatan yang lain. Shoemaker dan Reese dalam buku “*Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*” (1996) menyatakan bahwa tidak mudah menentukan pengaruh karakteristik jurnalis terhadap hasil kerja mereka. Namun peran profesional seorang komunikator disebut lebih memiliki pengaruh daripada karakteristik individu mereka (Shoemaker & Reese, 1996).

Pembatasan nilai dan kepercayaan individu termasuk dalam peran profesional komunikator dalam kerja media. Hal tersebut berarti bahwa

penggunaan nilai-nilai personal dalam organisasi media memerlukan lebih banyak kuasa atau memerlukan usaha yang lebih daripada kebanyakan komunikator. Pemilik perusahaan media sekalipun memiliki kebijakan yang terbatas pada isi media karena dibatasi oleh misalnya, jajaran direktur, audiens, bahkan pengiklan. Meski begitu tingkatan individu tetap memiliki pengaruh dari isi berita dalam jumlah yang kecil, misalkan jurnalis yang bekerja untuk cabang dari suatu media memiliki kendali yang lebih untuk mengarahkan isi pemberitaan di daerah tersebut, daripada jurnalis yang bekerja di kantor pusat media yang sama (Shoemaker & Reese, 1996).

2.2.2 Pengaruh pada Tingkat Rutinitas Media (*media routines level*)

Memahami pekerja media artinya juga memahami bagaimana rutinitas (*routines*) dalam pekerjaan mereka. Seorang sosiolog Jerman, Karl Mannheim dalam Shoemaker & Reese (1996) mengatakan “tidak benar untuk mengatakan bahwa seorang individu tunggal berpikir. Melainkan lebih tepat untuk mengatakan bahwa seorang individu berpartisipasi dalam memikirkan lebih jauh apa yang telah dipikirkan oleh orang lain sebelumnya.” Dengan kata lain manusia tidak benar-benar berpikir sendiri. Manusia adalah makhluk sosial yang mengikuti pola tindakan yang tidak mereka ciptakan secara sendiri. Manusia berbicara dan berpikir menirukan kelompok mereka. Sebagai individu dalam kelompok, gaya berpikir mereka adalah bentuk pengembangan dari pola respons yang tak terhingga terhadap situasi umum.

Konsep pemikiran Mannheim digunakan untuk menamai satu hal yang mirip dalam dunia media, yaitu rutinitas (*routines*). Rutinitas merupakan praktik dan bentuk yang digunakan pekerja media yang sifatnya terpola dan berulang. Rutinitas bekerja sebagai pembatas bagi masing-masing individu pekerja media. Dapat dikatakan bahwa rutinitas merupakan batasan sistemik yang isinya antara lain, prosedur, norma, dan sistem organisasi. Rutinitas menghasilkan konten media yang sesuai standar dan berulang, membuat sistem media berjalan lebih stabil. Rutinitas membentuk konteks

langsung tempat individu-individu dalam media melakukan pekerjaan mereka.

Konsep gatekeeper (penjaga gerbang) biasa diterapkan untuk menggambarkan peran pengambil keputusan dalam media massa. Istilah ini membantu menjelaskan bahwa individu tidak bekerja secara bebas, melainkan menjalankan peran dan fungsi dalam sistem gerbang (*gatekeeping system*) yang lebih besar. Dalam industri berita maupun hiburan, *gatekeeper* media bertugas menyaring berbagai pesan potensial yang berjumlah besar menjadi beberapa konten yang akan disiarkan kepada khalayak. Misalnya, mereka memilih judul berita dari banyak kemungkinan, memilih konsep acara (komedi situasi, serial, drama) untuk disusun dalam jadwal *prime-time*, atau editor surat kabar memilih beberapa berita untuk ditampilkan di halaman depan. Keputusan-keputusan ini secara langsung memengaruhi konten media yang sampai kepada khalayak publik. Gatekeeper mewakili pekerjaan dan organisasi mereka masing-masing. Pola konten berita dan hiburan yang berulang disebabkan karena mereka sudah tersandardisasi dari praktik rutin dalam masing-masing media.

2.2.3 Pengaruh pada Tingkat Organisasi Media (*organizational level*)

Konten pemberitaan tidak hanya dihasilkan dari keputusan individu atau rutinitas kerja semata, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh struktur dan dinamika organisasi media secara keseluruhan. Pemilik media atau eksekutif tertinggi tentu memiliki kuasa dalam menentukan arah organisasi media dan apa yang akan dilakukan oleh media tersebut. Kekuasaan ini memungkinkan mereka untuk membentuk konten pemberitaan sesuai dengan kepentingan, visi, dan kebijakan yang mereka tetapkan. Sebagaimana dinyatakan oleh Hirsch (dalam Shoemaker & Reese, 1996), perspektif organisasional menekankan bahwa setiap organisasi media memiliki karakter yang berbeda, termasuk struktur internal, tujuan, penggunaan teknologi, dan target pasar. Tidak hanya rutinitas individu pekerja media yang memengaruhi perbedaan ini, tetapi pemilik, visi

organisasi, dan kebijakan perusahaan juga memengaruhinya. Oleh karena itu, analisis organisasional berusaha untuk menjelaskan berbagai jenis konten pemberitaan yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui pandangan konvensional atau preferensi individu.

Dalam struktur organisasi media, ada berbagai posisi yang masing-masing memiliki kepentingan dan tanggung jawab yang berbeda, yang sering menyebabkan konflik antara berbagai tingkat hierarki. Selain itu, masing-masing pihak memiliki agenda dan prioritas yang tidak selalu sejalan.

Posisi dalam Organisasi	Fokus/Kepentingan Utama	Potensi Konflik
Pemilik/Penerbit	Efisiensi biaya dan keuntungan	Menolak permintaan anggaran tambahan dari editor untuk liputan yang lebih mendalam
Editor	Kualitas dan kelengkapan liputan	Meminta penambahan reporter atau sumber daya untuk meliput komunitas secara memadai
Reporter	Akses dan hubungan baik dengan narasumber	Berisiko kehilangan objektivitas karena terlalu dekat dengan sumber berita
Editor (sebagai mediator)	Menjaga objektivitas dan kepercayaan audiens	Harus membatasi reporter dari pengaruh

		narasumber dan merotasi beat jika diperlukan
--	--	--

Tabel 1 Potensi konflik dalam organisasi media

Gans (dalam Shoemaker & Reese, 1996) menunjukkan bahwa editor cenderung lebih fokus pada audiens (pembaca atau penonton), sedangkan reporter lebih fokus pada narasumber (sumber informasi). Mereka berpotensi memiliki agenda yang berbeda karena fokus yang berbeda pula, misalnya reporter ingin mempertahankan hubungan baik dengan narasumber karena mereka membutuhkan akses yang lebih mudah terhadap informasi, sementara editor harus memastikan bahwa berita tetap objektif dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan narasumber. Editor bisa saja meminta reporter agar tidak mematuhi aturan yang ditetapkan narasumber untuk mendapat informasi, atau merotasi reporter kepada topik lain untuk mencegah ketergantungan berlebih terhadap narasumber. Dengan demikian konflik dapat dihindarkan dengan mekanisme dan kebijakan yang tepat. Ini juga berarti bahwa jika terjadi krisis besar dalam tubuh perusahaan media, maka keputusan organisasi akan dipilih sebagai prioritas utama. Rutinitas kerja dan preferensi individu harus tunduk pada tujuan organisasi.

2.2.4 Pengaruh pada Tingkat Ekstra Media (*extramedia level*)

Pilihan konten yang dibuat oleh media tidak hanya dipengaruhi oleh unsur-unsur di dalam organisasi media, seperti rutinitas media dan hierarki organisasi, tetapi juga oleh sejumlah faktor eksternal yang berada di luar organisasi media itu sendiri (*ekstramedia*). Faktor-faktor ekstrinsik ini termasuk sumber informasi eksternal, regulasi pemerintah, kondisi ekonomi, dan dinamika pasar. Semua faktor ini memengaruhi konten pemberitaan media secara langsung maupun tidak langsung (Permatasari & Alam, 2023).

Faktor Ekstrinsik	Bentuk Pengaruh	Dampak pada Konten Berita
Kelompok kepentingan khusus	Mendorong agenda tertentu ke media	Fokus liputan adalah informasi yang merupakan agenda kelompok kepentingan. Sumber informasi menyajikan informasi yang dianggap layak dimuat berita.
Pengiklan dan sumber pendapatan	Tekanan finansial	Media menghindari konten yang merugikan pengiklan serta lebih memprioritaskan berita yang menarik audiens
Pemerintah	Undang-undang, lisensi, sensor konten	Pembatasan jenis konten yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada media massa serta mengatur aspek kepemilikan media.
Kondisi ekonomi dan pasar	Ukuran pasar dan profitabilitas	Jenis dan kedalaman berita dipengaruhi

		oleh kapasitas finansial media
Perkembangan teknologi digital	Platform baru untuk media dengan data real-time	Konten disesuaikan berdasarkan tren dan preferensi audiens sehingga berita lebih responsif terhadap rating

Tabel 2 Faktor-faktor ekstramedia serta pengaruhnya pada konten berita

Kelompok berkepentingan khusus seperti partai politik dan kelompok kampanye sosial termasuk dalam sumber informasi eksternal. Kelompok-kelompok tersebut seringkali secara aktif menempatkan agenda mereka yang dianggap “layak diberitakan” ke dalam pemberitaan media. Sehingga materi berita ditentukan oleh kelompok eksternal tersebut, dan seringkali bukan merupakan keputusan redaksi media secara otonom. Selain kelompok tersebut, faktor ekonomi juga memengaruhi isi berita. Media massa bersifat komersial, yang artinya pilihan konten media juga dipengaruhi oleh pengiklan dan audiens. Pengiklan tentu tidak ingin berita yang dapat menjatuhkan citra produk mereka, begitu pula dengan media tidak ingin kehilangan dukungan finansial dari pengiklan. Pengaruh dari Pemerintah juga signifikan dalam membentuk isi media. Semua negara tanpa terkecuali pasti memiliki kontrol atas pers yang levelnya bervariasi antar negara. Dinamika pasar dan kondisi ekonomi juga memengaruhi apa yang akan disajikan media. Misalnya media di pasar yang besar dan menguntungkan bisa berinvestasi pada liputan mendalam, sementara untuk pasar yang sepi dan kurang menguntungkan terpaksa memprioritaskan berita yang mudah diproduksi. Teknologi juga memengaruhi isi berita,

dimana berita yang tersaji pada khalayak mungkin berdasarkan pada apa yang sedang trending atau viral di internet.

2.2.5 Pengaruh pada Tingkat Ideologi (*ideological level*)

Ideologi adalah serangkaian makna, nilai, dan keyakinan yang digunakan untuk melihat dan menafsirkan dunia, baik sebagai pandangan hidup maupun cara berpikir kelas masyarakat atau kelompok sosial. Samuel Becker menyatakan bahwa ideologi mempengaruhi cara kita melihat diri kita sendiri dan lingkungan kita, serta membentuk apa yang dianggap "wajar" atau "alami" oleh masyarakat. Di sisi lain, Raymond Williams menyebut ideologi sebagai sistem pandangan formal yang mencerminkan kelas atau dunia tertentu (Shoemaker & Reese, 1996).

Media massa memiliki ideologinya sendiri dan media secara aktif juga menyebarkan, serta menanamkan ideologi yang dianutnya kepada masyarakat. Media berfungsi sebagai mekanisme simbolik untuk menyebarkan nilai dan pemahaman tertentu, memperkuat pemahaman dan definisi sosial, serta membuat berbagai strata sosial saling terintegrasi melalui pertukaran simbol dan makna. Dalam proses ini, media membantu kelompok atau kepentingan dominan menetapkan nilai yang dianggap baik dan buruk, serta memaparkan ideologi dominan, sehingga masyarakat secara alami menerimanya sebagai kebenaran. Orang-orang yang bekerja di media, praktik pengelolaan konten, dan relasi antar-komponen media semuanya berkontribusi secara ideologis. Proses produksi makna yang bersifat ideologis mencakup cara jurnalis menyusun berita, memilih narasumber, dan menonjolkan masalah tertentu. Misalnya, praktik di ruang redaksi dapat membantu menentukan masalah apa yang perlu termasuk dalam isi pemberitaan dan mana yang diabaikan. Ini memungkinkan media untuk berkontribusi pada pembentukan opini publik dan legitimasi kekuasaan simbolik (Surachman, 2021).

Kelompok sosial yang dominan atau pemilik sumber daya komunikasi biasanya menjadi sumber kekuatan yang mendikte ideologi. Monopolisasi informasi (dominasi akses), kanalisasi pesan (filter dan

seleksi topik tertentu), dan suplementasi (penguatan ideologi melalui interaksi publik) adalah langkah-langkah dalam proses ini. Gouldner menyatakan bahwa mekanisme simbolik ini memungkinkan integrasi berbagai kepentingan sosial. Ini memungkinkan strata dominan mengarahkan respons masyarakat terhadap perubahan kondisi sosial (Shoemaker & Reese, 1996). Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi, opini, dan bahkan perilaku masyarakat secara keseluruhan. Melalui penyebaran konten yang terstruktur secara ideologis, media mempersuasi masyarakat untuk menerima dan menginternalisasi nilai-nilai serta pandangan yang dikonstruksi oleh media. Situasi seperti ini dapat menimbulkan polarisasi dan memisahkan kepentingan kelompok sosial, menyebabkan hoaks, intoleransi, dan disinformasi, terutama di era digital dan media sosial yang sangat dinamis (Fauziah et al., 2025).

Kelima faktor tersebut adalah faktor yang memiliki pengaruh menentukan isi konten media menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996). Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk menganalisis cara BBC dan Al-Jazeera membingkai kasus tewasnya pengemudi ojek online pada demonstrasi Jakarta 28 Agustus 2025 dalam pemberitaan mereka. Teori hierarki pengaruh Shoemaker & Reese memberikan kerangka komprehensif untuk memahami bagaimana konten media dihasilkan melalui interaksi yang kompleks antara faktor individu, rutinitas kerja media, organisasi, ekstramedia, dan ideologi. Meskipun kedua media tersebut memiliki pengaruh besar dalam kancah internasional, mereka beroperasi dalam lingkungan yang sangat berbeda dari segi organisasi, regulasi, serta ekonomi-politik. Sementara Al-Jazeera didukung oleh pemerintah Qatar dan memiliki tujuan geopolitik yang berbeda, BBC, jaringan penyiaran milik Inggris, beroperasi di bawah regulasi Ofcom dan didukung oleh *license fee*. Diperkirakan perbedaan struktural dan ekstramedia ini akan menciptakan diferensiasi cara kedua media membingkai isu yang sama, yang diperkirakan berimplikasi memengaruhi citra Indonesia di kancah internasional.

2.3 Analisis Framing

Secara umum, framing atau pembingkaiian adalah proses memengaruhi makna suatu peristiwa melalui representasi media untuk membantu audiens memahaminya. Framing digunakan dalam penelitian ini sebagai alat untuk memahami kategorisasi dan konstruksi pengalaman sosial, memungkinkan orang untuk memahami tempat mereka sendiri di dunia dan peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Dengan memberikan label atau penekanan tertentu, framing juga membantu audiens dalam mengenali peristiwa (Eriyanto, 2005). Analisis framing memiliki fokus yang berbeda dengan analisis isi, meskipun keduanya merupakan metode yang sama-sama cocok digunakan dalam penelitian mengenai teks. Analisis framing lebih fokus pada bagaimana pesan dikonstruksi dan dibentuk dalam struktur wacana berita. Fokus dalam analisis framing meliputi cara media memilih, menempatkan, dan menyajikan informasi dalam pemberitaan. Berbeda dengan analisis isi yang cenderung bersifat kuantitatif, serta lebih berfokus pada pengelompokan pesan secara statistik.

Dalam analisis framing, bagaimana berita diproduksi sangat dipengaruhi oleh lingkungan media tempat berita dibuat, prinsip perusahaan, pendirian politik, dan kepentingan ekonomi. Seorang wartawan tidak sepenuhnya objektif dalam proses liputan berita, sebab mereka selalu membawa perspektif atau asumsi tertentu tentang realitas. Pemahaman tersebut digunakan oleh wartawan untuk mengkonstruksi realitas dalam pemberitaan, agar informasi dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa framing terdiri dari dua komponen utama: pemilihan fakta yang ingin ditampilkan dan cara fakta tersebut disajikan sehingga membentuk persepsi publik (Eriyanto, 2005).

Terdapat empat model analisis framing dalam buku “Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media” milik Eriyanto (2006). Yaitu model Murray Edelman, model Robert N. Entman, model Pan & Kosicki, dan model Gamson & Modigliani. Keempatnya memiliki perbedaan dalam fokus utama, unit analisis, dimensi, pendekatan, serta cara kerja. Lebih lengkapnya dijelaskan dalam tabel berikut

Model	Fokus Utama	Dimensi Utama	Pendekatan	Cara Kerja
Robert N. Entman	Seleksi isu dan penekanan	Seleksi fakta; Penekanan aspek tertentu; Problem definition; Causal interpretation; Moral evaluation ; Treatment recommendation	Kognitif-Ideologis	Menganalisis cara media memilih dan menekankan aspek tertentu dari isu
Murray Edelmann	Kategorisasi dan simbol	Kategorisasi masalah; Pemakaian simbol dan kata ; Ideologi dalam bahasa	Simbolis-Kategoris	Analisis bagaimana kategorisasi mempengaruhi persepsi realitas
Pan & Kosicki	Struktur tekstual berita	Sintaksis (headline, lead, kalimat); Skrip (5W+H); Tematik (tema, pengembangan cerita); Retoris (kata, gaya, grafis, foto)	Struktural-tekstual	Analisis struktur internal teks berita secara komprehensif
Gamson & Modigliani	Kemasan pesan dan narasi	Metafora; Contoh/exemplar ; Penjelasan;	Interpretivist-naratif	Analisis simbol, metafora, dan

		Deskripsi; Argumen; Simbol budaya		narasi yang dibangun media
--	--	---	--	----------------------------------

Tabel 3 Perbedaan empat model analisis framing dalam Eriyanto (2005)

Lebih lanjut, Eriyanto (2005) mengemukakan beberapa efek dari framing yang dilakukan oleh media massa, antara lain yaitu:

1. Penonjolan aspek tertentu dan pengaburan aspek lain

Berita sering diarahkan untuk menonjolkan satu aspek peristiwa sehingga aspek lain tersisih atau tidak mendapat perhatian yang cukup. Misalnya, berita politik dapat menghilangkan atau menyisihkan elemen ekonomi atau sosial dari suatu masalah.

2. Menampilkan satu sisi dan mengabaikan sisi lainnya

Framing cenderung hanya menampilkan satu sudut pandang yang dominan, sehingga perspektif alternatif jarang ditampilkan atau diabaikan sama sekali.

3. Mengarahkan perhatian pada satu aktor dan menyembunyikan aktor lainnya

Media dapat memusatkan narasi pada satu tokoh atau suatu pihak, membuat aktor lain yang ikut berperan penting menjadi tak nampak atau terpinggirkan.

4. Mobilisasi massa

Bingkai berita tertentu dapat membentuk persepsi kolektif yang mendorong pembaca untuk memiliki perspektif yang sama tentang masalah tersebut. Dalam beberapa situasi, framing dapat menghasilkan pahlawan bersama, musuh bersama, atau masalah bersama yang mendorong partisipasi publik.

5. Mengarahkan ingatan dan kesadaran publik

Media memainkan peran penting dalam membentuk ingatan dan persepsi masyarakat terhadap peristiwa sosial. Cara media menceritakan

kenyataan kepada publik secara signifikan mempengaruhi konstruksi sosial dan politik.

Framing memiliki dampak signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu isu. Menganalisis bagaimana BBC dan Al-Jazeera membingkai pemberitaan tentang tewasnya pengemudi ojek online pada demonstrasi Jakarta 28 Agustus 2025 secara berbeda adalah langkah penting untuk memahami bagaimana opini publik global terbentuk melalui perspektif media yang berbeda. Perbedaan framing kedua media diprediksi berasal dari perbedaan dalam faktor organisasional, regulasi, kepemilikan, dan ideologi yang beroperasi dalam hierarki pengaruh yang kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis framing untuk mengidentifikasi dan membandingkan bagaimana realitas sosial dikonstruksi secara berbeda oleh BBC dan Al-Jazeera.

2.4 Analisis Framing Robert Entman

Dalam kajian komunikasi massa, perspektif framing adalah konsep penting yang membantu kita memahami bagaimana media membentuk dan memaknai realitas sosial. menurut Goffman (1974), istilah "frame" atau bingkai merujuk pada struktur kognitif yang membantu orang memahami dan menafsirkan peristiwa di sekitarnya. Dalam industri media, framing memengaruhi penyusunan informasi serta cara publik melihat dan menanggapi peristiwa.

Robert N. Entman adalah salah satu tokoh yang sering dijadikan rujukan dalam penelitian tentang analisis framing. Dalam artikel jurnal berjudul "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" (1993), dia menyusun secara sistematis komponen analisis framing. Entman mengatakan framing adalah proses memilih bagian tertentu dari realitas yang dianggap penting dan menonjolkan bagian-bagian tersebut dalam teks komunikasi. Tujuan dari framing adalah untuk membuat interpretasi khusus dari realitas yang dikonstruksi dalam berita (Eriyanto, 2005). Ada dua dimensi besar dari framing yang dikemukakan oleh Entman, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas. Proses seleksi isu adalah proses memilih satu bentuk realitas dari sekian banyaknya realitas yang kompleks dan beragam. Dari proses seleksi tersebut kemudian dilakukan penonjolan dengan

berbagai strategi wacana. Seperti penempatan yang mencolok, pengulangan, pemakaian grafis pendukung, pemakaian label tertentu untuk menggambarkan orang/peristiwa, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. Strategi wacana yang digunakan dalam proses tersebut memiliki tujuan agar dimensi yang telah diseleksi menjadi bermakna dan dapat diingat oleh pembaca (Eriyanto, 2005).

Adapun kerangka konseptual dari framing yang dikemukakan oleh Entman dijabarkan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah (Define problems)

Media menentukan dan menyoroti isu sebagai masalah yang penting. Pada tahap ini, media memiliki otoritas untuk menentukan apa yang dianggap sebagai masalah publik yang memerlukan perhatian. Identifikasi masalah mencerminkan perspektif media tentang dasar masalah dalam kebijakan atau peristiwa.

2. Memperkirakan sumber masalah (Diagnose causes)

Elemen ini menunjukkan bagaimana media menjelaskan penyebab masalah tersebut. Secara praktis, media melakukan penunjukan siapa atau apa yang menyebabkan masalah muncul. Dalam interpretasi ini media menentukan bagaimana citra berbagai pihak ditampilkan dalam isi media, mulai dari pemerintah, korporasi, masyarakat, atau kelompok minoritas.

3. Membuat keputusan moral (Make moral judgement)

Pada titik ini, media memberikan penilaian moral terhadap isu dan aktor yang terlibat. Penilaian ini bersifat normatif dan memperlihatkan bagaimana media melihat peristiwa tersebut melalui perspektifnya. Apakah suatu isu/aktor yang terlibat harus didukung, dikritik, atau disesalkan. Menurut evaluasi moral, opini publik dapat memihak atau menentang kelompok tertentu.

4. Menekankan penyelesaian (Treatment recommendation)

Bagian terakhir dari kerangka konseptual Entman berisi rekomendasi solusi atas isu yang dibahas. Media dapat menawarkan intervensi, kebijakan, atau langkah-langkah yang perlu diambil oleh pihak terkait

untuk mengatasi masalah tersebut. Pada tahap ini, pembingkai (framing) berperan sebagai cara untuk melegitimasi kebijakan atau tindakan tertentu.

Entman menggarisbawahi fakta bahwa keempat elemen tersebut tidak selalu tampak jelas dalam sebuah materi media, melainkan dapat diidentifikasi melalui narasi atau penceritaan, pernyataan dari narasumber, atau perspektif yang secara konsisten dikembangkan oleh media. Metode analisis framing yang diajukan Entman menawarkan cara terstruktur dan sistematis untuk mempelajari konten media, sekaligus memfasilitasi peneliti dalam mengungkap ideologi, kepentingan tersembunyi, dan kecenderungan opini yang ditampilkan media. Dalam konteks penelitian ini, teori framing dari Entman digunakan untuk menganalisis bagaimana kanal berita asing yaitu BBC.com dan Al-Jazeera.com membingkai peristiwa tewasnya pengemudi ojek online dalam demonstrasi pada 28 Agustus 2025 di Jakarta. Penelitian ini ditujukan untuk memahami bagaimana realitas pada peristiwa demonstrasi 28 Agustus dibingkai dari kacamata media asing, siapakah pihak-pihak yang harus bertanggung jawab, perspektif atau nilai apa yang coba dibangun oleh media, serta bagaimana media menawarkan penyelesaian konflik lewat narasi pemberitaannya.

2.5 Hubungan Teori Hierarki Pengaruh Terhadap Produksi Pesan dengan Metode Analisis Framing Entman

Studi pada teori Pamela Shoemaker & Reese dalam Zaklana (2025) menyebut bahwa terdapat tiga sumber pengaruh utama dalam bingkai media. Pertama merupakan pengaruh dari individu jurnalis, di mana ideologi personal, pengalaman, serta orientasi seorang jurnalis menentukan bagaimana bingkai berita dikonstruksi. Pengaruh kedua, ialah pemilihan bingkai yang ditentukan oleh orientasi politik dari media berita yang kemudian diwujudkan dalam batasan-batasan organisasi. Pengaruh yang terakhir datang dari pengaruh politik di luar organisasi media, kelompok elit (pejabat atau tokoh-tokoh politik), tekanan ekonomi, serta nilai-nilai sosial yang lebih luas, ikut membentuk bingkai dalam pemberitaan.

Sejalan dengan teori tersebut, Entman dalam Zaklana (2025) mengemukakan empat elemen dalam proses komunikasi yang penting dalam proses analisis framing: komunikator, pesan, penerima, dan budaya (*culture*). Ke-empat elemen tersebut kemudian saling berinteraksi untuk memengaruhi bagaimana informasi dibingkai dan dimengerti. Komunikator yang merupakan seorang jurnalis memiliki peran penting dalam membentuk bingkai pemberitaan lewat pilihan diksi, kutipan, serta informasi yang banyak disorot dalam teks berita. Unsur komunikator ini sejalan dengan teori Shoemaker & Reese dalam level pengaruh individu terhadap produksi pesan berita.

Komunikator tentu bekerja melalui skema yang berisi nilai, kepercayaan, serta kecenderungan politik. Pengaruh tersebut tidak hanya datang dari individu jurnalis, akan tetapi juga berasal dari kebijakan editorial dan orientasi politik organisasi media berita. Orientasi politik ini akan mengarahkan empat fungsi utama framing metode Entman, mulai dari definisi masalah, interpretasi penyebab masalah, evaluasi moral yang sesuai dengan nilai kelompok, dan solusi yang disarankan dalam teks berita.

Selain itu, faktor-faktor dari eksternal, seperti tekanan dari kelompok elit, pengaruh politik, dan kepentingan ekonomi media, menunjukkan lebih jelas bagaimana orientasi tertentu memengaruhi persepsi wartawan. Pendekatan Entman

membantu media mengkonversi ideologi dan kepentingan politik mereka menjadi narasi yang terstruktur, melalui kata kunci, gambar, dan simbol dalam teks berita. Pada akhirnya, hal tersebut bertujuan untuk memengaruhi pemahaman dan persepsi audiens tentang suatu masalah.



2.6 Penelitian Terdahulu

No	Identitas Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zawawi, M., Jambak, M. R., Hasanah, U., Basid, A., & Anas, K. (2024). Framing of Hamas Attacks on Israel in Al-Jazeera and BBC Coverage. <i>Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing Dan Sastra</i> , 8(1). https://ojs.unm.ac.id/eralingua	Penelitian ini menemukan bahwa BBC menggambarkan serangan Hamas sebagai terorisme tiba-tiba, mengabaikan catatan kriminal Israel sebelumnya, fokus pada kejahatan Hamas untuk mendukung narasi teroris. Sedangkan, Al-Jazeera menggambarkan serangan Hamas sebagai tindakan defensif dengan menekankan penyebab historis dan membuat penilaian moral dengan	Menggunakan model analisis framing Robert Entman, yaitu dengan mengidentifikasi perbedaan perspektif dan ideologi antara dua media internasional. Implikasi penelitian merupakan dampak framing pada citra suatu negara di kancah internasional	Fokus penelitian pada konflik geopolitik internasional skala makro (serangan Hamas-Israel) bukan peristiwa domestik di satu negara. Penelitian dilakukan hanya pada satu judul berita per media.

		membandingkan kerusakan. Artinya adalah Perbedaan framing kedua media ini menunjukkan bahwa media internasional tidak selalu objektif dan dapat dipengaruhi oleh kepentingan ideologis,		
2.	<p>Anggelina, F., Ernanda, & Triandana, A. (2023). Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada Pemberitaan Konflik Indonesia-West Papua di Portal Detik.com dan Asia Pacific Report.nz. Kalistra: Kajian Linguistik dan Sastra, 2(2), 122–140. https://online-journal.unja.ac.id/kal</p>	<p>Dua media secara Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris berbeda; Dapat disimpulkan bahwa Detik.com lebih tersirat memihak Indonesia, sementara Asia Pacific Report lebih memihak West Papua. Selanjutnya, terungkap bahwa kedua media tidak memenuhi syarat kelengkapan berita.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif • Objek penelitian sama-sama merupakan media online 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian Anggelina, et al. menggunakan model analisis framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki, yang cenderung membedah berita secara struktur teks.

		<p>Selanjutnya, terungkap bahwa kedua media dapat memberikan deskripsi yang memadai tentang berita mereka. Terakhir, Asia Pacific Report.nz lebih tajam dalam penggunaan kata dan gambar dibandingkan Detik.com.</p>		<p>Sedangkan peneliti menggunakan model Analisis Framing milik Robert N. Entman yang lebih fokus pada bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan.</p> <ul style="list-style-type: none">• Penelitian Angelina membandingkan antara media lokal (detik.com) dengan media asing/ internasional
--	--	--	--	---

				(Asia Pacific Report.nz), sedangkan penelitian ini sama-sama membandingkan dua media internasional
3	Rambadani, A. J., Rotua, G., Manullang, M., Puspitasari, R., Ummah, A., & Jumaynah, F. (2025). Framing Analysis of Kompas.com's Coverage of Mobilization in the Social Movement Action of. ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities, 5(6). https://doi.org/10.35877/soshum4501	Penelitian menemukan bahwa media Kompas.com menerapkan legitimasi dengan level yang berbeda-beda terhadap beberapa pihak yang terlibat dalam demonstrasi, seperti pemerintah dan aparat kepolisian hingga perwakilan dari demonstran. Kompas.com membingkai aksi	Topik penelitian sama-sama mengenai demonstrasi besar di Indonesia yang dimulai pada 28 Agustus 2025.	Penelitian Rambadani menggunakan teori framing yang dikemukakan oleh Robert D. Benford dan David A.Snow dengan elemen framing yaitu diagnostic framing, prognostic framing, dan motivational framing. Penelitian Rambadani menggunakan satu

		protes yang dilakukan buruh/pekerja sebagai respon yang legit atas isu struktural, sementara protes yang dilakukan oleh pelajar/mahasiswa dibingkai sebagai disruptsi yang harus diatasi.	media lokal, yakni Kompas.com
--	--	---	-------------------------------

Tabel 4 Tabel penelitian terdahulu

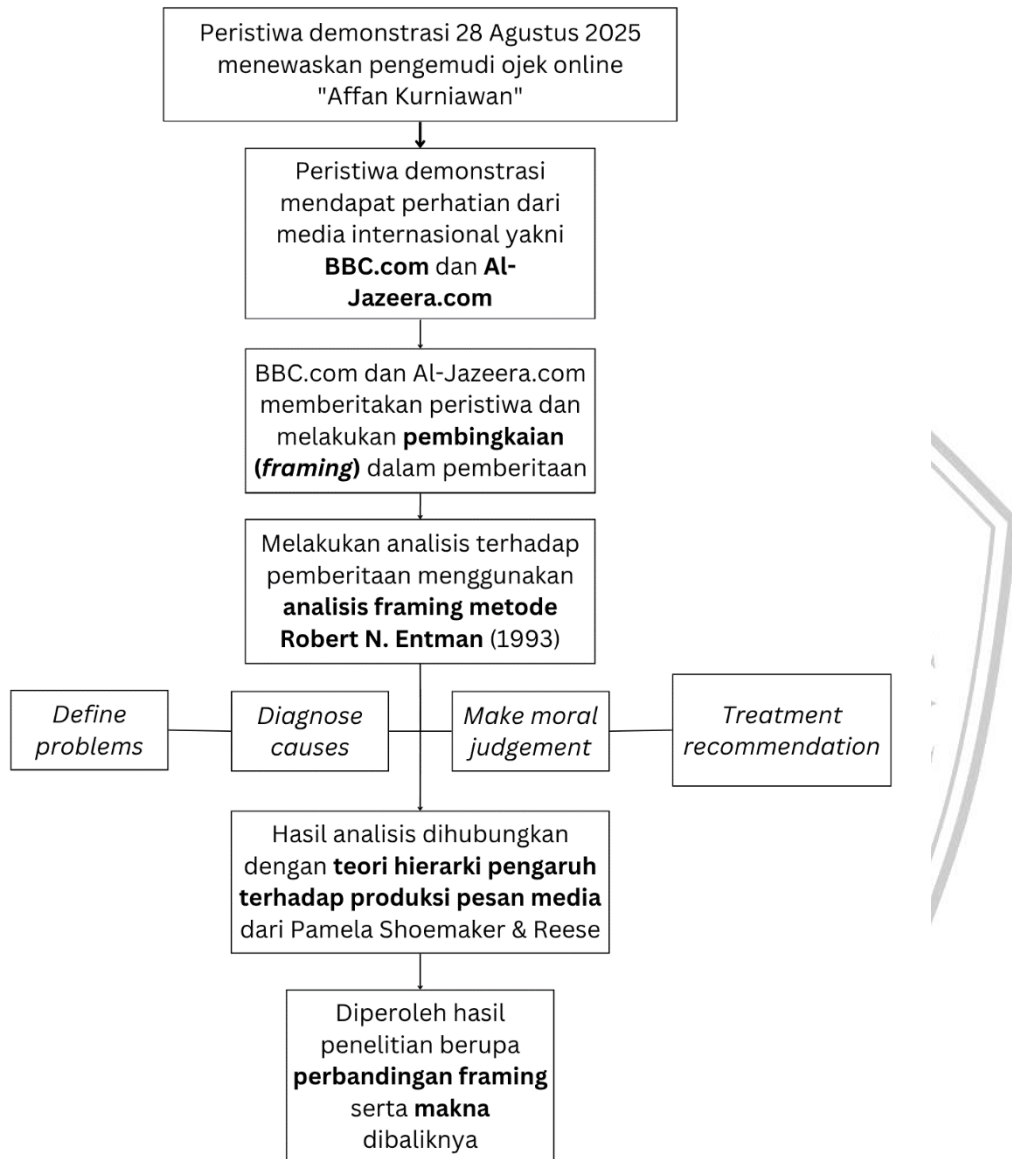
2.7 Gap Penelitian

Dari beberapa penelitian terdahulu, ditemukan beberapa celah penelitian yang mendasari penelitian ini perlu dilakukan. Terdapat gap pada segi fokus isu dan peristiwa. Penelitian Zawawi et al. (2024) menganalisis bagaimana media asing (BBC dan Al-Jazeera) membingkai konflik geopolitik yakni Serangan Hamas ke Israel pada Oktober 2023. Penelitian Anggelina et al. (2023) juga mengkaji bingkai pemberitaan dalam konteks konflik separatisme di Papua Barat pada periode Desember 2021, dengan membandingkan media lokal yakni Detik.com dengan media asing AsiaPacificReport.nz. Sementara itu penelitian Rambadani et al. (2025) juga sama-sama menganalisis peristiwa demonstrasi 28 Agustus 2025, tetapi melalui kacamata media lokal yakni Kompas.com serta pusat narasi pada mobilisasi massa pada saat demonstrasi. Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian ini mengisi celah pada fokus analisis terhadap bagaimana media internasional/media asing seperti BBC.com dan Al-Jazeera.com, membingkai konflik dalam demonstrasi politik di Indonesia.

Perbandingan dua media internasional tersebut dirasa layak untuk diteliti, mengingat BBC.com dan Al-Jazeera.com memiliki latar belakang geografis, ideologis, dan kepentingan editorial yang berbeda. BBC.com sebagai media barat (meskipun berbasis di Inggris) dikenal memiliki ciri menghindari imparsialitas dan menggunakan sumber-sumber resmi dalam pemberitaan. Sedangkan Al-Jazeera.com yang merupakan media timur tengah, dikenal memiliki sensor otoritas yang lebih sedikit dalam pemberitaan. Dengan membandingkan kedua media tersebut dengan konteks konflik di Indonesia, penelitian ini dapat mengungkap bagaimana isu politik lokal seperti demonstrasi 28 Agustus 2025 dibingkai oleh media internasional.



2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2 Kerangka berpikir penelitian