

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan.

Unsur sumber dalam komunikasi massa berbentuk organisasi yang dikelola secara profesional sebagaimana perusahaan-perusahaan lainnya yang mengedepankan profit. Menurut Gamble (1986) sumber dalam proses komunikasi merujuk pada orang atau pihak yang membagikan informasi atau gagasan-gagasan atau sikapnya terhadap orang lain. Salah satu unsur penting yang menentukan agar komunikasi berlangsung efektif adalah komunikator, termasuk dalam sistem komunikasi massa. Komunikasi massa akan efektif jika pesan-pesannya sampai ke khalayak dan menciptakan perubahan-perubahan tertentu sesuai dengan yang dimaksudkan sumbernya.

Khalayak komunikasi massa adalah sasaran penyebaran pesan-pesan media massa. Khalayak media massa terdiri atas berbagai ragam individu dan kelompok yang berbeda-beda dan tersebar luas. Khalayak media massa sangat besar dan beragam kondisi dan kepentingan. Media massa biasanya menargetkan khalayak bagi produk yang dihasilkannya (pesan) dengan segmentasi khalayak tertentu. Khalayak media massa dapat mengkonsumsi pesan-pesan media secara serempak dan terbuka.

Pesan dalam tindakan komunikasi merupakan tanda-tanda yang mengandung makna. Dalam tanda-tanda tersebut terbungkus ide, gagasan, perasaan, atau maksud-maksud tertentu dari partisipan komunikasinya. Pesan dalam bentuk tanda-tanda tersebut dikategorikan dalam indeks, ikon, dan simbol. Bahasa merupakan salah satu jenis tanda yang termasuk dalam golongan simbol. Bahasa sebagai lambang pesan paling banyak digunakan dalam komunikasi antar manusia (Halik, 2013). Bahasa sebagai lambang verbal dapat berupa tulisan atau ungkapan (ucapan). Dalam sistem komunikasi massa, bahasa juga menjadi lambang utama dalam mengemas pesan-pesan yang disebarkan kepada khalayak. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Setiap orang memiliki kesempatan dan akses untuk mengonsumsi pesan-pesan media massa. Tidak ada pembatasan atau pengaturan tertentu yang secara ketat untuk mengikuti pesan-pesan komunikasi massa di media massa.

Halik (2013) menjelaskan bahwa pesan-pesan komunikasi massa diproduksi dalam suatu mekanisme yang rumit dan mengandalkan kecepatan. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga nilai aktualitas pesan tersebut bagi khalayak.

Karena sifat kecepatan pesan media massa, sering menimbulkan kesalahan-kesalahan dalam redaksi dan substansi pesan yang disampaikan.

Menurut Bittner (1980), komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi di mana pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media massa adalah sarana utama dalam komunikasi massa untuk menyebarkan pesan-pesan kepada khalayak. Media massa dapat berupa media massa cetak seperti surat kabar, majalah, dan buku; media elektronik seperti radio dan televisi serta media digital (internet). Karakteristik utama komunikasi massa lainnya adalah jumlah khalayaknya yang sangat besar.

DeFleur dan Dennis (1985) mengartikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikatornya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus diciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara. Sementara Ruben (1992), mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana informasi diciptakan dan disebar oleh organisasi untuk dikonsumsi khalayak.

Dari sejumlah pengertian di atas, komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa. Media massa merupakan penciri utama yang membedakan antara komunikasi massa dan sistem komunikasi lainnya. Di samping itu, pihak penerima pesan dalam komunikasi massa (khalayak) merujuk pada sejumlah besar orang yang tidak harus berada dalam lokasi atau tempat yang sama. Namun, ikatan yang menyatukan mereka adalah karena sama-sama menikmati pesan yang sama dari media massa dalam waktu yang relatif bersamaan. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada

sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Dengan demikian, komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni :

1. Pengertian secara luas.

Komunikasi yang pesan-pesannya bersifat umum dan terbuka. Tekanannya pada informasi atau pesan-pesan sebagai gejala sosial. Fokusnya pada orang-orang yang melakukan pembagian informasi.

2. Pengertian secara khusus (teknis).

Komunikasi yang pesan-pesannya disampaikan melalui media massa. tekanannya pada media massa sebagai gejala teknik. Fokus kajiannya pada media yang menyebarkan informasi.

2.2 Media Online

Kata *online* terdiri dari dua suku kata, yaitu *on* dan *line*. Menurut Echols dan Shadily (2003) kata *on* mengandung arti sedang berlangsung. sedangkan *line* berarti garis, barisan, macam, tali, saluran, *line*, jalan, batas, garis, jurusan, perbentengan, deretan, dan tema. *Online* sendiri merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses di manapun saja dan kapan saja selama ada jaringan internet. Media *online* bisa menampung berita teks, *image*, audio, dan video. Berbeda dengan media cetak yang hanya menampilkan teks dan *image* (gambar).

Menurut Yunus (2004) mengatakan bahwa, media *online* yaitu media internet seperti *website*, blog, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. Media *online* merupakan pemain baru dalam kancah pers Indonesia, menurut beberapa sumber media *online* di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994.” Sedangkan menurut Mc Luhan mengatakan: “Media *online*

adalah gagasan baru dalam bermedia, namun media *online* masih mengikut pada media lama dan bahkan sering memanfaatkan media lama sebagai tolak ukur dalam segi isi yang diterapkan di internet. Beberapa penelitian telah mendokumentasikan kecenderungan koran-koran *online* untuk mengemas kembali materi-materi dari koran-koran cetak.”

2.3 Analisis Framing

Framing adalah metode untuk melihat cara cerita media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “ cara melihat “ terhadap realitas yang dijadikan berita. Cara melihat ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto,2017). Berikut adalah beberapa model analisis *framing* menurut para ahli :

2.3.1 Framing Model Murray Edelman

Framing menurut Edelman (2018), apa yang diketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung bagaimana membingkai dan mengkonstruksi realitas, realitas yang sama bisa jadi akan menghasilkan realitas yang berbeda ketika realitas tersebut dibingkai atau dikonstruksi dengan cara yang berbeda. Edelman (2018) mensejajarkan *framing* sebagai “kategorisasi” yaitu pemakaian perspektif tertentu dengan pemakaian kata-kata yang tertentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipahami.

Kategori merupakan abstraksi dan fungsi dari pikiran sehingga manusia dapat memahami realitas yang dapat mempengaruhi pikiran dan kesadaran publik, sama seperti propaganda.

Salah satu gagasan utama Murray Edelman adalah dapat mengarahkan pandangan khalayak akan suatu isu dan membentuk pengertian mereka akan suatu isu. Dalam praktik pemberitaan media misalnya, kategorisasi atas suatu peristiwa umumnya ditindaklanjuti dengan mengarahkan pada kategori yang dimaksud. Kategorisasi ini memiliki aspek penting yaitu rubrikasi. Rubrikasi digunakan untuk membantu pembaca agar lebih mudah memahami suatu peristiwa yang sudah dikonstruksikan. Lebih lanjut Edelman menjelaskan “Rubrikasi ini menentukan bagaimana peristiwa dan fenomena harus dijelaskan”. Klasifikasi yang dilakukan akan mempengaruhi emosi khalayak ketika memandang atau melihat suatu peristiwa.

2.3.2 Framing Model Robert N. Entman

Konsep *framing*, oleh Entman (2007), digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain. Berdasarkan pernyataan tersebut, *framing* bagi Entman digunakan untuk menonjolkan suatu aspek yang ingin ditonjolkan dengan menempatkan isu-isu tertentu yang penting untuk diketahui pembaca. Menurut Entman “*Framing* memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagaimana yang ditonjolkan/ dianggap penting oleh pembuat teks. Maksudnya

adalah suatu teks akan menjadi lebih bermakna ketika sudah dikonstruksi dengan menggunakan penonjolan tertentu pada sebuah realitas.

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dengan menyeleksi isu, wartawan dapat mbingkai peristiwa dengan memasukkan atau mengeluarkan isu tergantung sudut pandang yang ingin mereka sampaikan. Dengan melakukan penonjolan tertentu, mereka dapat menekankan dan membuat sebuah peristiwa menjadi penting dan menarik untuk diketahui khalayak (Entman,2007).

Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Wartawan memutuskan apa yang akan ia beritakan, apa yang diliput dan apa yang harus dibuang, apa yang ditonjolkan dan apa yang harus disembunyikan kepada khalayak. Maksudnya adalah *framing* dilakukan untuk mendefinisikan masalah sesuai dengan pandangan wartawan. Wartawan juga dapat memilih berita apa yang ingin ia sampaikan kepada khalayak. Maksudnya ialah wartawan dapat melakukan penonjolan tertentu pada sebuah peristiwa sesuai sudut pandang yang ingin ia sampaikan. *Define problems*(pendefinisian masalah), Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa? *Diagnose causes* (memperkirakan masalah atau sumber masalah) Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?(Entman,2007).

Konsepsi mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. Define problems (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan master *frame*/ bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Diagnose causes (memperkirakan masalah atau sumber masalah), merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa (Entman, 2007).

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. *Framing* dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita.

Tabel 2.1 Dua Unsur *Framing* Media Versi Entman

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (included), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (excluded). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu dari suatu isu.
Penonjolan aspek tertentu dari suatu isu	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Sumber : (Eriyanto, 2017)

Penonjolan seperti yang disinggung di atas, merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok tentu mempunyai peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. Karena itu dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tertentu dan menggunakan berbagai strategi wacana serta penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline*, di halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan. Kata penonjolan (*salience*) didefinisikan sebagai membuat sebuah informasi lebih diperhatikan, bermakna, dan berkesan (Sobur, 2009).

Framing pada akhirnya menentukan bagaimana realitas hadir di hadapan khalayak. Seperti yang dikatakan Edelman, apa yang kita tahu tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa itu yang memberikan pemahaman tertentu atas suatu peristiwa. Konsep *framing*, dalam pandangan Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication* teks. *Framing* pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Untuk mengetahui bagaimana pbingkaian yang dilakukan media, terdapat sebuah perangkat *framing* yang dikemukakan Entman yang dapat menggambarkan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh

wartawan. Entman membagi perangkat *framing* ke dalam empat elemen sebagai berikut :

a. *Define problems* (Pendefinisian Masalah)

Elemen pertama ini merupakan bingkai utama/Master frame yang menekankan bagaimana peristiwa dimaknai secara berbeda oleh wartawan, maka realitas yang terbentuk akan berbeda.

b. *Diagnose causes* (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Elemen kedua ini merupakan elemen framing yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai actor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (what) tetapi bisa juga berarti siapa (who). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Oleh sebab itu, masalah yang dipahami secara berbeda, maka penyebab masalahnya akan dipahami secara berbeda pula. Dengan kata lain, pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban dalam kasus tersebut.

c. *Make moral judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Elemen framing yang dipakai untuk membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

d. *Treatment recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Elemen keempat ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2017).

Peneliti menggunakan pendekatan entmanti ini dalam menganalisis teks berita dari Detik dan IDN Times karena dianggap mampu memetakan permasalahan secara akurat, tepat dan mudah dipahami.

2.3.3 *Framing* Gamson dan Modiglian

Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum di sisi yang lain. Dalam pandangan Gamson, wacana media adalah elemen yang penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atau suatu isu atau suatu peristiwa. Dapat dipahami, menurut Gamson fungsi *framing* adalah untuk menghubungkan wacana yang ada di media dengan pendapat umum yang sedang berkembang mengenai suatu peristiwa yang terjadi. “Gamson melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk”. Jadi, semua berita yang diberitakan media adalah hasil konstruksi berdasarkan cara pandang dan ideologi media (Eriyanto,2017).

Analisis *Framing* dikembangkan Gamson dan Modigliani memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi (*interpretatif package*) saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu.

1. *Core Frame* (gagasan sentral)

Berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan makna isu yang dibangun condensing symbol (simbol yang “dimampatkan”

2. *Condensing Symbol*

Pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik (*framing devices* dan *reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat

transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain. Struktur *framing devices* yang mencakup metaphors, exemplars, catchphrases, depictions, dan visual images menekankan aspek bagaimana “melihat” suatu isu.

3. Metaphors

Cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana. Metafora berperan ganda. Pertama, sebagai perangkat diskursif, dan ekspresi piranti mental. kedua, berasosiasi dengan asumsi atau penilaian, serta memaksa teks membuat *sense* tertentu.

4. Exemplars

Mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

5. Catchphrases

Bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat tertentu. Dalam teks berita, catchphrases mewujud dalam bentuk jargon, slogan, atau semboyan.

6. Depictions

Penggambaran fakta dengan memakai istilah, kata, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. Depictions dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.

7. *Visual Images*

Pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta pemakaian warna. Visual images bersifat sangat natural, sangat mewakili realitas yang membuat erat muatan ideologi pesan dengan khalayak. Struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara “melihat” isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeals to principle* (klaim moral).

8. *Roots* (analisis kausal)

Pembenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain. Tujuannya, membenarkan penyimpulan fakta berdasar hubungan sebab-akibat yang digambarkan atau dibeberkan.

9. *Appeal to Principle*

Pemikiran, prinsip, klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran, dan sejenisnya. Appeal to principle yang apriori, dogmatis, simplistik, dan monokausal (nonlogis) bertujuan membuat khalayak tak berdaya menyanggah argumentasi. Fokusnya, memanipulasi emosi agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, cara tertentu, serta membuatnya tertutup/keras dari bentuk penalaran lain (Eriyanto, 2017).

2.3.4 Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Eriyanto (2017) mengatakan model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. *Framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak

lebih tertuju pada pesan tersebut. Penonjolan dilakukakan agar suatu pesan lebih bermakna dan mudah dipahami oleh khalayak.

Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologis. *Framing* dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Kedua, konsepsi sosiologis, pandangan sosiologis lebih melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Eriyanto,2017).

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi untuk membuat sebuah berita penting untuk diketahui khalayak. Dengan menggunakan *frame* tertentu sebuah penonjolan akan lebih mudah dipahami khalayak. “*Frame* ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan”. Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dibagi ke dalam empat struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Eriyanto,2017).

1. **Sintaksis.** Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita headline, lead, latar informasi, sumber, penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan.
2. **Skrip.** Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita. Bagaimana suatu berita dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu.

3. **Tematik.** Tema yang dihadirkan atau dinyatakan secara tidak langsung atau kutipan sumber dihadirkan untuk menyebut struktur tematik dari berita. Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.
4. **Retoris.** Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih wartawan untuk menekankan arti yang diinginkan wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran.

2.4 Teori Hirarki

Teori hirarki tentang pengaruh konten media dikenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori ini menjelaskan efek pada konten dari liputan media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi pengaruh konten media menjadi beberapa tingkatan. Tingkatan pengaruh tersebut adalah pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh rutinitas media (*media routinity level*), pengaruh organisasi media (*organizational level*), pengaruh dari luar media (*extramedia level*), dan terakhir pengaruh ideologi (*ideologi level*) (Shoemaker, 1996).

Premis dari teori hirarki level ini adalah pesan atau berita yang disampaikan kepada khalayak adalah berita yang telah tempeli oleh kebijakan internal maupun eksternal organisasi media tersebut. Kebijakan pengaruh internal pada media

berhubungan dengan kepemilikan, ideologi organisasi, struktur organisasi media dan rutinitas media. Sisanya pada faktor eksternal media ada faktor membayar lisensi, pengiklan, pemerintah, audiens, dan faktor eksternal lain. Seperti pendapat Reese, isi berita yang telah dirilis oleh media adalah berita yang memiliki tekanan dari dalam maupun dalam organisasi media. Atau bisa dikatakan isi berita yang diterima khalayak adalah kolaborasi dari keputusan editorial dan managerial, pengaruh non-media seperti individu dengan kepentingan politik, pemerintahan atau pengiklan dan lain sebagainya. Dengan teori ini kita akan melihat level mana yang paling kuat untuk menjalankan media yang sedang kita teliti (Shoemaker, 1996).

Pada dasarnya, apa yang disajikan oleh media adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Lima level dalam media yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan, yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese (1996) yaitu:

1. Level Individu / Pekerja Media

Pada level pekerja media ini faktor yang memberikan pengaruh paling besar adalah profesionalitas pimpinan media. Level ini melihat bagaimana para pekerja dalam media tersebut, mulai dari pemilik, pemodal, wartawan hingga penyunting berita mencampurkan ideologi yang mereka miliki dengan kepentingan media. Latar belakang ideologi individu sedikit banyak akan mempengaruhi apa saja yang akan mereka tampilkan pada media massa. Adanya kecenderungan orientasi kepada suatu realitas pasti akan memberikan pengemasan berita yang berbeda.

2. *Media Routines Level*

Yang dimaksud *media routines* (rutinitas media) adalah kebiasaan media dalam atau mengemas berita. Media rutin dibentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan, yaitu sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*), dan khalayak (*consumers*). Sumber berita atau *suppliers* adalah sumber berita yang didapatkan media untuk pemberitaan. Organisasi Media bisa disebut sebagai redaksi yang menegemas pemberitaan dan selanjutnya dikirim khalayak. Terakhir, khalayak adalah konsumen berita yaitu pendengar, pembaca atau penonton.

3. *Organizational Level*

Level ketiga dalam teori hirarki pengaruh media adalah level organisasi media. Level ini berkaitan dengan struktur manajemen organisasi, kebijakan dan tujuan media. Level ini dianggap Shoemaker-Reese lebih berpengaruh pada isi media ketimbang dua level sebelumnya, yaitu level individu dan rutinitas media. Mengapa? Karena, kebijakan dipegang pemilik media melalui editor. Jadi penentu kebijakan dalam menentukan pemberitaan tetap dipegang pemilik media.

4. *Extramedia Level*

Level keempat adalah level pengaruh dari luar organisasi media atau extramedia level. Pengaruh-pengaruh itu berasal dari sumber berita, public relation, pengiklan dan penonton, pemerintah, pangsa pasar dan teknologi. Sumber berita memiliki efek sangat besar pada konten media, karena jurnalis tidak bisa menyertakan pada beritanya apa yang mereka tidak tahu. Contoh, peristiwa kecelakaan pesawat. Untuk mendapat berita, jurnalis mendapatkan informasi dari jurnalis lainnya, dari orang yang berada di tempat kejadian, dari sumber resmi pemerintah dan polisi, dari petugas bandara, dari lembaga konsumen, atau dari

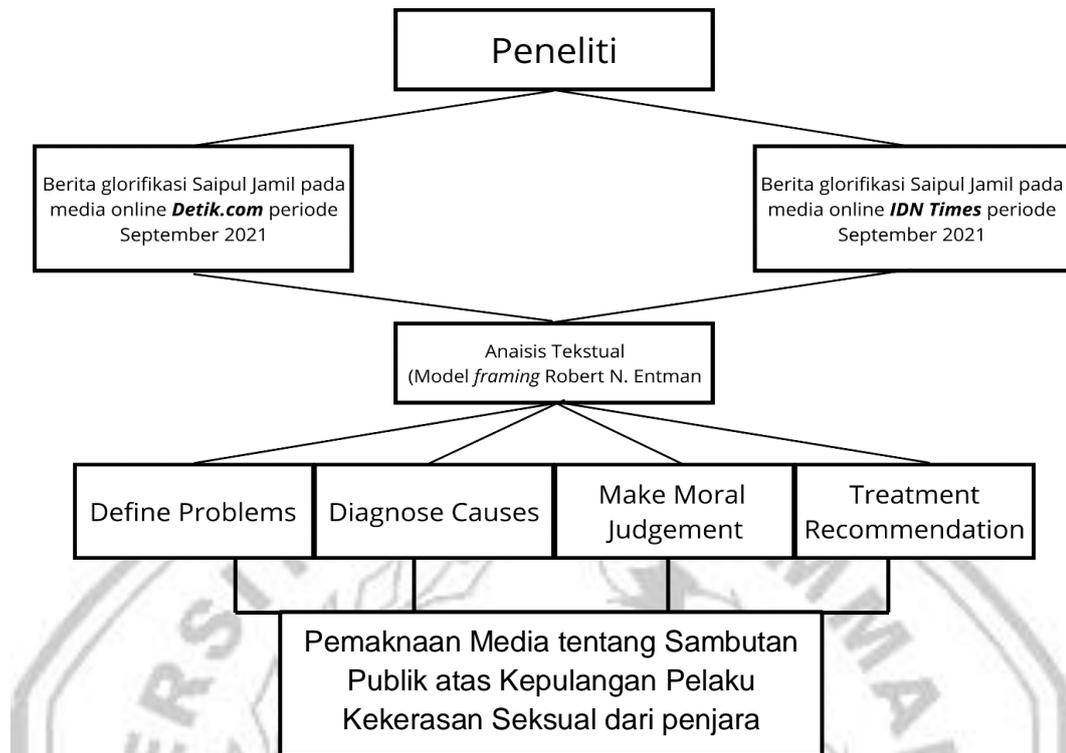
individu memiliki sudut pandang unik dan berbeda tentang apa yang terjadi. Contoh tersebut menjelaskan bahwa isi media dapat dibentuk sumber berita. Bahkan kadang sumber berita juga bisa menghasilkan bias karena mereka juga bisa berbohong. Sedangkan pengiklan dan pembaca sangat berpengaruh karena keduanya adalah penentu kelangsungan media, yang membiayai jalannya produksi dan sumber keuntungan media.

5. Ideological Level

Level yang terakhir dalam teori hirarki pengaruh Shoemaker-Reese ini adalah ideologi. Ideologi dipandang sebagai kerangka berpikir tertentu yang dipakai individu untuk melihat realitas dan bagaimana menghadapinya. Berbeda dengan level sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Level ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsir realitas dalam media. Untuk mendefinisikan ideologi, Shoemaker-Reese mengutip pandangan teori kritis yang menyebut ideologi sebagai sekumpulan ide-ide yang menyusun sebuah representasi dari sistem atau sebuah makna dari kode yang memerintahkan bagaimana individu dan kelompok melihat dunia.

2.5 Kerangka Berpikir

Adapun berpikir dalam penelitian ini dijabarkan pada gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Data Primer Peneliti

Pertama, peneliti menentukan berita mana yang termasuk dalam definisi isu glorifikasi Saipul Jamil. Kemudian, berita yang telah dikurasi tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis *framing* Robert N. Entman. Selanjutnya peneliti membandingkan framing isu glorifikasi Saipul Jamil di media online Detik.com dan IDN Times. Terdapat tiga cara untuk melakukan analisis data pada penelitian kualitatif, yakni : penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini hasil temuan penelitian yang telah diobservasi akan direduksi dan ditarik kesimpulannya menggunakan teori hirarki media.