

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Online

Media online atau yang biasa disebut new media merupakan sarana penyebaran informasi yang sangat umum untuk digunakan saat ini. Media ini bisa dikatakan sangat efisien untuk menyebarkan informasi dikarenakan mudah dan dapat diakses dimana saja. Informasi yang disebarkan melalui media online merupakan hasil konstruksi realitas jurnalis yang berupa cetak, suara, dan visual. Penyebaran berita dalam media online sudah sangat marak sekali digunakan sejak dua dekade terakhir, meskipun di Indonesia pada awal era 2000-an masih banyak yang menggunakan media konvensional seperti surat kabar untuk mengakses informasi. Pada era itu internet hanya dapat diakses oleh beberapa kalangan saja lalu mendekati akhir dekade pertama era 2000an salah satu media sosial yang didirikan oleh Jonathan Abrams pada 2001 yang bernama Friendster *booming* dan banyak digunakan oleh kawula muda di Indonesia, era inilah yang menjadi titik awal dari banyaknya penggunaan internet secara umum meskipun sebelumnya sudah banyak media online milik media konvensional misalnya, kompas.com dan tempointeraktif.com (tempo.com) tetapi media online mereka bisa bertahan dikarenakan sokongan dari media konvensional atau cetak mereka (Heru, 2012) akhirnya mereka bisa bertahan hingga sekarang.

Pada dasarnya media online merupakan informasi dan data yang terkumpul dan dapat diakses melalui sistem yang dibuat oleh manusia yang bernama web. Pengembangan web di inisiasi untuk menjadi inovasi yang memiliki dua arah, yakni dapat menyampaikan teks cerdas dan menjadi sarana untuk saling bertukar informasi. Media online sebagai sarana media dengan inovasi berbasis komputer adalah hal baru dalam dunia pemberitaan atau penyebaran informasi. Media online memiliki 3 manfaat, yaitu kecepatan, kedalaman informasi, dan kecerdasan khalayak. Sebuah peristiwa atau realitas dapat dijabarkan dengan mudah dengan menggunakan teknologi web. Khalayak dapat dengan mudah mengetahui apa yang terjadi diluar jangkauan mereka. Dalam penulisan berita, media tidak memiliki batasan halaman atau bisa dikatakan *Infinity*, hal ini bisa dibilang unik jika dibandingkan dengan media konvensional seperti koran atau majalah. Dalam media berbasis web, pengkolom dapat menyusun berita analitis serta *top to bottom* agar dapat diselidiki dan diperiksa oleh khalayak (Allan, 2006).

(Mubaraq, 2020) dalam bukunya menjelaskan bahwa media memiliki banyak sekali keunggulan dan karakteristik dibandingkan dengan media lain, diantaranya sebagai berikut:

1. *Immediacy*

Kecepatan penyebaran informasi menjadi keunggulan utama dari media online, informasi yang didapatkan dapat lebih mudah dan lebih cepat serta sesuai dengan peristiwa yang terjadi. Meskipun informasi yang didapatkan semakin mudah dengan bantuan media elektronik, tetapi disisi lain media konvensional tidak dapat menyamai *level* kecepatan ini.

2. *Up to Date*

Pembaruan yang terus menerus dan tanpa batas menjadikan media online dipilih dari sekian media informasi, dikarenakan informasi yang dapat diperbarui secara menyeluruh dan detail. Pembaruan-nya pun tidak dibatasi oleh waktu dan dapat terus berjalan seiring bertambahnya informasi yang didapat.

3. *Interactivity*

Salah satu keunggulan yang sangat signifikan terlihat pada adanya hubungan timbal balik antara khalayak dan media elektronik. Contohnya media online yang sangat interaktif adalah forum, seperti *Kaskus* dan *Reddit*, media online ini menyediakan ruang atau portal diskusi sehingga khalayak atau audiens bisa saling berbalas pesan tentang topik tertentu yang sedang dibahas tetapi tidak di satu tempat. Platform berita dan media online juga biasanya menyediakan kolom *feedback* atau umpan balik sehingga bisa digunakan untuk memberikan komentar dan bahkan keluhan mereka mengenai berita yang sedang dimuat.

4. *Audience Control*

Khalayak dapat memilih informasi yang ingin mereka konsumsi, yang artinya kebebasan dalam menegakkan hak untuk mendapatkan informasi secara mudah. Khalayak dapat memilih informasi entah itu berupa hiburan, politik, bahkan hingga berita mengenai ekonomi dunia.

2.2 Peran Media dalam Pembentukan Realitas Sosial

Proses konstruksi realitas merupakan sebuah cara untuk menceritakan atau menggambarkan sebuah peristiwa, kondisi atau benda tidak terkecuali dengan hal-hal seperti politik dan sebagainya. Isi dari media merupakan hasil usaha dari pekerja media yang merekonstruksi atau menggabungkan realitas yang terjadi di lapangan dan sudah dipilah atau dikurasi (Suryadi, Israwati, 2011). Setiap media atau portal berita baik itu offline maupun online memiliki gaya atau cara mereka dalam merekonstruksi berita atau peristiwa yang terjadi di lapangan, tujuannya agar berita yang disampaikan dapat diterima atau dicerna oleh target audiens mereka. Contohnya seperti, penggunaan kata atau kalimat dengan makna berat yang ditujukan agar memuaskan hasrat membaca golongan kelas atas, dan kata dan kalimat ringan yang biasanya ditujukan untuk golongan kelas bawah agar lebih muda mendapatkan informasi.

Pada dasarnya proses penyajian sebuah isi media merupakan dengan menyusun fakta dan menceritakan kembali peristiwa-peristiwa di lapangan, maka dari itu isi media merupakan susunan realitas yang sudah dikonstruksikan. Proses produksi sebuah berita di media adalah sebuah proses penyusunan realita keadaan sampai pada akhirnya membentuk sebuah cerita atau wacana yang memiliki makna. Maka dari itu, dapat dikatakan jurnalis memiliki peran dalam mengkonstruksikan realitas, oleh karena itu pula mereka dapat dikatakan sebagai *Constructor of Reality*. Di era sekarang ini yang dimana semua orang sudah tidak dapat menghindar dari paparan media, disitulah

peran jurnalis sangat penting yang dimana dalam menentukan realita mana yang akan jadi gambaran peristiwa yang akan di suguhkan ke audiens. Sesungguhnya mereka memiliki kuasa dengan realitas yang akan disuguhkan, entah mereka ingin membuatnya secara berlebihan atau dikurang-kurangkan, secara metaforik. Dennis McQuaill menunjukkan adanya 6 kemungkinan yang bisa dilakukan media realitas atau mediasi dari media massa (McQuaill, 1994: 65-66) :

1. Berperan sebagai jendela (*window*), fungsi ini sudah pasti sama dengan konsep yang sering kita dengar yaitu sebagai cakrawala kita kepada informasi yang ada di luar diri kita tanpa adanya campur tangan pihak manapun. Harapannya adalah media dapat menyampaikan peristiwa atau realita secara apa adanya kepada audiens tanpa adanya distorsi atau intervensi dari pihak manapun, dan media pada hakikatnya harus bersifat objektif dan jujur terhadap realita yang mereka dapatkan. Tetapi semuanya dapat menjadi subjektif tergantung pemilihan berita, framing, dan dalam pengambilan keputusan dalam *editorial* sang jurnalis.
2. Sebagai cermin (*mirror*), peristiwa disekitar kita harus dicerminkan oleh media massa. Berita atau informasi harapannya dapat dirasa sebagai pantulan langsung dari realitas yang terjadi. Dalam hal ini, realitas yang disuguhkan dapat diibaratkan sebanding atau sama dengan fakta dilapangan.
3. Sebagai *Filter* atau penyaring. Dalam sebuah masalah, media diharapkan dapat menyaring realitas apa yang akan menjadi pusat perhatian publik atau audiens dalam masalah atau aspek tertentu
4. Sebagai penunjuk arah, pembimbing, atau penerjemah, tugasnya adalah sebagai pemberi informasi kepada khalayak sehingga mereka paham betul tentang apa informasi yang disajikan.
5. Sebagai forum atau kesepakatan bersama (*a Forum or Platform*) yang menjadi media atau sarana diskusi dan bertukar pendapat (*Feedback*). Fakta yang diangkat merupakan bahan perdebatan agar bisa menjadi realitas yang intersubjektif.
6. Sebagai tabir atau penghalang (*a screen or barrier*) yang memisahkan antara khalayak dan realitas yang sebenarnya, atau dapat dikatakan pula sebagai penengah. Perlu digaris bawahi bahwa fakta dilapangan bisa saja menyimpang jauh dari kenyataan yang sebenarnya.

Portal berita sendiri merupakan salah satu dari karya media massa yang yang bagaimana dapat merubah interpretasi individu terhadap suatu realitas dan pola bagaimana tindakan dari mereka. Realitas yang ditampilkan oleh media merupakan hanya realitas simbolik yang dimana tidak dapat disentuh atau dirasakan. Ini merupakan salah satu kelebihan dari media massa, untuk menentukan bagaimana nantinya realitas yang akan masuk ke dalam benak khalayak. (Hamad,2001;1).

2.3 Teori Framing

Pengembangan Teori Framing pada awalnya dikenalkan di tahun 1955 oleh Bertson yang pada awalnya penggunaannya sebagai strukturasi atau tatanan konseptual dari keyakinan yang penggunaannya untuk mengorganisasikan atau mengelompokkan pendapat atau wacana utama dan mengkategorisasikan standar untuk memberikan atau menunjukkan fakta dilapangan. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman di tahun 1974, yang menyatakan framing

sebagai kumpulan sifat yang bertujuan untuk memandu individu dalam membaca fakta sebenarnya (Sobur, 2001).

Hingga saat ini terdapat total 5 model framing yang sudah dikemukakan oleh ahli atau pakar komunikasi yaitu, Analisis framing model Robert N. Entman, model William A. Gamson, model Todd Gitlin, model David E. Snow dan Robert Sanford, model Amy Binder, dan model Zhongdang pan dan Gerald M. Kosicki. Tetapi, untuk saat ini banyak peneliti di bidang ilmu komunikasi menggunakan model Robert N. Entman sebagai acuan atau model untuk meneliti framing atau bingkai yang dibuat oleh media. Penggunaan model framing yang dikemukakan oleh Robert N. Entman sering digunakan dikarenakan mudah untuk digunakan dan berkorelasi dengan apa yang dibahas dalam ilmu komunikasi. Dilansir dari Website jurnal Neliti.com , sejak 2022 terdapat total 13.783 jurnal komunikasi yang menggunakan model analisis framing yang dikonsepsi oleh Robert N. Entman (neliti.com, 2022).

Framing merupakan pendekatan yang digunakan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksikan dari sudut pandang media. Struktur pembentukan dan konstruksi realitas nantinya menghasilkan bagian tertentu dari realitas yang menonjol dan lebih gampang dikenali. Tujuannya Agar khalayak dapat mudah menangkap atau mengkonsumsi aspek-aspek tertentu yang disuguhkan secara menonjol, sebaliknya aspek-aspek yang tidak ditampilkan atau ditonjolkan menjadi terlupakan atau tidak diketahui sama sekali.

Framing juga biasa diketahui sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana wartawan dalam melihat atau menyeleksi realitas dalam proses menulis berita. Sudut pandang itu akhirnya menentukan bagian realitas man yang nantinya digunakan, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan kearah mana nantinya berita ditujukan.

2.4 Analisis Framing dan Analisis Framing Model Robert N. Entman

Robert N. Entman mengemukakan bahwasannya terdapat tiga unsur utama dalam analisis framing yakni, *framing device* (teknik atau strategi dalam menyajikan berita), *content* (informasi atau realitas yang ada dalam berita), dan *audience* (pembaca, penonton dan khalayak yang menerima berita atau informasi). Framing merupakan proses yang dilakukan media untuk memilah, mengorganisir, dan memberikan arti kepada informasi yang bertujuan untuk memberikan kesan tertentu kepada isu atau realitas yang sedang diangkat.

Menurut Robert N. Entman ada beberapa perangkat atau *Device* yang biasa digunakan media dalam meng-framing atau membingkai sebuah isu atau peristiwa. Dibawah ini adalah perangkat dari teori framing yang dikemukakan oleh Entman (1993):

1. Pemilihan kata: Media melakukan pemilihan kata tertentu dalam menggambarkan sebuah isu atau peristiwa supaya bisa atau dapat mempengaruhi atau memberikan gambaran untuk membuat sudut pandang pembaca atau audience kepada suatu peristiwa atau berita yang dianggap perlu. Contohnya : media menggunakan kata “modus” sebagai penggambaran perencanaan sesuatu dengan maksud tertentu, biasanya digunakan dalam berita penipuan dan pencurian.

2. **Metafora:** Penggunaan metafora biasanya digunakan sebagai perumpamaan tertentu yang kata-katanya sudah dipilih supaya dapat diterima oleh audience dengan tujuan untuk menggambarkan sebuah isu atau kejadian. Contohnya, dalam pertandingan antara Juventus melawan Real Madrid pada final Liga *Champions* di tahun 2018, media menggunakan Kata “Pertarungan” atau “Laga” untuk menunjukkan persaingan sengit antara dua klub bola dalam perebutan piala Liga *Champions*.
3. **Metonimi:** Pengambilan sebagian kata dari suatu isu atau kejadian untuk menggambarkan dan mewakili apa yang terjadi dalam suatu isu atau kejadian, contohnya adalah penggunaan kata “oknum” untuk menggambarkan pihak yang tidak patuh atau tidak mengikuti otoritas yang sudah ditetapkan dalam suatu isu atau kejadian.
4. **Kategori:** Media mengkategorisasi Atau mengorganisasikan isu atau kejadian kedalam kelompok tertentu, sehingga dapat mempengaruhi atau bisa saja untuk memudahkan pembaca atau audiens. Contohnya dalam isu mogok kerja, media menggunakan kategori “buruh” untuk memvisualisasikan suatu profesi tertentu, sehingga menciptakan pandangan tertentu kepada suatu profesi.
5. **kutipan atau sumber:** Media biasanya menggunakan kutipan atau sumber tertentu dalam memberikan persepsi atau pandangan tertentu terhadap suatu isu atau kejadian. Contohnya dalam isu kebakaran hutan, media menggunakan kutipan dari pengamat lingkungan atau ahli lingkungan untuk memberikan pendapat mereka tentang isu kebakaran hutan tersebut.
6. **penggambaran atau visualisasi:** Penggunaan gambar atau video untuk memberikan gambaran atau visualisasi dari suatu isu atau kejadian. Contohnya pada isu tambang ilegal, media menggunakan gambar atau video tentang suasana tambang yang sederhana dan menggunakan alat seadanya untuk memberikan interpretasi tertentu.

berbagai bentuk pemilihan isu dijajal untuk menunjukkan berbagai poin tertentu sebagai strategi wacana yang menonjol. Penggunaan teknik penempatan isu utama di berbagai tempat seperti headline, visual yang diulang-ulang digunakan guna memperkuat penggiringan persepsi publik kepada isu yang ditunjukkan

Perangkat Framing Robert N. Entman

Tabel 2 Perangkat Framing Robert N. 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 dalam nya ada bagian berita yang di masukkan (included), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (excluded). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu
Penonjolan aspek	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa / isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis ? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak

Tabel 3 Konsep Framing Robert N. Entman

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 ?
Make moral judgement (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah ? nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan ?
Treatment Recommendation (Menekannkan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah / isu ? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah ?

Dalam bukunya, Entman menjelaskan bahwa ada 4 aspek dalam framing atau pembingkai dalam media :

1. Define Problem

Dalam tahap ini digambarkan bagaimana penulis berita atau media melihat suatu realitas atau peristiwa. Di tahap ini penggunaan 5W + 1H sangat berpengaruh karena ini merupakan langkah atau tahapan awal dari pemaknaan suatu isu yang akan di-framing atau dibingkai menjadi sebuah berita. Media harus paham secara komprehensif isu atau fakta apa yang terjadi serta poin penting apa saja yang terjadi di sekitar peristiwa. Define problem juga dapat membantu untuk mengetahui suatu sebab-akibat, ganjaran, dan kelebihan yang dapat diukur sesuai standar adab dan budaya.

2. Diagnose Cause

Penggunaan Diagnose Cause biasanya memiliki tujuan untuk mengidentifikasi atau memetakan hal-hal yang menjadi penyebab masalah (*what*), lalu memetakan dalang utama atau pelaku (*who*) yang menyebabkan masalah. Di tahap ini, sebuah media harus paham betul penyebab dari suatu peristiwa atau kejadian di lapangan. Media harus paham mengenai sebab-akibat masalah yang akan diangkat dan menentukan siapa saja pelaku yang menjadi pemegang kunci dari permasalahan tersebut.

3. Make Moral Judgment

Di tahap ini, tujuan utamanya adalah untuk memetakan apa saja pemicu atau pemantik sebuah perubahan yang sedang terjadi dan memberikan membenaran atau sudut pandang yang kuat atas wacana dari sebuah masalah. Tujuannya untuk menjadi patokan terhadap nilai moral atau norma apa yang digunakan dalam menjelaskan suatu realitas.

4. Treatment Recommendation

Fungsi dari Treatment Recommendation adalah untuk memberikan nilai atas apa saja hal yang dikehendaki media tersebut dan opsi apa saja yang ditawarkan media melalui teks media atau berita untuk menyelesaikan suatu masalah. Pemilihan kata dalam Treatment Judgement bergantung pada seperti apa sudut pandang, pengalaman, dan kepercayaan yang dipercaya oleh media tersebut.

2.5 Teori Hierarki Level Media

Jurnalisme dengan cara pandang lama sudah sangat tidak relevan atau yang dikatakan Media sebagai saluran (Media As Channels), Cara pandang ini sudah dipandang gagal dalam menjelaskan dua atau lebih saluran media bisa begitu berbeda dalam menginterpretasikan suatu fakta atau peristiwa yang sama. Pada dasarnya jika suatu media hanya menggambarkan atau menyampaikan suatu realitas, harusnya gambaran yang disajikan oleh media tergolong sama dan tidak ada beda secara komprehensif.

berbeda dengan televisi yang dapat mendistorsikan seseorang atau suatu isu tertentu secara visual dengan teknik sudut pandang kamera. Dengan ini juga berita dari surat kabar dengan cara memilih judul, lead, foto atau kosa kata tertentu atau dengan cara permainan susun kalimat. Cara yang paling kelihatan dapat dilihat dari cara media menekankan atensi lebih besar terhadap suatu, individu, kelompok, peristiwa, atau lokasi tertentu dibanding yang lain. Yang menjadi pembeda dari isi media (berita) dengan sumber informasi lain adalah cara media menyampaikan dan bagaimana reaksi audiens terhadap informasi yang diperlihatkan oleh media.

Atas dasar inilah teori hierarki memiliki pengaruh terhadap isi media (berita) yang digagas atau dikatakan oleh Shoemaker-Reese memiliki titik temunya. Teori Hierarki menjadi suatu koreksi dan cara efisien kepada bagaimana kecenderungan media yang sebelumnya sangat terkonsentrasi kepada khalayak dan efek, dan lebih memandang media massa sebagai penyampai atau penyebar realitas yang pasif (Media As Channels). Shoemaker-Reese menempatkan teori mereka untuk lebih berkonsentrasi atau menjurus kepada unsur *Who* (Komunikator), *Says What* (Pesan), dan *through which channel* (medium), dan lebih memandang dan menegaskan bahwasannya media massa memiliki peran yang aktif dalam mengonstruksi Realitas (Media As Participants). Shoemaker-Reese menegaskan bahwa isi media (berita) memiliki peran sangat penting dalam perubahan sosial.

Penjelasan Shoemaker-Reese dalam teorinya berbunyi bahwa pengaruh kepada isi berita media dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pengaruh ini dikelompokkan atau diorganisasikan dalam beberapa level, yaitu *individual level*, *media routines level*, *media organizational level*, *extramedia level*, dan *ideology level*. berikut penjelasan dari setiap level yang dijelaskan oleh Shoemaker-Reese (Krisdianto,2014) :

1. Individual Level

Pengalaman dan latar belakang jurnalis sebagai individu pekerja media tidak selalu memberikan pengaruh langsung atau pengaruh besar terhadap isi media (berita), tetapi cara

penyampaian atau karakteristik individu tersebut dapat mempengaruhi baik sikap atau perilaku personal dari seseorang tersebut, dengan kata lain pengaruhnya dilihat dari sudut pandang siapa yang menyampaikan pesan, ini dilihat dari latar belakang komunikator. Tetapi ini kembali lagi kepada jurnalis sebagai pelaku utama profesi dalam media atau isi media.

2. Media Routines Level

Kebiasaan Media dalam mengemas berita adalah maksud utama dalam level ini. Pembentukan media yang rutin didasari oleh tiga unsur yaitu, sumber berita (Suppliers), Organisasi Media (Processor), dan khalayak (Consumers). Sesuai namanya sumber berita merupakan realitas atau peristiwa yang didapatkan media untuk pemberitaan. Organisasi Media adalah redaksi atau jajaran yang biasa mengemas berita. Dan khalayak adalah konsumen berita yakni adalah, pendengar, pembaca, dan penonton.

Dalam level ini khalayak memiliki peran penting, dikarenakan berita diproduksi secara rutin bertujuan untuk dikirimkan kepada khalayak sebagai konsumen. Media rutin sangat bergantung kepada khalayak, oleh karena itu media rutin biasa memperhatikan khalayak pada saat memproduksi berita. Pada akhirnya memunculkan suatu standar yang biasa disebut nilai berita, yaitu syarat yang harus terpenuhi agar supaya suatu peristiwa dianggap layak untuk diberikan kepada khalayak.

Unsur media rutin lainnya adalah organisasi berita. Dalam unsur ini ada salah satu peran penting didalamnya, yaitu editor yang menjadi penentu layak atau tidaknya berita untuk diterbitkan. Berita yang dibawa oleh reporter biasanya akan dinilai di meja redaksi oleh editor.

3. Organizational Level

Level selanjutnya dari teori hierarki level media adalah level organisasi media. Dalam level ini menjelaskan tentang struktur manajemen organisasi, kebijakan dan tujuan media. Menurut Shoemaker-Reese level ini lebih berpengaruh ketimbang dua level sebelumnya. Dikarenakan kebijakan dari media dipegang oleh pemilik media melalui editor yang dimana menjadi penentu kebijakan dalam menentukan pemberitaan tetap dipegang oleh pemilik media. Pada saat pemilik media memberikan arahan untuk memberikan tekanan pada suatu isu tertentu, seluruh pekerja media secara individu harus dan mau tidak mau harus tunduk kepada kebijakan tersebut.

Ini juga berkaitan dengan tujuan media, media yang memiliki dasar tujuan kapitalis tentunya memiliki tujuan utama yaitu profit. Adanya faktor ekonomi seperti ini yang melemahkan media sehingga mereka jarang dan bahkan tidak berani mengkritisi sponsor yang memberikan keuntungan kepada media sendiri.

Shoemaker-Reese mengatakan bahwa terdapat tiga tingkatan organisasi media. Dilini depan ada karyawan atau staff, biasanya seperti wartawan atau reporter yang bertugas untuk mengumpulkan bahan berita. Lalu ada di bagian tengah ada jajaran manger, editor, pprouser, dan orang yang menjadi koordinator utama yang melakukan mediasi antara level bawah dan atas yang mengeluarkan kebijakan media. Dan yang terakhir adalah jajaran eksekutif tingkat atas yang tugasnya adalah membuat dan memberlakukan kebijakan organisasi, anggaran, melindungi

keperluan komersial dan politik perusahaan dan bahkan mempertahankan karyawan dari tekanan eksternal.

4. Extramedia Level

selanjutnya adalah level yang dimana level pengaruh dari luar organisasi media. Pengaruh ini biasanya bersumber dari realitas berita, public relation, pengiklan, dan penonton, pemerintah, pasar, dan teknologi. Realitas yang terjadi di lapangan memiliki efek atau paparan kepada media konten media, karena jurnalis atau reporter tidak bisa memasukan ke dalam berita mereka ketika realitas tersebut tidak mereka ketahui. Hal ini kadang menjadi bias karena kadang mereka juga bisa dianggap berbohong apabila berita yang mereka masukkan tidak sesuai dengan realitas asli di lapangan.

Sedangkan sponsor dan audiens memiliki pengaruh dikarenakan kedua unsur tersebut menjadi tiang utama keberlangsungan dan keuntungan media. Pengaruh ini dapat dilihat dari berita yang dibentuk sedemikian rupa sehingga dapat memiliki pola atau *Pattern* target konsumen. Sponsor menggunakan kekuatan modalnya untuk membiayai berita supaya tidak bertentangan dengan keperluan produk yang mereka iklankan. Semakin besar modal yang mereka suntuikan semakin berat pula tanggungan yang dimiliki oleh media.

5. Ideological Level

Pandangan ideologi sebagai kerangka berpikir atau landasan pemikiran dalam melihat, meresapi, dan menanggapi berita merupakan level terakhir dalam teori hierarki milik Shoemaker-Reese. Ini berbeda dengan sebelumnya dikarenakan level ini bisa dikatakan abstrak dan tidak beraturan. Hubungan level ini dengan konsep dan cara berpikir seseorang dalam beraksi atau menafsirkan realitas peristiwa dalam media tergolong kuat. Shoemaker-Reese mengutip dari pandangan kritis yang menyebutkan bahwa ide-ide yang menyusun atau mengelompokkan representasi dari suatu sistem atau makna simbolik yang menunjukkan bagaimana individu atau kelompok dalam memandang suatu realitas atau peristiwa disebut dengan ideologi.

2.6 Isu Keselamatan Kerja Dalam Pemberitaan Media

Jurnalisme Online merupakan salah satu media penyebaran berita terbaru yang awal kemunculannya dibersamai dengan munculnya internet pada tahun 1980. Pada awal era internet jurnalisme online penyebaran atau proses pertukaran informasi menggunakan email dan Bulletin Board System (BBS). Lalu di tahun 1990-an muncullah situs-situs berita atau website berita sederhana yang masih menggunakan teks dan gambar yang tergolong sederhana, di era tahun 1990-an ini juga muncul World Wide Web (WWW) yang menjadi alat untuk mempermudah akses dan navigasi informasi di internet. Barulah di era 2000-an muncul banyak perusahaan media yang berusaha untuk mengekspansi ke media online, di era ini juga konten-konten berita dari media mulai bervariasi, seperti menambahkan audio, video, dan infografis. Pada era ini juga bermunculan situs blog yang dimana memudahkan para pengguna untuk menjadi penerbit berita juga, ini merupakan cikal-bakal munculnya jurnalisme warga. Di era ini bermunculan juga situs media sosial seperti Facebook dan Twitter, yang dimana menjadi produk awal komunikasi dua arah di internet yang menjadikan penggunanya produsen sekaligus konsumen dari konten informasi atau

konten media yang disuguhkan. Terakhir era 2010-sekarang yang merupakan era modern dari jurnalisme online, pada era sekarang ini sungguh sangat transparan, dapat dilihat bahwa pengguna media jurnalisme online dapat mengakses konten informasi dan berita secara ringkas dan mudah. Pada era ini juga perusahaan media dapat menemukan bahkan membuat algoritma mereka sendiri sehingga dapat relevan untuk audiens. Tetapi tantangan utama dari era ini adalah mudahnya penyebaran berita atau informasi palsu, yang dimana sangat merugikan jika seseorang atau suatu kelompok jika berita atau informasi tersebut sudah sampai di audiens dan sudah terlanjur dipercayai oleh audiens. Terakhir dan yang paling mutakhir adalah munculnya AI sebagai alat bantu dalam pengerjaan jurnalis, AI ini bisa menjadi pisau bermata 2 bagi penyaji berita informasi, dikarenakan selain sebagai sarana untuk memudahkan jurnalis, AI juga suatu saat dapat merugikan dan bahkan menurunkan standar atau rasa *Humanism* dalam berita.

Dengan Beragamnya konten yang disajikan media tentu saja semakin memberikan beragam hiburan dan informasi yang didapatkan oleh pengguna media online. Salah satunya adalah konten mengenai Isu Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3). Dikarenakan ini merupakan salah satu bagian dari divisi pemeliharaan yang dimiliki suatu perusahaan. Program ini sangat penting untuk dijalankan oleh perusahaan dikarenakan dapat menciptakan suatu sistem keselamatan dan kesehatan dalam bekerja, yang dimana melibatkan berbagai pihak perusahaan seperti manajemen, tenaga kerja atau staff karyawan, kondisi dan lingkungan pekerjaan yang terintegrasi yang bertujuan untuk menekan serendah mungkin angka kecelakaan kerja serta bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan pekerja sehingga dapat memberikan kontribusi yang optimal kepada perusahaan.

Terdapat 2 efek samping dari kecelakaan kerja yaitu dampak serius dan tidak serius. Oleh karena itu kecelakaan kerja harus dihindari. WHO sebagai badan kesehatan dunia memiliki tugas untuk mempromosikan keselamatan dan kesehatan kerja. Dikarenakan ini merupakan suatu gagasan atau bentuk kegiatan yang dirancang atau diorganisir untuk membantu pekerja dalam mendapatkan hak mereka dalam melanjutkan hidup, dan bertujuan untuk meningkatkan mutu dan kualitas kepercayaan perusahaan (Ali, Facrin, Alwi 2023).

Menteri Ketenagakerjaan Ida Fauziah pada tahun 2021 mengatakan bahwa media memiliki peran penting dalam penyuaaran K3 dan upaya penghapusan kekerasan dalam pekerjaan atau di tempat kerja. Hal ini harus terus digaungkan terus-menerus jangan hanya saat bulan K3 saja (ilo.org). Dengan adanya Pernyataan ini dapat disimpulkan bahwasannya media sangat berperan penting dalam menyalurkan aspirasi atau suara dari para pekerja agar supaya terciptanya lingkungan kerja yang sehat dan aman.

Terlebih lagi pekerjaan yang hampir selalu melakukan kontak fisik dengan banyak orang atau medan yang berat. contohnya seperti jurnalis, resiko yang dihadapi jurnalis bisa dikatakan besar dikarenakan menyangkut dengan penyebaran informasi dan berita, salah sedikit saja bisa dipidanakan atau dituntut. Resiko lainnya juga dapat berupa kekerasan, bencana alam, dan kadang tidak mengenal waktu. Resiko ini juga dapat berimplikasi kepada psikologis jurnalis tak jarang juga jurnalis mengalami trauma baik itu trauma berat atau trauma ringan dan tekanan atau tuntutan kerja mereka juga yang berat dapat menyebabkan stres.

2.7 Konstruksi Realitas Oleh Media

Proses Konstruksi realitas sangat erat hubungannya dengan wartawan atau jurnalis. Wartawan atau jurnalis merupakan aktor utama dibalik proses perekonstruksian suatu realitas lalu diteruskan kepada editor untuk proses koreksi sebelum disebar. Setiap pekerja media pastinya memiliki realitasnya masing-masing, sehingga dalam pekerjaan media ini mereka diharuskan untuk mampu menggabungkan atau menghubungkan realitas personal mereka dengan realitas orang lain. Pada akhirnya realitas objektif yang ada dalam suatu organisasi media merupakan gabungan dari bentuk realitas-realitas subjektif tiap pekerjanya. Lalu seluruh realitas subjektif tersebut dipengaruhi oleh realitas subjektif dari seorang yang memimpin perusahaan tersebut. Sehingga nantinya terbentuk visi dan misi dari perusahaan media tersebut (Karman, 2012).

Konstruktivisme memandang bahwa media massa melakukan konstruksi realitas lalu mendistribusikannya kepada masyarakat. Pada akhirnya media dipandang tidak mungkin untuk bisa netral atau tertutup dari pengaruh-pengaruh dari pihak internal atau pihak eksternal dari media massa tersebut. Ini sejalan dengan teori hirarki level media yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese yang membuktikan adanya 5 level pengaruh yang diantaranya, Individual Level, Media Routines Level, Organizational Level, Extra Media Level, dan Ideological level.

Berita merupakan hasil transaksi dari jurnalis dan sumber realitasnya, dengan artian sumber realitas utama dalam berita bukanlah tentang sesuatu yang diperlihatkan atau sesuatu yang terjadi dalam dunia nyata. Melainkan, realitas berita adalah sesuatu yang memiliki makna tersirat dalam lingkungan dan tipe hubungan sosial dan budaya yang dikembangkan oleh jurnalis atau wartawan dari sumber realitas. Dan terdapat Newsbeat pada tiap-tiap pengetahuan politik yang disampaikan (Tuchman Dalam Eriyanto, 2002).

Berita yang disajikan oleh media massa adalah suatu realitas yang sudah dikurasi dan melewati tahap editorial sehingga berita tersebut tidak sepenuhnya asli atau sungguhan yang terjadi dilapangan. Media massa selalu menekankan suatu aspek tertentu kepada berita yang mereka suguhkan, dilain sisi media massa juga menyamarkan bahkan menghilangkan aspek lain pada berita tersebut. Proses editorial ini juga dapat dipengaruhi oleh keputusan jajaran direksi yang memiliki kepentingan tertentu, entah itu yang bersangkutan dengan politik, ekonomi atau sosial. Kekuatan dapat membuat atau mengembangkan pesan dan wacana ini yang dapat dipengaruhi dari bagaimana karakteristik organisasi media dan juga orang-orang yang bergerak di dalam organisasi tersebut.

2.8 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Vanessa A. Gogali, Angga Pradipta, Achmad Haikal, Muhammad	Analisis Framing Robert N. Entman Pada Pemberitaan	Pada penelitian tersebut Kompas.com Menggunakan sintaksis frame	Penelitian sama-sama menggunakan metode framing	Perbedaan penelitian ini menggunakan media Kompas.com

	Ichsan. (2021)	Kecelakaan Pesawat Sriwijaya Air SJ 182 di Kompas.com dan Detik.com Tanggal 9-11 Januari 2021	<p>pada saat mengerjakan pemberitaan tentang kejadian jatuhnya pesawat Sriwijaya Ai. Perangkat framingnya adalah dengan skema program berita, dan poin yang dianalisis adalah judul dari <i>Headline</i> berita, petunjuk, informasi, informasi mengenai latar belakang, kutipan dari sumber, pernyataan dan kesimpulan yang ditarik.</p> <p>Sedangkan Detik.com, mempunyai 3 tema yang semuanya berbeda dalam memberitakan jatuhnya pesawat Sriwijaya Air, salah satunya adalah, <i>Episodic Framing</i>. Tujuannya adalah agar mudah dicerna dan dipahami oleh audiens.</p>	model Robert N. Entman dalam mengumpulkan data dan sama-sama mengangkat isu mengenai keselamatan kerja. Penelitian ini juga menggunakan dua media sebagai studi komparatif.	dan Detik.com
2	Novanda R. Kuswandi, Heni Indrayani. (2024)	NETRALITAS DAN FRAMING PRIMETIME NEWS METRO TV DALAM ISU KEBAKARAN DEPO PERTAMINA PLUMPANG JAKARTA UTARA	Pada penelitian tersebut dapat dilihat bahwa Primetime News melakukan framing untuk menyorot peristiwa kebakaran, memberi tekanan untuk respons cepat pihak berwenang, lalu memberikan narasi yang mengeksplorasi dampak jangka panjang dari peristiwa	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian analisis framing model Robert N. Entman dalam mengumpulkan data dan mengangkat isu Keselamatan Kerja.	Perbedaannya dari penelitian ini adalah tidak menggunakan studi komparatif dan hanya menggunakan satu media saja dalam menganalisis framing yaitu media Primetime News Metro TV

			tersebut. Primetype juga menerapkan teknik <i>Cover both</i> dalam memberitakan isu tersebut.		
--	--	--	--	--	--

