

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Menurut Bittner (1996), komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah besar audiens. Dalam istilah bahasa Inggris, komunikasi massa dikenal sebagai *mass media communication*, yaitu bentuk komunikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana penyebaran pesan. Komunikasi ini melibatkan interaksi antara satu atau lebih individu yang menyusun dan mengirimkan pesan melalui media, serta bagaimana audiens mengakses dan memahami pesan tersebut. Secara praktis, komunikasi massa adalah proses di mana seorang komunikator mengirimkan pesan kepada khalayak yang luas dengan bantuan media massa yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Komunikasi massa sendiri merupakan bentuk penyampaian informasi secara meluas kepada audiens yang bersifat heterogen melalui media seperti televisi, surat kabar, radio, dan internet. McQuail (2011) menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki karakteristik khas, diantaranya bersifat publik, berlangsung secara cepat, dan dilakukan oleh institusi atau organisasi formal. Dalam hal ini, media tidak hanya berperan sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai agen yang mampu membentuk opini dan pandangan masyarakat terhadap suatu isu. Hal ini diperkuat oleh pandangan Denis McQuail, yang menyebutkan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi sosial melalui pemilihan, penyajian, dan penekanan informasi tertentu.

Salah satu pendekatan penting dalam kajian komunikasi massa adalah teori framing. Teori ini menyoroti bagaimana media memilih dan menyusun informasi dengan cara tertentu untuk memengaruhi cara audiens menafsirkan

realitas. Robert Entman (1993) menjelaskan bahwa framing merupakan proses di mana media menyeleksi aspek-aspek tertentu dari kenyataan, lalu menyorotinya dalam teks pemberitaan guna mengarahkan pemahaman terhadap definisi masalah, penyebab, penilaian moral, dan solusi yang ditawarkan. Dengan demikian, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi makna yang dapat membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu yang diberitakan.

2.2 Media Online Sebagai Medium Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia yang berlangsung terus-menerus. Aktivitas komunikasi dapat terjadi secara langsung tanpa perantara (komunikasi tatap muka) maupun melalui media tertentu. Dalam konteks ini, media komunikasi adalah saluran atau perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan secara efektif dan efisien (Daryanto, 2011). Kata *media* sendiri berasal dari bentuk jamak dari *medium*, yang merujuk pada alat atau sarana yang menghubungkan antara pengirim pesan dan penerima pesan dalam proses komunikasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media komunikasi turut mengalami perubahan besar, khususnya dengan munculnya media online. Internet sebagai infrastruktur utama memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja. Kebutuhan akan informasi yang cepat, mudah dijangkau, dan beragam membuat media online semakin berkembang pesat. Portal-portal berita daring seperti kompas.com, tempo.co, dan lainnya menjadi representasi nyata dari bentuk komunikasi massa modern. Media online menjadi ruang baru bagi jurnalis dan masyarakat dalam menyampaikan, menerima, serta mendiskusikan berbagai isu, termasuk persoalan sosial, politik, budaya, dan lingkungan.

Dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi media online sudah menjadi bagian dari rutinitas masyarakat. Kemudahan akses dan kecepatan informasi

menjadikan media ini sangat diminati. Sebagai contoh, ketika seseorang ingin mengetahui perkembangan terbaru mengenai isu deforestasi di Papua dan Papua Barat dalam konteks kampanye All Eyes on Papua, mereka lebih cenderung mencarinya melalui mesin pencari di perangkat digital seperti smartphone, daripada membeli surat kabar fisik yang lebih mahal dan terbatas distribusinya. Hal ini sejalan dengan konsep fraction of selection dari Wilbur Schramm (1954) dalam Alamsyah (2021), yang menyatakan bahwa seseorang memilih bentuk komunikasi massa yang memberikan manfaat maksimal dengan upaya seminimal mungkin. Dalam hal ini, media online menyediakan keuntungan besar dengan usaha yang sangat kecil—cukup dengan mengakses internet.

Media online memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan media lain, diantaranya sebagai berikut:

1. Kecepatan Informasi (Immediacy)

Media online memungkinkan penyebaran informasi secara cepat bahkan dalam hitungan detik. Informasi yang terjadi di suatu tempat dapat langsung diakses oleh publik melalui berbagai perangkat digital tanpa menunggu proses cetak atau distribusi fisik seperti pada media konvensional. Hal ini membuat media online menjadi sumber utama untuk memperoleh informasi terkini. Kecepatan ini sangat penting terutama dalam situasi krisis atau breaking news, di mana masyarakat membutuhkan pembaruan secara real-time.

2. Pembaharuan (Updating)

Salah satu keunggulan media online adalah kemampuannya untuk memperbarui isi berita dengan sangat mudah. Artikel yang sudah dipublikasikan dapat diubah, dilengkapi, atau diperbaiki tanpa harus menunggu terbitan berikutnya. Ini membuat informasi yang disajikan lebih dinamis, akurat, dan relevan dengan perkembangan terbaru dari suatu peristiwa.

3. Multimedia

Media online mendukung berbagai format penyajian informasi. Satu konten berita dapat dikombinasikan dalam bentuk teks, gambar, video, audio, infografis, hingga animasi interaktif. Format ini membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami, serta menjangkau berbagai preferensi audiens yang beragam—baik visual, auditori, maupun tekstual.

4. Timbal Balik (Interactivity)

Berbeda dengan media massa konvensional yang cenderung satu arah, media online menyediakan ruang bagi audiens untuk berpartisipasi secara langsung. Fitur seperti kolom komentar, forum diskusi, polling, dan tombol share memberikan kesempatan bagi pembaca untuk memberi tanggapan, menyampaikan pendapat, atau menyebarkan berita ke jaringan mereka. Interaktivitas ini memperkuat hubungan antara media dan audiens serta memungkinkan dialog dua arah.

5. Personalisasi (Audience Control)

Media online memungkinkan audiens untuk menentukan sendiri informasi yang ingin mereka konsumsi. Dengan bantuan fitur seperti search engine, algoritma rekomendasi, dan notifikasi personal, pengguna dapat memilih topik yang sesuai dengan minat, kebutuhan, dan nilai-nilai pribadi mereka. Ini menciptakan pengalaman konsumsi media yang lebih privat, efisien, dan relevan.

6. Fleksibilitas

Produksi konten di media online sangat fleksibel. Wartawan atau kontributor dapat menulis dan mengedit berita dari mana saja dan kapan saja, tanpa terikat ruang redaksi atau jadwal cetak. Di sisi lain, audiens juga dapat mengakses konten kapan saja, 24/7, selama mereka memiliki koneksi internet. Hal ini memperluas jangkauan komunikasi dan mengurangi batasan waktu dan tempat.

Namun demikian, meski media online menawarkan banyak kemudahan, ia juga menghadirkan tantangan baru. Salah satu kelemahan utama adalah risiko disinformasi dan penyebaran hoaks. Karena informasi dapat disebarluaskan secara cepat dan bebas, tidak semua konten yang beredar dapat dijamin kebenarannya. Oleh karena itu, keakuratan, kredibilitas sumber, dan literasi media menjadi sangat penting dalam mengonsumsi konten daring.

Menurut Hasan (2023), media online telah mengubah cara komunikasi massa bekerja secara mendasar, terutama dalam hal bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan direspons oleh audiens. Transformasi ini membuka banyak peluang baru dalam partisipasi publik, namun juga membawa risiko dalam hal kontrol kualitas informasi. Dalam hal komunikasi politik, Paskah Randyca (2024) menjelaskan bahwa media digital seperti media sosial mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi politik, mengikuti diskusi, dan bahkan terlibat dalam aksi kampanye. Tetapi di sisi lain, muncul pula tantangan berupa polarisasi opini dan penyebaran ujaran kebencian.

Di sektor lain, seperti komunikasi korporat, media sosial juga memiliki peran penting. Siregar (2023) menunjukkan bahwa perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumennya melalui komunikasi yang terbuka di media sosial, namun hal itu tetap membutuhkan pengelolaan strategi komunikasi yang baik agar tidak menimbulkan krisis reputasi.

Dengan melihat semua aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa media online sebagai sarana komunikasi massa modern memiliki daya jangkauan yang luas, kemampuan distribusi yang cepat, dan kapasitas interaksi yang tinggi, namun juga membutuhkan etika, regulasi, dan literasi media yang memadai agar informasi yang tersebar tetap akurat, bertanggung jawab, dan konstruktif bagi masyarakat.

2.3 Teori Hirarki Pengaruh Isi Media

Teori Hierarki Pengaruh Isi Media yang dikembangkan oleh Shoemaker dan Reese menjelaskan bahwa konten media tidak dihasilkan secara netral, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun luar lembaga media itu sendiri. Pengaruh-pengaruh ini hadir dalam beberapa level, mulai dari individu yang bekerja di dalam industri media, kebiasaan kerja (rutinitas), struktur dan kebijakan organisasi media, faktor eksternal seperti pasar dan politik, hingga ideologi yang mendasari sistem berpikir media tersebut (Rahayu & Haryanto, 2022).

Adapun teori hirarki level pengaruh isi media yaitu:

- **Tingkat Individu:** Pengaruh pertama datang dari personalitas jurnalis atau pekerja media itu sendiri. Faktor seperti pengalaman, latar belakang pendidikan, nilai-nilai pribadi, sikap, keyakinan, dan bahkan posisi atau kekuasaan seseorang di dalam organisasi turut memengaruhi bagaimana berita dikonstruksi. Shoemaker (1996) menyebutkan bahwa karakteristik komunikator sangat berperan dalam membentuk isi media, baik secara sadar maupun tidak. Artinya, berita tidak sepenuhnya objektif karena turut dipengaruhi oleh sudut pandang dan preferensi individu yang memproduksinya.
- **Tingkat Rutinitas Media:** Level ini mengacu pada sistem kerja yang telah terbentuk di lingkungan redaksi atau ruang produksi media. Rutinitas tersebut mencakup alur kerja mulai dari peliputan, penulisan, editing, hingga distribusi konten. Ada tiga unsur utama dalam rutinitas ini, yakni organisasi media sebagai pengelola, sumber berita sebagai penyedia informasi, dan audiens sebagai konsumen. Mekanisme kerja ini cenderung membentuk pola standar yang memengaruhi bagaimana berita disusun dan dipilih setiap harinya.
- **Tingkat Organisasi:** Pada tingkatan organisasi, pengaruh tidak hanya datang dari jurnalis atau tim editorial, tetapi juga dari struktur manajemen, kepemilikan media, hingga kebijakan editorial. Organisasi media memiliki

peran besar dalam menentukan arah pemberitaan melalui visi perusahaan, tujuan bisnis, dan keputusan strategis redaksi. Pemilik media, misalnya, dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap jenis informasi yang ditampilkan atau diredam sesuai kepentingannya.

- Tingkat ekstra media: Pengaruh dari luar media, atau yang disebut sebagai pengaruh ekstramedia, mencakup faktor-faktor eksternal seperti tekanan pasar, kekuatan ekonomi, regulasi pemerintah, perkembangan teknologi, dan relasi dengan narasumber. Pihak luar seperti pengiklan, lembaga negara, atau kelompok politik bisa saja mempengaruhi isi berita secara langsung atau tidak langsung. Narasumber yang menjadi referensi utama jurnalis pun seringkali memiliki agenda tersendiri, yang dapat memengaruhi bagaimana isu diberitakan.
- Tingkat ideology: Tingkatan ideologi merupakan level paling mendalam yang mempengaruhi konstruksi isi media. Ideologi mengacu pada kerangka berpikir yang melekat pada individu atau institusi dalam memaknai realitas sosial. Ideologi bukan hanya mempengaruhi satu berita, tetapi menjadi fondasi bagaimana media memahami dunia, memilih isu, dan menyusun narasi. Karena bersifat abstrak dan menyeluruh, pengaruh ideologis sering kali tidak tampak secara langsung, namun sangat menentukan arah dan sikap pemberitaan media terhadap suatu peristiwa.

Teori hierarki pengaruh isi media ini memberikan pemahaman bahwa isi media tidak pernah benar-benar netral. Berita yang disajikan kepada publik merupakan hasil dari proses seleksi dan konstruksi yang dipengaruhi oleh banyak lapisan—dari individu pembuatnya hingga nilai-nilai ideologis yang melekat pada institusi mediana. Oleh karena itu, analisis media perlu memperhatikan tidak hanya isi teks, tetapi juga konteks struktural di balik produksinya.

2.4 Agenda Media Sebagai Pengaruh Terhadap Opini Masyarakat

Agenda media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu yang dianggap signifikan. Melalui proses penentuan agenda, media melakukan seleksi terhadap informasi dan menetapkan topik-topik

mana yang layak mendapat perhatian publik. Menurut Littlejohn (2009), agenda media bekerja dalam dua level: pertama, media memilih isu-isu besar yang perlu dibahas; kedua, media menentukan aspek-aspek tertentu dari isu tersebut yang dianggap penting untuk disoroti. Meskipun level pertama mengarahkan perhatian publik ke isu utama, level kedua memiliki bobot yang sama penting karena mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan menilai isu tersebut.

Lebih lanjut, Littlejohn menjelaskan bahwa proses pembentukan agenda media terjadi dalam tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah penentuan prioritas isu oleh media, yang dikenal sebagai media agenda. Tahap kedua adalah ketika fokus media mulai membentuk persepsi publik, menghasilkan agenda publik. Tahap ketiga terjadi ketika opini masyarakat yang telah terbentuk mempengaruhi para pengambil keputusan, yang dikenal sebagai agenda kebijakan. Dengan kata lain, terdapat alur pengaruh berjenjang: media memengaruhi apa yang dipikirkan masyarakat, dan masyarakat selanjutnya mempengaruhi fokus perhatian para pembuat kebijakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa agenda media memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik, baik secara langsung melalui konten yang disajikan, maupun secara tidak langsung melalui pembentukan diskursus sosial yang berkembang di masyarakat. Ketika media terus menerus menampilkan suatu isu, maka publik cenderung menganggapnya penting, dan pandangan mereka terhadap isu tersebut bisa berujung pada dukungan atau penolakan terhadap suatu kebijakan yang terkait. Oleh karena itu, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang aktif dalam mengarahkan perhatian dan cara berpikir publik terhadap peristiwa-peristiwa sosial dan politik.

2.5 Berita dan Kepentingan Massa

Media massa merupakan institusi yang dijalankan oleh kelompok profesional yang secara sistematis merancang, mengolah, dan menyebarkan

informasi kepada publik. Karena dikelola oleh kelompok tertentu, media seringkali membawa kepentingan dari pihak yang berada di balik operasionalnya, baik itu dalam bentuk kepentingan ekonomi, politik, maupun ideologis. Dalam konteks ini, pemberitaan yang disampaikan oleh media tidak selalu sepenuhnya netral, sebab informasi yang dipublikasikan kerap kali disesuaikan dengan tujuan atau kepentingan pemilik dan pengelola media.

Terkait dengan etika dalam penyajian berita, Kode Etik Jurnalistik bagian Cara Pemberitaan melalui Pasal 5 menegaskan bahwa seorang wartawan wajib menyajikan informasi secara adil dan berimbang, mengutamakan akurasi dan ketepatan dalam pelaporan. Selain itu, wartawan juga tidak diperkenankan mencampurkan antara fakta dan opini pribadi dalam tulisan beritanya. Jika sebuah artikel mengandung opini atau interpretasi subjektif, maka harus disampaikan dengan mencantumkan nama penulis secara jelas. Prinsip ini bertujuan menjaga objektivitas dan integritas jurnalistik, agar publik mendapatkan informasi yang dapat dipercaya dan tidak menyesatkan.

2.6 Media Sebagai Institusi Politik

Hubungan antara media dan dunia politik merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Politik membutuhkan media sebagai sarana utama untuk menyampaikan berbagai bentuk komunikasi kepada publik, seperti sosialisasi kebijakan, kampanye pemilu, hingga membangun opini demi mendapatkan dukungan masyarakat. Agar pesan-pesan politik ini dapat tersebar secara luas dan terstruktur, diperlukan saluran komunikasi yang efektif, yaitu media massa. Oleh karena itu, media massa kerap diposisikan sebagai bagian dari institusi politik karena perannya dalam dinamika kekuasaan dan komunikasi politik.

Media tidak hanya berperan sebagai perantara antara aktor politik dan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian integral dalam sistem komunikasi politik itu sendiri. Seperti yang dijelaskan dalam teori komunikasi politik, terdapat dua fungsi utama media dalam konteks politik. Pertama, media bertindak sebagai

penghubung antara kelompok elite—baik yang sedang memegang kekuasaan (governing elite) maupun yang berada di luar struktur pemerintahan (non-governing elite)—dengan warga negara sebagai pemilih atau konstituen. Kedua, media juga memiliki agenda dan kepentingan tersendiri dalam menyampaikan informasi politik. Dalam posisi ini, media tidak hanya menjadi alat penyampai pesan, tetapi juga berfungsi sebagai aktor yang aktif dan memiliki pengaruh dalam pembentukan wacana politik, yang bisa jadi tidak selalu sejalan dengan kepentingan aktor-aktor politik lainnya.

Cangara (2010:37) menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki sifat yang melembaga, karena pesan yang disampaikan berasal dari institusi yang terdiri atas banyak individu seperti reporter, editor, penyiar, hingga teknisi. Proses produksi informasi ini berjalan secara formal dan terorganisir, dikendalikan oleh redaktur, serta melibatkan tahapan yang kompleks dan sistematis. Dengan demikian, informasi politik yang disebarkan melalui media massa bukanlah proses yang spontan, melainkan hasil dari pengolahan yang dirancang dengan cermat dan diarahkan sesuai dengan tujuan tertentu.

Keseluruhan proses ini menjadikan media bukan hanya sebagai penyampai pesan politik, tetapi juga sebagai institusi politik itu sendiri—yang memiliki kapasitas untuk membentuk opini publik, menetapkan isu yang penting, serta memengaruhi arah perdebatan publik sesuai dengan struktur kekuasaan dan kepentingan yang mengelilinginya.

2.7 Media Sebagai Agen Konstruksi Realitas

Media massa berperan sebagai kanal komunikasi politik yang menyampaikan informasi mengenai kebijakan publik, kampanye politik, dan berbagai peristiwa yang berkaitan dengan dunia pemerintahan. Menurut Hamad (2004:11), dalam bukunya, ia menyatakan bahwa media pada dasarnya menjalankan fungsi konstruksi realitas, khususnya dalam bidang politik. Artinya,

setiap pemberitaan yang disusun dan disampaikan oleh media merupakan bagian dari proses membentuk atau “menceritakan kembali” realitas sesuai dengan sudut pandang tertentu. Karena tugas utama media adalah melaporkan peristiwa, maka pada hakikatnya mereka sedang mengonstruksi berbagai bentuk kenyataan sosial untuk kemudian dikonsumsi oleh publik.

Walaupun media secara rutin memberitakan isu-isu politik dan kebijakan pemerintah, penting untuk disadari bahwa produk jurnalistik yang disajikan tidak bisa dianggap sebagai cerminan realitas secara mutlak. Informasi yang muncul di media telah melalui proses seleksi, interpretasi, dan pengemasan oleh jurnalis atau redaksi. Dengan kata lain, fakta yang diberitakan adalah hasil representasi realitas, bukan realitas itu sendiri. Cara wartawan memilih sudut pandang (angle), narasumber, dan penekanan informasi akan mempengaruhi bagaimana publik memahami peristiwa tersebut.

Oleh karena itu, setiap media memiliki kecenderungan atau perspektif tertentu dalam menyajikan realitas. Hal ini menyebabkan informasi dari satu media tidak selalu identik dengan media lain, bahkan jika membahas peristiwa yang sama. Rekonstruksi realitas yang dilakukan media bersifat subjektif, karena dipengaruhi oleh nilai-nilai redaksional, kepentingan institusional, dan sudut pandang individu jurnalis. Konsekuensinya, masyarakat perlu bersikap kritis dalam mengonsumsi informasi media agar tidak menerima begitu saja semua narasi yang disampaikan sebagai kebenaran tunggal.

2.8 Analisis Framing

Secara umum, framing dapat dipahami sebagai suatu proses yang digunakan untuk membentuk makna atas peristiwa melalui cara penyajiannya dalam media, sehingga audiens dapat menafsirkan kejadian tersebut. Dalam konteks penelitian ini, framing menjadi alat untuk memahami bagaimana pengalaman sosial diklasifikasi dan dikonstruksi, agar individu dapat memahami posisi dirinya serta realitas yang terjadi di sekitarnya. Melalui framing, media juga

memberikan penekanan atau label tertentu terhadap sebuah peristiwa, yang membantu audiens mengidentifikasinya secara cepat.

Berbeda dengan analisis isi yang cenderung bersifat kuantitatif dan berfokus pada pengelompokan pesan secara statistik, analisis framing lebih menekankan pada bagaimana pesan dikonstruksi dan dibentuk dalam struktur wacana berita. Analisis ini melihat cara jurnalis atau media mbingkai suatu peristiwa dan menyusunnya dalam narasi yang disampaikan kepada publik. Dengan kata lain, fokus framing bukan pada isi semata, tetapi pada cara pemilihan, penekanan, dan penyajian informasi yang dilakukan media.

Framing dalam pemberitaan sangat dipengaruhi oleh konteks media tempat berita itu diproduksi, termasuk nilai-nilai perusahaan, orientasi politik, dan kepentingan ekonomi. Melalui analisis framing, peneliti dapat mengungkap bagaimana media menentukan sudut pandang, memilih informasi tertentu untuk ditonjolkan, serta mengatur batasan dalam menampilkan isu. Menurut Eriyanto (2002:69), wartawan tidak pernah bisa sepenuhnya objektif karena dalam proses peliputan, mereka pasti membawa perspektif atau asumsi tertentu dalam melihat realitas. Oleh karena itu, framing mengandung dua elemen utama: pemilihan fakta yang ingin ditampilkan dan cara penyajian fakta tersebut untuk membentuk persepsi publik.

Eriyanto (2002:141-149) dalam bukunya menjelaskan efek framing antara lain

- a. Penonjolan aspek tertentu dan pengaburan aspek lain – Berita sering kali diarahkan untuk menonjolkan satu dimensi dari suatu peristiwa, sehingga dimensi lainnya menjadi tersisih atau tidak mendapat sorotan memadai. Misalnya, pemberitaan politik dapat menyingkirkan aspek ekonomi atau sosial dari suatu isu.

- b. Menampilkan satu sisi dan mengabaikan sisi lainnya – Framing cenderung memunculkan satu sudut pandang dominan, sehingga perspektif alternatif jarang ditampilkan atau bahkan diabaikan sama sekali.
- c. Mengarahkan perhatian pada aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya – Media dapat memusatkan narasi pada satu tokoh atau pihak, dan akibatnya aktor lain yang juga memiliki peran penting menjadi tidak terlihat oleh publik.
- d. Mobilisasi massa – Bingkai tertentu dalam berita bisa membentuk persepsi kolektif yang mendorong audiens untuk memiliki pandangan seragam terhadap suatu isu. Dalam kasus tertentu, framing dapat menciptakan musuh bersama, pahlawan bersama, atau masalah bersama yang mendorong keterlibatan dan aksi publik.
- e. Mengarahkan ingatan dan kesadaran publik – Media memegang peran sentral dalam membentuk memori dan persepsi masyarakat terhadap peristiwa sosial. Realitas yang dikenali publik sebagian besar dibentuk oleh cara media memberitakannya, sehingga framing sangat berpengaruh dalam membentuk konstruksi sosial dan politik.

Dengan demikian, framing memiliki pengaruh besar dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap suatu isu, dan dalam banyak kasus dapat mempengaruhi tingkat dukungan, penolakan, bahkan aksi kolektif terhadap kebijakan tertentu yang diberitakan media. Oleh karena itu, memahami framing dalam berita sangat penting untuk melihat bagaimana opini publik diarahkan dan realitas sosial dikonstruksi.

2.9 Analisis Framing Robert Entman

Framing merupakan konsep penting dalam kajian komunikasi massa yang digunakan untuk memahami bagaimana media membentuk dan memaknai realitas sosial. Menurut Goffman (1974), yang pertama kali memperkenalkan istilah "frame", bingkai merupakan struktur kognitif yang membantu individu memahami dan menafsirkan peristiwa di sekitarnya. Dalam ranah media, framing tidak hanya

berperan dalam menyusun informasi, tetapi juga mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa dilihat dan ditanggapi oleh publik.

Salah satu tokoh yang banyak dijadikan rujukan dalam studi framing adalah Robert N. Entman, yang secara sistematis merumuskan elemen-elemen analisis framing dalam artikelnya *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* (1993). Entman menyatakan bahwa framing adalah proses menyeleksi aspek-aspek tertentu dari suatu realitas yang dianggap penting dan menonjolkan aspek tersebut dalam teks komunikasi. Tujuannya adalah untuk membangun interpretasi tertentu atas realitas yang dikonstruksi dalam berita.

Entman mengembangkan kerangka konseptual yang terdiri dari empat elemen utama framing, yaitu:

1. Problem Identification (Identifikasi Masalah)

Media menentukan dan menyoroti suatu isu sebagai masalah penting. Pada tahap ini, media memiliki kuasa dalam menentukan apa yang dianggap sebagai persoalan publik yang harus mendapatkan perhatian. Identifikasi masalah mencerminkan sudut pandang media dalam melihat akar persoalan dalam suatu peristiwa atau kebijakan.

2. Causal Interpretation (Interpretasi Kausal)

Elemen ini menunjukkan bagaimana media menjelaskan penyebab dari masalah yang diangkat. Dalam praktiknya, media menunjuk siapa atau apa yang menjadi penyebab munculnya persoalan. Interpretasi ini bisa membentuk citra baik atau buruk terhadap aktor tertentu dalam pemberitaan, seperti pemerintah, korporasi, masyarakat, atau kelompok minoritas.

3. Moral Evaluation (Evaluasi Moral)

Pada tahap ini, media memberikan penilaian moral terhadap isu dan aktor yang terlibat. Penilaian ini bersifat normatif dan menampilkan bagaimana media memosisikan peristiwa tersebut—apakah patut didukung, dikritik,

atau disesalkan. Evaluasi moral dapat membentuk opini publik yang berpihak atau menolak pada kelompok tertentu.

4. Treatment Recommendation (Rekomendasi Penanganan)

Elemen terakhir adalah saran penyelesaian terhadap masalah yang diangkat. Media dapat mengusulkan bentuk intervensi, kebijakan, atau tindakan dari aktor tertentu untuk menyelesaikan masalah. Dalam hal ini, framing juga berfungsi sebagai alat legitimasi terhadap kebijakan atau bentuk tindakan tertentu.

Entman menekankan bahwa keempat elemen ini tidak selalu muncul secara eksplisit dalam satu teks media, tetapi dapat ditelusuri melalui narasi, kutipan narasumber, maupun sudut pandang yang dibangun media secara konsisten. Analisis framing ala Entman memberikan pendekatan struktural yang sistematis dalam mengkaji isi media, serta memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi ideologi, kepentingan, dan arah opini media.

Dalam konteks penelitian ini, teori framing Entman digunakan untuk menganalisis bagaimana Kompas.com dan Tempo.co membingkai isu *All Eyes on Papua*, khususnya dalam pemberitaan yang menyangkut konflik agraria, hak masyarakat adat, dan kampanye digital lingkungan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana realitas konflik Papua dikonstruksi dalam media arus utama nasional, siapa yang dianggap bertanggung jawab, serta bentuk solusi seperti apa yang ditawarkan oleh media dalam narasi pemberitaannya.

Perbedaan gaya pemberitaan, latar belakang kepemilikan media, dan orientasi redaksional menjadi faktor penting yang mempengaruhi pola framing. Kompas.com, misalnya, dikenal memiliki gaya pemberitaan yang cenderung netral dan menghindari konflik terbuka dengan otoritas negara, sedangkan Tempo.co memiliki tradisi jurnalisme investigatif dan lebih kritis terhadap isu-isu struktural dan HAM. Oleh karena itu, teori Entman sangat relevan digunakan

untuk mengungkap kecenderungan ideologis serta keberpihakan media dalam isu yang sensitif dan kompleks seperti konflik Papua.

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Oktami Pangestu, Amin Shabana (2024) <i>Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya</i>	Analisis Framing Robert N. Entman dan Pemberitaan Pondok Pesantren Al-Zaytun di Media Online Kompas.com	Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa framing yang dilakukan oleh Kompas.com terhadap Pondok Pesantren Al-Zaytun memiliki implikasi penting dalam membentuk persepsi publik. Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu	Sama menggunakan teori framing Robert N. Entman sebagai landasan analisis, yang menekankan pada empat elemen utama: identifikasi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaian. Dari sisi pendekatan, kedua	Penelitian tentang Al-Zaytun berfokus pada isu keagamaan dan potensi penyimpangan lembaga pendidikan berbasis agama, dengan objek tunggal yakni Kompas.com. Sementara itu, penelitian mengenai <i>All Eyes on Papua</i> menyoroti isu agraria, lingkungan, dan hak

			<p>isu melalui pemilihan angle pemberitaan dan penekanan aspek-aspek tertentu. Penelitian ini menegaskan bahwa framing bukan hanya soal menyampaikan informasi, tetapi juga tentang bagaimana informasi dipilih, disusun, dan diarahkan untuk mempengaruhi persepsi khalayak. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki kesadaran dan literasi media agar mampu</p>	<p>penelitian ini sama-sama mengamati bagaimana media menyusun narasi untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu.</p>	<p>masyarakat adat, serta membandingkan dua media—Kompas.com dan Tempo.co—yang memiliki karakteristik pemberitaan yang berbeda. Penelitian tentang Papua juga memperlihatkan kompleksitas isu serta keberpihakan media terhadap kelompok rentan, sedangkan penelitian Al-Zaytun lebih menekankan peran media dalam kontrol sosial terhadap</p>
--	--	--	---	---	--

			memahami isi pemberitaan secara lebih kritis dan objektif.		institusi.
2	MN. Hafidli, Rianne Nur Dwi Lestari Sasmita, Luthfiah Nurazhari, Nazma Rahisa, Gumilang Putri (2023) <i>JIS (Jurnal Ilmu Sosial)</i>	Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Kasus Kanjuruhan di Detik.com dan BBC News	Penelitian ini menunjukkan bahwa Detik.com dan BBC News membingkai Tragedi Kanjuruhan dengan cara yang berbeda. Detik.com lebih menekankan aspek emosional dan kemanusiaan, seperti kisah korban dan respons publik. Sementara itu, BBC News lebih fokus pada investigasi,	sama-sama menggunakan teori framing Robert N. Entman sebagai pisau analisis utama untuk membedah bagaimana media membingkai suatu isu publik. Keduanya juga membandingkan dua media online yang memiliki karakteristik dan latar belakang redaksional	Pada penelitian penulis fokus pada isu hak masyarakat adat dan lingkungan hidup, khususnya perjuangan Suku Awyu dan Moi di Papua, yang dibingkai melalui seruan “All Eyes on Papua”. Sementara itu, penelitian Kanjuruhan membahas isu tragedi olahraga dan penegakan

			<p>tanggung jawab aparat, dan kritik terhadap sistem pengelolaan pertandingan. Perbedaan ini mencerminkan orientasi redaksional masing-masing media serta pengaruh konteks lokal dan internasional dalam membingkai sebuah peristiwa.</p>	<p>yang berbeda, serta berusaha menelaah bagaimana identifikasi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penanganan dibentuk oleh media. Baik dalam isu Papua maupun Kanjuruhan, media berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap peristiwa yang memiliki dimensi politik, sosial, dan kemanusiaan.</p>	<p>hukum, yaitu bagaimana media melaporkan insiden di stadion yang menewaskan ratusan orang. Dari segi media, Anda membandingkan dua media dalam negeri (Kompas.com dan Tempo.co), sementara penelitian Kanjuruhan melibatkan media lokal (Detik.com) dan internasional (BBC News), sehingga terlihat juga pengaruh konteks lokal-global</p>
--	--	--	---	---	--

					dalam pembedakan. Selain itu, Anda lebih menyoroti kepentingan advokasi sosial dan kampanye digital, sedangkan penelitian Kanjuruhan fokus pada tanggung jawab kelembagaan dan aparat keamanan.
3.	Arif Ramdan Sulaeman (2024) <i>Jurnal Komunikasi dan Media</i>	Analisis Framing Robert N. Entman Pada Pemberitaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media cenderung membingkai konflik Palestina dengan menekankan pada	Sama-sama menggunakan teori framing Robert N. Entman untuk menganalisis bagaimana media membentuk persepsi publik	Perbedaan antara penelitian isu “All Eyes on Papua” dan konflik Palestina terletak pada konteks dan skala konflik

		<p>Palestina</p> <p>aspek-aspek tertentu, seperti identifikasi masalah, penyebab, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaian. Misalnya, identifikasi masalah difokuskan pada tindakan kekerasan, penyebab dikaitkan dengan kelompok tertentu, evaluasi moral menyoroti pelanggaran hak asasi manusia, dan rekomendasi penyelesaian mengarah pada intervensi</p>	<p>melalui empat elemen utama: identifikasi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penanganan. Sama -sama mengangkat isu kemanusiaan yang melibatkan kelompok rentan—masyarakat adat Papua dan rakyat Palestina—serta menyoroti peran penting media dalam membingkai konflik dan perjuangan kelompok tersebut.</p>	<p>serta jenis media yang dianalisis. Penelitian Papua fokus pada konflik agraria dan advokasi lingkungan hidup di Indonesia melalui media nasional, sementara penelitian Palestina membahas konflik bersenjata dan pelanggaran HAM dalam skala internasional melalui media global. Selain itu, isu Papua menekankan kekuatan kampanye</p>
--	--	---	---	--

			internasional.		digital, sedangkan isu Palestina lebih berfokus pada aspek kekerasan dan geopolitik.
--	--	--	----------------	--	--

2.10.1 GAP Antara Penelitian Terdahulu dan Penelitian ini

Penelitian yang dilakukan oleh Oktami Pangestu dan Amin Shabana berfokus pada pembingkaihan isu Pondok Pesantren Al-Zaytun di media Kompas.com dengan menggunakan teori framing Robert N. Entman. Meskipun penelitian tersebut berhasil menunjukkan bagaimana framing dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap isu keagamaan, terdapat kesenjangan dalam cakupan dan kompleksitas isu yang diangkat. Penelitian ini hanya menggunakan satu media sebagai objek kajian, yaitu Kompas.com, dan tidak membandingkannya dengan media lain yang berbeda secara ideologis atau redaksional. Selain itu, penelitian mereka tidak mengeksplorasi keterlibatan kampanye digital atau keberpihakan media terhadap kelompok rentan. Sementara itu, penelitian ini mengisi gap tersebut dengan membandingkan dua media nasional, Kompas.com dan Tempo.co, serta mengangkat isu yang lebih kompleks dan berlapis, yaitu konflik agraria, lingkungan, dan hak masyarakat adat dalam gerakan *All Eyes on Papua*, sekaligus mengaitkan peran media dalam membentuk opini publik dan mendorong aksi kolektif melalui media digital.

Penelitian yang dilakukan oleh MN Hafidli dan timnya membahas framing media terhadap tragedi Kanjuruhan melalui perbandingan antara Detik.com sebagai media lokal dan BBC News sebagai media internasional. Walaupun pendekatan komparatif yang digunakan serupa dengan penelitian ini, terdapat perbedaan mendasar dalam fokus isu dan konteks media. Penelitian

Kanjuruhan lebih menekankan pada aspek hukum, tragedi kemanusiaan, dan tanggung jawab aparat keamanan dalam konteks olahraga, serta belum menyoroti bagaimana media membingkai perjuangan masyarakat sipil dalam advokasi jangka panjang. Selain itu, tidak terdapat pembahasan tentang pengaruh kampanye digital atau mobilisasi sosial melalui media. Dalam hal ini, penelitian ini melengkapi kekosongan tersebut dengan fokus pada advokasi masyarakat adat dan peran kampanye digital *All Eyes on Papua* sebagai gerakan akar, serta membandingkan framing dari dua media nasional dengan ideologi redaksional yang kontras, sehingga memberikan kontribusi baru dalam melihat hubungan antara media, kekuasaan, dan partisipasi publik.

Penelitian Arif Ramdan Sulaeman yang menganalisis framing media terhadap konflik Palestina memberikan kontribusi dalam konteks pemberitaan isu hak asasi manusia dan konflik bersenjata di skala global. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada narasi pelanggaran HAM dan intervensi internasional melalui media global, tanpa mengangkat dinamika kampanye digital, gerakan sosial, atau advokasi di tingkat akar rumput. GAP yang muncul dalam penelitian tersebut terletak pada konteks lokalitas, strategi mobilisasi publik, dan perbandingan media nasional. Penelitian ini menawarkan pembaruan dengan menyoroti konflik agraria dan ekologi dalam negeri Indonesia, membahas peran kampanye digital dalam mengangkat isu marginal, serta menunjukkan bagaimana orientasi redaksional media nasional mempengaruhi peminimalan isu yang melibatkan masyarakat adat. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pendekatan framing ke dalam konteks media advokatif dan keberpihakan ideologis di tengah konflik struktural antara negara, korporasi, dan rakyat.

2.10.2 Peran Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji praktik framing media menggunakan model analisis Robert N. Entman telah memberikan fondasi kuat bagi penelitian ini, baik dari sisi teori, metodologi, maupun pemahaman kontekstual tentang bagaimana media bekerja dalam membentuk wacana publik. Penelitian Oktami Pangestu dan Amin Shabana (2024), yang meneliti pemberitaan

mengenai Pondok Pesantren Al-Zaytun di Kompas.com, menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi melalui seleksi fakta, bahasa, dan penonjolan aspek tertentu dalam teks berita. Meskipun isu yang diangkat lebih bersifat internal dan menyangkut lembaga keagamaan, penelitian tersebut memperkuat argumen bahwa framing bukan hanya persoalan teknis penyampaian informasi, tetapi juga merupakan proses ideologis yang melibatkan posisi media terhadap kekuasaan. Hal ini menjadi pijakan penting dalam penelitian ini untuk menilai bagaimana framing dalam kasus *All Eyes on Papua* dibentuk bukan sekadar oleh logika editorial, tetapi juga oleh orientasi redaksional dan nilai-nilai yang diusung masing-masing media.

Selain itu, penelitian oleh MN Hafidli dkk. (2023) yang membandingkan pemberitaan tragedi Kanjuruhan di media lokal (Detik.com) dan internasional (BBC News) memberi kontribusi metodologis yang signifikan dalam penelitian ini. Pendekatan perbandingan dua media dengan karakteristik dan audiens berbeda menjadi rujukan penting bagi peneliti dalam merancang desain analisis pada Kompas.com dan Tempo.co. Mereka menunjukkan bahwa framing tidak hanya dipengaruhi oleh isi berita itu sendiri, tetapi juga oleh latar belakang institusional, sasaran pembaca, dan ruang lingkup pengaruh media tersebut, lokal atau global. Penelitian ini memperluas cakupan tersebut dengan tetap menggunakan pendekatan perbandingan media, namun dalam konteks media nasional yang berbeda arah ideologis dan pendekatannya. Dari sini, penelitian ini mendapat penguatan argumen bahwa karakter media sangat menentukan bagaimana suatu isu dikonstruksi, ditafsirkan, dan disampaikan kepada publik.

Sementara itu, penelitian oleh Arif Ramdan Sulaeman (2024) tentang konflik Palestina menambah dimensi penting dalam pemahaman peran media dalam membingkai isu-isu kemanusiaan yang menyangkut kelompok rentan. Meskipun konteksnya bersifat global dan berkaitan dengan konflik geopolitik bersenjata, penelitian tersebut menegaskan bahwa media dapat menjadi alat

advokasi atau justru pelanggeng narasi dominan tergantung pada posisi ideologis dan afiliasi editorialnya. Penelitian ini mengadopsi semangat tersebut dengan membawa isu Papua ke dalam sorotan sebagai bentuk ketimpangan struktural dalam negeri, dimana hak masyarakat adat, konflik agraria, dan eksploitasi sumber daya alam menjadi sorotan utama. Dengan demikian, framing tidak hanya dilihat dari kacamata pemberitaan, tetapi juga dari dampak sosial-politik yang ditimbulkan, termasuk potensi mobilisasi opini publik dan tekanan terhadap aktor negara maupun korporasi.

Lebih jauh, kontribusi penting dari penelitian-penelitian terdahulu adalah dalam menginspirasi penggunaan teori framing Entman secara konsisten sebagai alat analisis yang komprehensif. Keempat elemen utama dalam teori ini, problem identification, causal interpretation, moral evaluation, dan treatment recommendation, telah teruji sebagai kerangka yang mampu menangkap arah narasi dan posisi ideologis media. Penelitian ini tidak hanya mengadopsi keempat elemen tersebut, tetapi juga menambahkan dimensi dari teori Hierarki Pengaruh Isi Media (Shoemaker & Reese), untuk menunjukkan bahwa isi media dipengaruhi oleh berbagai level, mulai dari individu jurnalis, rutinitas redaksional, organisasi media, hingga ideologi dan kepentingan ekonomi-politik eksternal. Ini adalah pengembangan konseptual yang belum dijangkau dalam penelitian terdahulu, dan menjadi pembeda utama dalam kontribusi akademik yang ditawarkan.

Dengan demikian, secara keseluruhan, penelitian ini berdiri di atas pondasi teoritik dan metodologis yang telah dibangun oleh penelitian-penelitian sebelumnya, namun secara sadar dan sistematis memperluas cakupan kajian dengan fokus pada isu yang lebih kompleks, pendekatan komparatif terhadap dua media nasional yang kontras, serta integrasi antara framing media, kekuasaan, dan gerakan advokasi publik dalam era digital. Kombinasi antara analisis konten dan konteks menjadikan penelitian ini tidak hanya sebagai studi framing biasa, tetapi

juga sebagai upaya kritis untuk memahami bagaimana media, dalam struktur sosial-politik yang lebih luas, berperan dalam menentukan suara siapa yang didengar dan suara siapa yang diredam dalam wacana publik nasional.

