BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Konstruksi atas Realitas Peter L Berger

Konstruksi sosial adalah teori sosiologi kontemporer, yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann adalah suatu teori sosiologi kontemporer yang menekankan bahwa realitas sosial adalah konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Mereka melihat realitas sosial sebagai konstruksi yang merupakan hasil dari interaksi manusia yang bebas, yang memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas kontrol struktur pranata. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivisme yang melihat individu sebagai penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya.

Teori ini telah menjadi subjek kajian dalam berbagai penelitian berparadigma konstruktivisme. Namun, berapa ahli juga telah mengkritik teori ini, misalnya dalam hal pengabaian terhadap perspektif epistimologis dan metodologis dalam menacari produk realitas.

Konstruksi sosial atas Realitas dapat diartikan adalah proses sosial melalui tindakan dan interaksi yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivisme yang mana paradigma tersebut memandang bahwa realitas sosial merupakan hasil dari konstruksi sosial yang diciptakan sendiri oleh individu. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta dari realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Asal usul dari konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme dari gagasan konstruktif kognitif. Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme sudah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia dan plato menemukan akal budi. Gagasan tersebut semakin konkret kebenarannya setelah Aristoteles mengenalkan istilah informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan sebagainya. Aristoteles mengatakan bahwa manusia

merupakan makhluk sosial, setiap pernyataan harus dapat dibuktikan kebenarannya, dan kunci pengetahuan adalah fakta. Aristoteles mengatakan "saya berpikir itu karena saya ada". Pernyataan inilah yang menjadi dasar kuat untuk perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Seorang epistemologi dari Italia Giambattista Vico pencetus gagasan-gagasan pokok konstruktivisme mengatakan "Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan." Maksudnya adalah hanya Tuhan saja yang paham akan alam semesta, karena hanya Tuhan yang tahu bagaimana membuatnya dari apa dibuatnya, sementara manusia hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya.

Terdapat tiga bentuk realitas sosial menurut Berger & Luckman:

1. Realitas Sosial Objektif

   adalah suatu kompleksitas definisi realitas gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas Sosial Simbolik

   adalah ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.

3. Realitas Sosial Subjektif

   Realitas sosial pada individu berasal dari realitas sosial objektif dan realitas simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu adalah basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial.

Setiap peristiwa adalah realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial

subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima khalayak sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.

Berger & Luckmann berpendapat bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dalam pengertian tiap individu dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak dapat terpisahkan oleh masyarakat. Manusia sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui tiga momen dialektis yang simultan, yaitu:

1. Eksternalisasi

   yaitu, usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental ataupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Dalam tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia (*Society is a human product).*

2. Objektivasi

   adalah hasil yang telah dicapai berupa realitas objektif yang mungkin akan menghadapi penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisasi yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif atau proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang mengalami proses institusional.

3. Internalisasi

   yaitu, penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur sosial. Bermacam-macam unsur dunia yang telah terobjektifikasi akan dipahami sebagai gejala realitas diluar kesadarannya,

sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjad hasil dari masyarakat.

Eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi merupakan dialektika yang berjalan simultan, yang mana adanya proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada diluar (objektif) dan kemudian terdapat proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada diluar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subyektif. Pemahaman akan realitas yang dianggap obejktifpun terbentuk, melalui proses eksternalisasi dan objektifikasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

2.2 Lima Level Pengaruh Terhadap Isi Media

Teori lima level pengaruh media ini dikembangkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menjelaskan pengaruh terhadap isi pemberitaan media karena adanya faktor internal dan eksternal. Pengaruh ini dibagi menjadi beberapa level, yaitu individu pekerja media (*individual leve*l), rutinitas media (*media routines level)* organisasi media (*organizational level),* luar media (*extra media),* dan ideologi (*ideology level).* Teori ini menggambarkan bahwa isi media yang disampaikan kepada khalayak tidak datang dari "ruang hampa" yang netral, bebas kepentingan, dan disalurkan oleh medium yang bebas distorsi, namun merupakan hasil pengaruh kebijakan internal organisasi media serta pengaruh eksternal media itu sendiri. Pengaruh internal pada konten media berhubungan dengan kepentingan pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita serta rutinitas organisasi media.

Sedangkan untuk faktor eksternal media berhubungan dengan pengiklan, pemerintah masyarakat dan lainnnya. Yang mana, isi media pada dasarnya merupakan hasil tekanan dari dalam dan luar organisasi media. Isi media merupakan kombinasi dari program internal,

keputusan manajerial dan editorial, serta pengaruh eksternal dari berbagai sumber nonmedia, seperti individu-individu yang berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, pemasang iklan dan lainnya. Lima level pengaruh media yaitu:

1. Pengaruh individu pekerja media (Individual level), pengaruh yang diakibatkan oleh individu yang bekerja dalam media, seperti pemilihan topik, pengembangan konten, dan pengembangan karya. Memang tidak memiliki pengaruh langsung kepada isi media, namun karakteristik individual tersebut mempengaruhi baik sikap maupun perilaku personal serta profesional yang bersangkutan. Hal inilah yang mempengaruhi isi media.
2. Rutinitas Media (*Media Routines Level)*, yaitu kebiasaan media dalam mengemas berita. Media rutin dibentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan, yaitu sumber berita (*suppliers)*, organiasasi media (*processor),* dan khalayak (*consumers).* Sumber berita yang didapatkan untuk pemberitaan. Organisasi media bisa disebut sebagai redaksi yang mengemas pemberitaan dan selanjutnya dikirim kepada khalayak. Khalayak adalah konsumen berita yaitu pendengar, pembaca, atau penonton. Khalayak berpengaruh pada level media rutin karena pada dasarnya berita diproduksi untuk dikirimkan kepada khalayak. Media bergantung kepada khalayak, dan ini membuat media memperhatikan khalayak saat memproduksi dan memilih berita. Dalam membuat jurnalistik terdapat beberapa nilai dalam membuat berita yaitu *importance* (penting), *magnitude* (besar), *timelines* (aktual), *proximity* (kedekatan), *novelty* (keunikan), *human interest* (menyentuh pada sisi kemanusian), dan *conflict* (kontroversi). Selain nilai-nilai tersebut unsur rutinitas media yang lain adalah organisasi media (*processor)*, namun yang paling pengaruh yang besar adalah editorial. Editorialah yang menentukan mana berita yang layak dan tidak untuk disuguhkan kepada khalayak. Selain itu juga sumber berita. Sumber berita biasanya ingin media

menyampaikan berita tidak bertentangan dengan lembaganya, seperti lembaga pemerintah, swasta, lembaga swadaya masyarakat, partai politik dan sebagainya. Meskipun sumber berita tidak terlalu berdampak signifkan pada konten media, tetapi ketergantungan media terhadap berita sedikit banyak mempengaruhi pemberitaan.

3. Organisasi Media (*organizational Level),* yaitu pada level ini berkaitan dengan struktur manajemen organisasi, kebijakan dan tujuan media. Level ini dianggap lebih berpengaruh pada isi media ketimbang dua level sebelumnya, yaitu level individu dan rutinitas media. Hal ini terjadi karena kebijakan dipegang pemilik media melalui editor. Jadi penentu kebijakan dalam menentukan pemberitaan tetap dipegang pemilik media. Ketika pemilik media memberi tekanan pada pemberitaan tertentu, pekerja media secara individu dan rutinitas mereka harus tunduk. Struktur dan kebijakan organisasi media berkaitan dengan tujuan media. Tujuan media yang berada dalam sistem ekonomi kapitalis tentunya berkaitan dengan profit.
4. Luar Media (*extramedia level),* pengaruh-pengaruh itu berasal dari sumber berita, *public relation,* pengiklanan dan penonton, pemerintah, pangsa pasar, dan teknologi. Sumber berita memiliki efek yang sangat besar pada konten media, karena jurnalis tidak bisa menyertakan berita apa yang mereka tidak tahu. Sedangkan pada pengiklan dan pembaca sangat berpengaruh karena keduanya adalah penentu kelangsungan media, yang membiayai jalannya produksi dan sumber keuntungan media. Selain itu juga kontrol dari pemerintah. Pemerintah dapat mengontrol pemberitaan jika bertentangan dengan kebijakan pemerintah. Penguasa atau pemerintah berpengaruh besar kepada isi media dengan pusat kekuasaan, Jika media memiliki hubungan dekat dengan kelompok elite dipemerintahan, maka kelompok tersebut akan mempengaruhi apa yang harus disampaikan. Unsur berikutnya adalah pangsa pasar media. Media massa beroperasi

secara primer pada pasar komersil, dan harus berkompetisi dengan media lainya untuk mendapatkan perhatian pembaca dan juga pengiklan.

5. Ideologi (*Ideoligical Level),* yaitu 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. Untuk mendefinisikan ideologi Shoemaker-Reese mengutip pandangan teori kritis yang menyebut ideologi sebagai sekumpulan ide-ide yang menyusun sebuah reperentasi dari sistem atau sebuah makna dari kode yang memerintahkan bagaimana individu dan kelompok melihat dunia. Pada level ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas dalam media. Pada level ini dibahas mengenai kepentingan yang bermain pada level lainnya, terutama level yang berhubungan erat dengan kekuasaan media yaitu level organisasi media dan rutinitas media. Selain itu pula hubungan antara pembentukan konten media dengan nilai-nilai, kepentingan dan relasi kuasa. Shoemaker-Reese membahas bagaimana kekuatan-kekuatan yang bersifat abstark seperti ide mempengaruhi isi media, terutama ide kelas yang berkuasa. Keduanya menggunakan asumsi Noam Chomsky dan Edward Herman bahwa media melayani dominasi elite. Ketika media dimiliki secara pribadi tanpa sensor resmi, media menjadi sistem propaganda. Maksudnya adalah ketika media dikontrol pihak-pihak swasta, pribadi, dan pemerintah, fungsi media menjadi bergeser. Media yang seharusnya memberikan pemberitaan berimbang dan tidak memihak justru menjadi corong propaganda kelompok-kelompok tersebut.

2.3 Konstruksi Pemberitaan

Dalam perspektif konstruksi sosial, berita bukanlah peristiwa yang didasarkan pada fakta yang sebenarnya, dan realitas bukan sekedar sesuatu yang diberitakan sebagai berita. Namun adanya proses internalisasi dan eksternalisasi. Dalam proses internalisasi, wartawan

dihadapkan dengan fakta, suatu realitas dicermati wartawan dan dipahami dalam kesadaran wartawan. Sedangkan dalam mekanisme eksternalisasi jurnalis memasukkan dirinya untuk memahami sebuah realitas. Konsep mengenai sebuah fakta dikonstruksikan dalam sebuah realitas. Hasil dari berita merupakan produk dari mekanisme interaksi dan dialetika. ((Eriyanto, 2015)

Pandangan Eriyanto (2015) paradigma konstruktivisme memiliki penilaian tersendiri terhadap media massa, wartawan, dan berita. Penilaiannya seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. **Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi**.

   Untuk kaum konstruksionis, realitas ini muncul dari struktur jurnalis, dari sudut pandang tertentu. Oleh karena itu, realitas yang objektif itu tidak ada, karena realitas muncul dari sudut pandang tertentu. Realitas tersebut bisa bermacam-macam, bergantung bagaimana perspektif wartawan yang memiliki pemahaman pandangan yang berbeda. Fakta yang berupa realitas tidak diberikan, tetapi apa yang kita pikirkan tentang fakta tersebut ada dalam pikiran kita.

2. **Media massa adalah agen konstruksi.**

   Media tidak hanya sekadar sebagai saluran yang bebas, ia adalah subjek yang mengkonstruksi realitas, termasuk pandangan, prasangka dan kepemihakannya. Media yang merupakan agen yang secara aktif memahami sebuah realitas untuk disuguhkan kepada masyarakat.

3. **Berita bukan refleksi dari realitas. Berita merupakan konstruksi dari realitas**.

   Berita bukanlah cerminan atau refleksi dari sebuah kenyataan, sebab berita yang muncul merupakan konstruksi atas realitas. Berita merupakan hasil konstruksi sosial dan selalu memuat pandangan, ideologi dan nilai-nilai jurnalis dan juga media.

4. **Berita bersifat subjektif.**

Berita merupakan produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan tersebut antar seseorang atas suatu realitas dapat berbeda-beda, sehingga menghasilkan berita yang bermacam-macam. Jika ada perbedaan antara berita dan kenyataan sebenarnya, bukan dianggap palsu melainkan penafsirannya terhadap kenyataan.

5. **Wartawan bukan sekedar pelapor. Wartawan merupakan agen konstruksi realitas.**

   Jurnalis tidak hanya melaporkan fakta, mereka juga menafsirkan sebuah peristiwa. Sebagai aktor sosial, jurnalis membantu menafsirkan apa yang terjadi dan membentuk peristiwa tersebut sesuai dengan cara pandang jurnalis itu sendiri. Selain sebagai produk yang berdiri sendiri, berita juga merupakan komponen interaksi jurnalistik dan prosedur dari organisasi.

6. **Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan merupakan bagian integral dalam proses produksi berita.**

   Aspek etika, moral, dan nilai-nilai tetentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media hal ini merupakan pandangan dari paradigma konstruktivis. Etika, moral, dan keberpihakan merupakan bagian integral yang tidak terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas. Karena fungsinya, wartawan menulis sebuah berita bukan hanya sebagai penjelas, tetapi mengkonstruksikan isu/kejadian dari dirinya sendiri dengan kenyataan yang dicermati.

7. **Nilai, etika, dan pilihan moral peneliti menjadi bagian integral dalam penelitian.**

   Penelitian yang bertipe konstruksionis memiliki pandangan bahwa yang menyatakan wartawan tidaklah subyek yang bebas nilai. Opsi terhadap etika, moral ataupun keberpihakan wartawan menjadi hal yang terpisahkan dari mekanisme sebuah penelitian.

8. **Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita.**

Khalayak tidak hanya dipandang sebagai subjek yang pasif, namun dilihat sebagai subjek yang aktif dalam mendefinisikan apa yang dibaca. Maksud pada suatu teks bukan didefinisikan sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari jurnalis ke pembaca. Ia (khalayak) lebih tepat dipahami sebagai suatu praktik penandaan, karenanya setiap orang dapat mempunyai pemaknaan berbeda terhadap teks yang sama (Eriyanto, 2015)

Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang memandang kebenaran realitas sosial sebagai hasil konstruksi, dan kebenaran realitas sosial bersifat relatif (Umanailo, 2019). Individu berusaha memahami dunia berdasarkan tempat mereka tinggal dan bekerja, sehingga mengembangkan makna subjektif dari pengalaman pribadi mereka hal ini merupakan pandangan pada paradigma konstruktivisme. Oleh karena itu, makna-makna tersebut bisa beragam, dan seorang jurnalis perlu melihat kompleksitas dari pandangan mereka, dibandingkan hanya mempersempit makna ke dalam kategori dan ide yang berbeda. (Creswell, 2016)

2.4 Framing Sebagai Bentuk Konstruksi Realitas

Ide terhadap frame pertama kali dikemukakan oleh Beterson pada tahun 1955 (Sobur, 2015). Awalnya bingkai dipahami sebagai struktur konseptual atau keyakinan yang mengatur pandangan, kebijakan, dan wacana politik serta memberikan kategori standar untuk mengevaluasi realitas. Ide ini kemudian dikembangkan lagi oleh Goffman (1974), yang mana menjadikan bingkai adalah sebagai unit-unit dari tindakan atau perilaku (*strips of behavior)* yang memandu person dalam memahami suatu realitas (Sobur, 2015).

Untuk melakukan pembingkaian media biasanya didorong karena dua kepentingan yaitu ekonomi dan politik. Moscow (2009) menjelaskan definisi ekonomi politik media membicarakan mengenai hubungan sosial, teutama pada hubungan kekuasaan, yang saling

mempengaruhi produksi sumber daya, distribusi, dan konsumsi termasuk sumber daya komunikasi

Framing adalah cara media untuk melihat suatu peristiwa dan bagaimana media tersebut menceritakan suatu peristiwa tersebut (Eriyanto, 2015). Framing merupakan cara pikir atau pandang media dalam membuat berita yang disuguhkan.

Media merupakan salah satu lembaga sosial masyarakat yang dinamikanya dipengaruhi oleh berbagai kepentingan di dalam dan di luar lembaga tersebut (Permatasari, 2022). Kehidupan masyarakat tidak bisa jauh dari media, segala informasi yang diingkan dapat diakses dengan mudah.

Media massa adalah sumber informasi dan juga pengetahuan bagi masyarakat ((Fauziati, 2021); Long & Wall, 2012). Masyarakat menerima seluruh informasi tergantung pada apa yang diberikan oleh meja redaksi. Media massa dapat memberikan pengaruh yang besar (*powerful effect)*, dengan memberlakukan persyaratan tertentu dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat (Rusadi, 1994).

Dalam pembuatan berita ada konstruksi realitas sosial yang mana dapat membuat realita yang mencerminkan ekonomi politik dan batasan ideologi dalam pekerjaanya ((Fauziati, 2021)Luther & Zhou, 2005). Maka pemberitaan yang telah sampai kepada pembaca telah melalui proses *framing* atau pembingkaian sehingga informasi yang diterima telah dipotong, dirapikan dan diolah sedemikian sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh redaksi (Fauziati, 2021).

Framing adalah cara membentuk dan memproses wacana dari berita atau sebuah keidentikan dari wacana itu sendiri (Fauziati, 2021).Framing sengaja dibuat oleh media dalam menyuguhkan berita atau informasi kepada khalayak pembaca.

Menurut Eriyanto (2015) framing adalah strategi untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media terhadap sebuah isu atau peristiwa. Cara bercerita itu dapat dilihat atau

tergambar melalui bagaimana cara pandang seorang wartawan dalam melihat realitas yang dibuat menjadi sebuah berita. Sehingga cara pandang tersebut yang berpengaruh terhadap hasil akhir dengan konstruksi realitas.

Dua hal penting dalam pembingkaian, *Pertama,* bagaimana sebuah isu atau kejadian diartikan, hal ini berkaitan dengan bagaimana yang diberitakan dan bagaimana yang tidak diberitakan. *Kedua,* bagaimana fakta tersebut itu ditulis, hal ini berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung sebuah gagasan (Eriyanto, 2015). Oleh karena itu, berita menjadi manipulatif dan memiliki maksud untuk mengelola keberadaan subjek sebagai suatu legitimate, objektif, alamiah, wajar, atau tak terelakan (Sobur, 2015)

Modigliani dan Gamson menyebutkan bahwa cara lihat itu sebagai kemasan (*package)* yang memiliki maksud adanya konstruksi makna atas isu atau kejadian yang akan disuguhkan kepada masyarakat. Menurut keduanya, bingkai merupakan cara bertutur cerita yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa atau isu yang berkaitan dengan objek suatu wacana.

Proses framing membuat media massa sebagai arena informasi mengenai sebuah isu atau peristiwa tertentu yang diperebutkan dalam suatu perang simbolik antar berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya diterima dan didukung oleh masyarakat (Sobur, 2015)

Seperti halnya metrotvnews.com membawakan berita mengenai deklarasi Anies-Muhaimin dengan judul “Anies - Cak Imin Jadi yang Pertama Dideklarasikan sebagai Bacapres - Bacawapres.” Sedangkan kumparan dihari yang sama juga mengeluarkan berita dengan judul “PKS Batal Hadiri Deklarasi Anies - Cak Imin, Soroti Mekanisme KPP Tak Smooth”. Dari kedua contoh judul berita di atas saja sudah dapat dilihat adanya framing yang sengaja dibuat.

2.5 Analisis Framing

Analisis merupakan aktivitas mendalami objek dengan cara menjabarkan komposisi objek dan merapikan kembali komponen-komponennya untuk dipahami atau dipelajari secara lengkap atau detaill (Syafitri, 2020)

Menurut Peter Salim dan Yenny Salim definisi analisis sebagai berikut:

1. Analisis adalah pengkajian terhadap suatu kejadian (perbuatan, karangangan, dll) untuk menemukan fakta yang tepat.
2. Analisis adalah pemaparan pokok persoalan persoalan atas unit-unit, pengamatan terhadap unit-unit tersebut dan penggabungan antar unit untuk menemukan pendefinisian yang benar dengan penafsiran secara keseluruhan.
3. Analisis adalah penjelasan sesuatu hal dan sebagainya setelah ditelaah secara tajam (Salim, 2002).

Macam-macam analisis menurut Alex Sobur dalam bukunya Analisis Teks Media (2015) terdapat tiga macam analisis, yaitu analisis semiotik, analisis wacana, analisis framing:

1. Analisis Semiotik

   Secara etimologis berasal dari kata Yunani yaitu *semion* yang memiliki arti “tanda”. Secara terminologis analisis ini merupakan ilmu yang mempelajari sekumpulan luas objek, seluruh kebudayaan, serta peristiwa sebagai tanda.
2. Analisis Wacana

   Yaitu kegiatan menelaah aneka fakta fungsi bahasa. Penggunaan alat dari cabang ilmu bahasa tidak bisa dilepaskan oleh analisis wacana, yaitu semantik, sintaksis, dan fonologi.
3. Analisis Framing

   Yaitu cara media melihat suatu peristiwa dan akan mempengaruhi hasil akhir dari konstruksi sosial (Sobur, 2015).

Analisis framing merupakan cara suatu media untuk membingkai suatu peristiwa (Eriyanto, 2015). Tujuan dari analisis framing ini adalah untuk melihat bagaimana media melihat dan mem-*framing* suatu isu atau kejadian, sehingga media massa dapat mempengaruhi perspektif masyarakat melalui konstruksi sosial yang dilakukan oleh media massa.

Analisis Framing merupakan metode analisis dalam ilmu sosial yang digunakan untuk menganalisis bagaimana orang memahami situasi dan aktivitas (Jorg, 2009). Metode analisis framing melibatkan pemeriksaan terhadap berbagai aspek, seperti gambar, sterotipe, metafora, aktor, pesan dan lainnya, serta mengkaji seberapa penting faktor-faktor tersebut dipilih.

Analisis framing umumnya terkait dengan cara media mengkonstruksi realitas dan bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai. Metode ini juga digunakan untuk melihat bagaimana wartaan dalam mengkonstruksi sebuah peritiwa atau isu yang disuguhkan kepada khalayak pembaca (Sobur, 2015).

Pembingkaian (*framing)* adalah cara pemahaman realitas yang mana kebenaran suatu kejadian tidak ditolak seluruhnya, melainkan secara lebih halus, dengan memberikan penonjolan kepada aspek tertentu (Sudibyo, 2001). Penonjolannya terhadap struktur-struktur tertentu dari peristiwa yang berhubungan dengan kenyataan yang ada. Ketika sebuah struktur tertentu itu diambil, lalu bagaimana aspek tersebut ditulis. Oleh karena itu, hal ini sangat berhubungan dengan penggunaan dan pemilihan diksi atau kata, kalimat, gambar atau foto dan juga citra yang dipilih untuk disuguhkan kepada khalayak (Kriyantoro, 2006).

Dalam analisis framing yang akan dilihat adalah cara media memaknai, memahami, dan membingkai isu atau kejadian yang diberitakan. Tentu dengan cara seperti itu mencoba mendalami dan menafsirkan maksud teks dengan menjelaskan bagaimana sebuah media menyajikan topik tersebut (Eriyanto, 2015).

Kita sering mendapati setiap media berbeda-beda dalam membingkai suatu peristiwa yang sama. Hal tersebut dikarenakan pemahaman media dalam melihat peristiwa dan cara

media mengkonstruksikan yang berbeda-beda. Analisis framing berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat serta gambar yang dipakai untuk menunjang sebuah gagasan yang diinginkan.

Analisis framing memiliki keidentikan tersendiri berbeda halnya dibandingkan dengan analisis isi. Jika analisis isi yang lebih ditonjolkan adalah isi atau konten (*content)* dari suatu pesan atau sebuah teks komunikasi. Sedangkan analisis framing adalah pembentukan pesan dari teks (Eriyanto, 2015).

Sobur (2015) menyatakan dalam asas analisis framing adalah jurnalis dapat mengimplementasikan atau menjalankan standar dari kebenaran, matriks objektivitas, serta batasan-batasan tertentu dalam mengelola dan menyuguhkan berita kepada publik (Sobur, 2015).

Analisis framing biasa dipergunakan untuk mendalami *framing* realitas (peritiwa, individu, kelompok dan lainnya) oleh media massa. Pembingkain ini berarti bahwa realitas diinterpretasikan dan dikonfigurasi ulang dalam makna dan cara tertentu, sehingga hanya bagian-bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih dapat dikenali, dan dianggap lebih penting serta relevan dalam pikiran khalayak (Kriyantoro, 2006).

Analisis *framing* memiliki banyak model, diantaranya model Murray Edelman, Robert N. Etman, William A. Gamson, serta Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Pengertian pembingkaian menurut ahli sebagai berikut:

1. Model Murray Edelemen

   Model Edelman mengakomodasi *framing* sebagai klasifikasi: penggunaan sudut pandang tertentu dengan menggunakan kata-kata tertentu juga dapat menunjukkan bagaimana fakta atau realitas dipahami. Kategorisasi ada kekuatan dahsyat yang mempengaruhi pemikiran dan kesadaran publik. Oleh sebab itu dalam memandang suatu isu atau kejadian unit yang paling penting adalah bagaimana seseorang membentuk sebuah klasifikasi atas sebuah isu atau kejadian.

2. Model Robert N. Entman

Model *framing* menurut Entman digunakan untuk mendeskripsikan proses dari seleksi dan mementingkan aspek tertentu dari realitas yang dibangun oleh media massa. *Framing* dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas, sehingga isu tertentu mendapatkan ruang lebih besar dibandingkan dengan isu lain. Selain itu *framing* juga memberikan tekanan yang lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks berita. Oleh karena itu sebuah gagasan atau informasi lebih mudah terlihat, lebih muda untuk diperhatikan, diingat dan ditafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak.

3. Model William A. Gamson

Menurut Gamson adalah menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum disisi lain. Wacana media adalah elemen penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atas sebuah isu atau peristiwa. *Framing* menurut Gamson bahwa dalam suatu peristiwa, *framing* berperan dalam mengorganisasi pengalaman dan petunjuk tindakan, baik secara individu ataupun kolektif. Dalam hal ini *framing* berperan dan menjadi aspek yang menentukan dalam partisipasi gerakan sosial, misalnya media massa melakukan *framing* pada sebuah peristiwa sehingga khalayak mempunyai sudut pandang yang sama atas suatu isu dan memiliki tujuan bersama.

4. Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model *framing* menurut Pan dan Kosicki adalah cara dalam membuat suatu pesan yang lebih menonjol, memuat informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. *Framing* dapat dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan dan menafsirkan pengalaman

sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya. *Framing* memiliki fungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi karena sudah ditandai dengan label tertentu (Eriyanto, 2015).

2.6 Framing Model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap frame memiliki cerita yang penting dan layak untuk diketahui (Eriyanto, 2015). Model analisis framing Pan dan Kosicki ini merupakan model analisis yang digunakan untuk memahami suatu realitas dibalik wacana dari media massa dan seni, bahkan ketika menyelidiki topik yang sama, analisis yang dilakukan oleh orang yang berbeda dapat menghasilkan kesimpulan yang berbeda (Eriyanto, 2015).

Pan dan Kosicki berpendapat bahwa bingkai memiliki fungsi sebagai pusat dari organisasi ide (Eriyanto, 2015). Model pembingkaian Pan dan Kosicki terdapat empat dimensi struktural framing yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. Dari keempat struktural tersebut dapat menjadi sebuah tema yang menghubungkan ke dalam elemen yang berbeda, seperti latar informasi, penggunaan kata, kalimat tertentu, dan kutipan dari beberapa sumber ke dalam teks secara keseluruhan.

Eliya (2019) berpendapat bahwa model analisis framing Pan dan Kosicki ini dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan *law enforcement* sehingga dapat mengembalikan tata jurnalistik yang seimbang sesuai dengan kode etik jurnalistik khususnya yang berkaitan dengan komunikasi politik. Model analisis framing ini dapat mengangkat kebenaran yang ada dalam berita di media, sehingga khalayak (pembaca) dapat mengetahui realitas yang sesungguhnya dalam peristiwa politik (Eliya, 2019).

Empat dimensi struktural model analisis framing Pan dan Kosicki sebagai berikut:

1. Struktur Sintaksis

   Dimensi ini mencakup struktur kalimat, penggunaan kata, dan tata bahasa dalam sebuah berita. Sintaksis dapat mempengaruhi pembaca dalam memahami teks berita.

2. Struktur Skrip

   Dimensi ini mencakup struktur narasi, seperti penggunaan kutipan, latar belakang informasi, dan penggunaan kata atau kalimat tertentu dalam sebuah teks berita. Skrip dapat mempengaruhi cara khalayak dalam memahami konteks dan makna dari sebuah teks berita.

3. Struktur Tematik

   Dimensi ini mencakup topik ataupun tema yang diangkat sebuah berita. Tematik dapat mempengaruhi khalayak dalam memahami sebuah peristiwa atau isu yang dibahas dalam sebuah teks berita.

4. Struktur Retoris

   Dimensi ini mencakup dalam penggunaan gaya bahasa, seperti metafora, analogi, dan ironi dalam sebuah teks berita. Retoris dapat mempengaruhi cara khalayak dalam merespon atau menafsirkan sebuah teks berita.

Tabel 2.1

(TABEL ANALISIS FRAMING MODEL PAN DAN KOSICKI)

No.	Struktur	Perangkat Framing	Unit yang Diamati
1.	**Sintaksis** Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	*Headline, lead,* latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup

2.	**Skrip** Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5W + 1H
3.	**Tematik** Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi antar kalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proporsi
4.	**Retoris** Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: Eriyanto, 2015

Keempat dimensi struktur diatas membentuk semacam tema yang mempertautkan unit-unit semantik narasi dalam suatu koherensi global. Bingkai adalah suatu ide gagasan yang digabungkan dengan unit yang beragam dalam sebuah teks berita kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu kedalam keseluruhan teks (Eriyanto, 2015).

Untuk peliputan mengenai isu-isu politik, tentu setiap media memiliki pembingkain tersendiri. Dengan memanfaatkan analisis framing dapat diketahui pembingkaian yang digunakan oleh media massa. Bingkai pada setiap media massa bergantung

kepada vis dan misi dari media tersebut, selain itu juga keberpihakan wartawan dalam membuat sebuah berita. Bingkai sebuah berita dapat terlihat pada cara jurnalis dalam menyusun fakta yang diperoleh di lapangan saat meliput, karena jurnalis yang menulis cerita dari sebuah peristiwa atau isu, dan wartawan pula yang menulis fakta serta dapat diketahui bagaimana seorang jurnalis dalam menegaskan arti tertentu dalam berita (Fauzi, 2007).

Oleh karena itu, untuk melihat frame dari metrotvnws.com dan kumparan.com dalam mengemas berita deklarasi Anies dan Muhaimin sebagai calon presiden dan wakil presiden 2024, peneliti menggunakan analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki yang diformulasikan dalam empat dimensi struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, struktur retoris.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG