BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Portal Berita Online sebagai Media Komunikasi Massa

Portal Berita menjadi salah satu media atau wadah komunikasi massa terjadi. Dibarengi dengan perubahan zaman menuju digitalisasi, portal berita juga berubah menjadi digital seperti yang terjadi pada Malang Posco Media. Penyesuaian yang dilakukan oleh media membawa dampak yang baik bagi keberlangsungan surat kabar yang mulanya hanya dapat dinikmati secara terbatas baik tempat dan waktunya, kini dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja. Portal berita online yang kini dapat dinikmati menggunakan akses internet dapat dengan cepat menyebarkan informasi. Sehingga efisiensi waktu dan efektivitas portal berita online menjadi salah satu faktor mengapa ia tetap digemari di era persaingan media online lainnya.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Jika membicarakan tentang komunikasi, banyak sekali definisi yang dikemukakan oleh para Ahli. Bahkan dalam buku yang ditulis oleh Nurudin (2016) yang berjudul "*Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*", Sebelum tahun 1976, Frank Dance dan Carl Larson menemukan 126 definisi dari komunikasi. Seiring berkembangnya zaman, definisi definisi tersebut sangat berpeluang untuk berkembang serta menjadikannya menjadi berlipat ganda.

Carl I. Hovland misalnya mengatakan bahwa Komunikasi merupakan suatu proses yang memungkinkan sang komunikator menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain. Sedangkan, Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses melakukan sortir, memilih, serta mengirimkan yang simbol sedemikian rupa yang akan membantu komunikan membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa seperti yang disampaikan oleh sang pengirim pesan (komunikator). Di sisi lain, Alex Gode mengartikan komunikasi dengan definisi yang berbeda jika dibandingkan dengan dua pencetus sebelumnya. Ia mengatakan bahwa komunikasi ialah proses yang membuat sesuatu yang awalnya dipunyai oleh seseorang menjadi dimiliki oleh dua pihak atau bahkan lebih.

Setelah, mengetahui beberapa definisi dari beberapa ahli. Komunikasi setidaknya harus memuat beberapa unsur yaitu usaha, penyampaian pesan, dan terjadi di antara manusia. Nurudin juga menyebutkan unsur unsur komunikasi dalam bukunya, antara lain yaitu terdapat komunikator, pesan, media, komunikan, efek, umpan balik, dan gangguan (Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan

Populer, 2016). Sehingga, bagaimanapun definisinya, proses komunikasi dapat terlaksana apabila memuat unsur di atas.

2.1.2 Jenis Jenis Komunikasi

Sebenarnya, jika membicarakan jenis atau tipe komunikasi dapat ditemukan jenis yang berbeda dan beragam tergantung dari pakar atau kelompok yang memaparkan tipe komunikasi tersebut. Masih dalam buku yang sama, Nurudin (2016) menunjukkan beberapa jenis komunikasi berdasarkan pakar atau ahli komunikasi. Diambil dari beberapa literatur, himpunan sarjana di Amerika menyebutkan tipe atau jenis komunikasi menjadi lima jenis, yaitu (1) Komunikasi Interpersonal, (2) Komunikasi Kelompok Kecil, (3) Komunikasi Organisasi, (4) Komunikasi Massa, dan (5) Komunikasi Publik.

Selanjutnya, Joseph A. Devito yang merupakan pakar atau ahli ilmu komunikasi membagi jenis komunikasi ke dalam empat tipe diantaranya (1) Komunikasi Antarpribadi, (2) Komunikasi Kelompok Kecil, (3) Komunikasi Publik, serta (4) Komunikasi Massa. Di samping itu, ada Wayne Pace yang mengelompokkan komunikasi menjadi tiga kelompok yaitu Komunikasi dengan diri sendiri, Komunikasi antarpribadi, hingga Komunikasi Khalayak (*Techniques for Effective Communication*).

Sehingga Nurudin mengambil kesimpulan dan mengelompokkan komunikasi ke dalam empat kelompok, diantaranya:

1) Komunikasi Intrapersonal (Dengan diri sendiri)
2) Komunikasi Interpersonal (Antar Pribadi)
3) Komunikasi Publik
4) Komunikasi Massa

2.1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai macam tujuan komunikasi dan berguna untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, Tamburaka dalam bukunya menyebutkan beberapa unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah: Komunikator, Media Massa, Informasi (pesan) Massa, *Gatekeeper*, Publik/Khalayak, dan Feedback/Umpan balik. (Tamburaka, 2012)

Dalam Jurnalnya, Hasyim Ali Imran menyebutkan bahwa Komunikasi dalam konteks massa, atau lebih umum dikenal dengan komunikasi massa, telah banyak didefinisikan para akademisi. Diantaranya dikemukakan Bittner, bahwa komunikasi massa yaitu pesan atau informasi yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang

(Rakhmat, 1985:176). Definisi ini menyiratkan arti bahwa komunikasi massa pada hakikatnya merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi media massa kepada khalayak luas (publik) yang anonim.

Littlejohn memberi penjelasan bahwa proses komunikasi yang demikian dengan konsep media encoding adalah suatu proses dimana media dan para jurnalis memediakan pesannya yang berupa informasi tersebut kepada khalayak. (2012).

I Nyoman Jampel, dkk. dalam bukunya memaparkan pendapat DeFleur & McQuail bahwa Komunikasi Massa merupakan suatu proses dimana para komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan mampu memberi pengaruh kepada publik melalui berbagai cara (1985).

Komunikasi Massa merupakan pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk-bentuk komass adalah seperti; Jurnalistik, public relations, penerangan, propaganda, agitasi, advertising, publicity, pertunjukkan, dan komunikasi internasional (dalam Sunarjo dan Djoenaesih S., 1981:41).

Dalam penelitian ini, Komunikasi Massa yang terjadi antara perusahaan redaksi atau media yang ingin menyampaikan pesan atau informasi seputar Tragedi Kerusuhan Kanjuruhan pada 1 Oktober 2022 kepada khalayak. Media yang digunakan dalam komunikasi massa ini ada media baru tepatnya Portal berita online. Jika melihat kembali dari definisi yang dikemukakan oleh Tamburaka (2012), Komunikasi massa yang dilakukan harus memiliki unsur umpan balik atau *feedback*, dimana pemberitaan tentang Kerusuhan Kanjuruhan haruslah mempunyai efek terhadap cara pandang dan perilaku pembacanya.

2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa

Mengutip Dayanti (2022), Fungsi dari komunikasi massa secara fundamental dapat dibagi ke dalam beberapa poin, antara lain yaitu:

a. Fungsi Informasi

   Fungsi utama dari komunikasi massa, tak lain dan tak bukan adalah sebagai penyedia informasi. Penyajian berita kepada publik sangat perlu untuk diperhatikan sebab penyajian berita menjadi komponen terpenting dalam fungsi ini. Misalnya ketika para jurnalis dan media menemukan fakta dan data di lapangan lalu mereka mengemas dan menyajikannya menjadi sebuah informasi dalam bentuk pemberitaan. Secara umum, temuan fakta tersebut akan disusun berdasarkan formula 5W dan 1H (*What, Who, Where, When, Why,* dan *How*).

b. Fungsi Pendidikan

Media massa menyajikan banyak produk seperti cerita, drama, diskusi, artikel yang sifatnya mendidik. Salah satunya dengan melalui pengajaran nilai, dan aturan yang berlaku kepada khalayak.

c. Fungsi Persuasif

Tak kalah penting dengan fungsi lainnya, fungsi persuasif dapat menguatkan sikap, mengubah sikap, hingga menggerakkan pembaca atau penonton untuk melakukan sesuatu. Konsep persuasi ini berasal dari berbagai jenis bentuk misalnya mengubah tanggapan atau kepercayaan, mengganti sikap atau tanggapan seseorang

d. Fungsi Hiburan

Fungsi yang terakhir yaitu fungsi hiburan yang menduduki level paling penting dari fungsi komunikasi massa itu sendiri. Tentunya fungsi ini bersifat menghibur, wadah relaksasi, dan meredakan ketegangan sosial bagi audiens.

2.1.5 Bentuk Komunikasi Massa

a) Surat Kabar

Surat kabar menjadi media massa berbentuk tulisan tertua yang pernah ada yang memuat informasi tentang politik, sosial, ekonomi, budaya, hingga keamanan. Dalam buku yang ditulis oleh Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si. yang berjudul "*Komunikasi Massa"* pada 2016, ia menyebutkan karakteristik yang dimiliki oleh Surat Kabar diantaranya adalah 1) Publisitas, 2) Periodesitas, 3) Universalitas, 4) Aktualitas, 5) Terdokumentasi, dan 6) Faktualitas.

Hingga saat ini, surat kabar memiliki tempat tersendiri di hati para pembacanya. Selain itu, surat kabar juga mampu bertahan di era digitalisasi sebab kualitas produk yang dihasilkan telah melalui proses yang panjang serta melibatkan banyak pihak baik eksternal maupun internal redaksi. Dalam penerbitan surat kabar, di dalamnya melibatkan banyak pihak mulai dari penanggung jawab, Pemimpin redaksi, Tim Redaksi, Reporter, Layouter, Ilustrator, Kontributor foto, hingga kontributor naskah (Komunikasi Massa, 2016).

b) Radio

Radio merupakan media massa yang dapat dinikmati dalam bentuk audio. Rahanatha (2008:42) merupakan penyampaian pesan yang dilakukan dengan cara pengiriman sinyal melalui modulasi serta radiasi elektromagnetik. Ciri utama dari radio ialah sifat auditifnya atau dikonsumsi melalui indra pendengaran (Romli, 2004:19). Book D. Cary menyebutkan karakteristik media masa, diantaranya 1) Radio terdapat dimana

mana, 2) Radio bersifat memilih, 3) Radio bersifat ekonomis, 4) Radio cepat untuk menyebarkan informasi, serta 5) Interaktif.

Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si. memaparkan bahwa program merupakan tolak ukur keberhasilan stasiun penyiaran. Maka dari itu, ia menyebutkan hal yang harus diperhatikan untuk menyiarkan suatu program dalam radio:

- Perencanaan Program (Planning, Collecting, Writing, Mixing, Vocal Recording, Mixing, On Air, hingga Evaluation)
- Produksi dan Pembelian Program
- Eksekusi Program
- Pengawasan dan Evaluasi Program

c) Televisi

Televisi menjadi media massa paling lengkap dibanding media massa yang telah ada sebelumnya. Sebab, ia dapat dinikmati dalam bentuk audio dan visual. TV digadang gadang menjadi media massa paling berpengaruh, sebab ia dapat menyampaikan pesan yang memberikan pengalaman kepada khalayak seakan mereka mengalaminya sendiri dalam waktu yang bersamaan saat pesan tersebut ditayangkan (Sony, 2008). Dalam bukunya, Romli (2016) memaparkan karakteristik dari Televisi diantaranya Tidak langsung, satu arah, terbuka, tersebar, dan selintas. Sedangkan, masih dalam buku yang sama, Onong Uchyana Effendy menyebutkan ada lima ciri ciri yang dimiliki oleh Televisi sebagai media massa yaitu:

- Komunikasi massa yang terjadi satu arah
- Komunikator pada komunikasi massa melembaga
- Pesan yang ditampilkan bersifat umum atau general
- Media massa dapat menyebabkan keserempakan
- Komunikan bersifat heterogen

d) Film

Seperti halnya televisi, Film juga merupakan bentuk media massa yang dapat dinikmati secara audio maupun visual. Mulanya, film dihasilkan dari pengembangan prinsip fotografi yang dikombinasikan dengan proyektor. Untuk pertama kalinya, film dipertunjukkan kepada publik di di Grand Cape, Boulevard des Capucines, Paris pada 28 Desember 1895. Film karya Luimere bersaudara ini ditonton oleh 30 orang Pertama kali dikenalkan kepada masyarakat melalui karya Edwin S. Porter yang berjudul “The Life of

an American Fireman dan The Great Train Robbery" di Amerika Serikat pada 1903 (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:246).

Film menggunakan banyak simbol, ikon, maupun tanda untuk menyampaikan pesan kepada penontonnya (Khomsahrial Romli, 2016). Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Massa: Suatu Pengantar" menyebutkan beberapa jenis film diantaranya ialah 1) Film Cerita (Story Film), 2) Film Berita, 3) Film Dokumenter, dan 4) Film Kartun (2004). Beberapa jenis film yang telah disebutkan tentunya mengalami perkembangan seiring berjalannya zaman tak hanya secara teknis, namun juga secara mekanis. Film akan terlihat hidup jika memasukkan jiwa dan nuansa dalam cerita serta skenarionya. Sehingga, film yang bagus akan melibatkan aspek visual, eksternal, konflik internal hingga auditorial untuk memikat para penontonnya (Ibnu Setiawan, 2003)

e) Internet

Mengutip John Vivian pada buku Teori Komunikasi Massa (2008), Internet sebenarnya berasal dari ARPAnet atau jaringan komputer Departemen Pertahanan AS yang ditemukan pada 1983. Setelah kesuksesan Lexis (Database full-text online pertama yang berisi dokumen legal), Mead Data Central di Amerika menciptakan Nexis pada 1978 yang memuat berita termasuk Washington Post, New York Times, U.S News, Associated Press, dan World Report. Ini lah yang menjadi cikal bakal dari portal berita online yang beredar sekarang. LaQuey dalam Elvinaro Ardianto (2004) mengatakan bahwa hal yang membedakan internet dengan media massa tradisional lainnya adalah segi penyampaian berita yang cepat dan interaksi yang dapat dilakukan dengan pembacanya secara langsung. Selain itu, jaringan internet memudahkan jurnalis untuk menyebarluaskan berita tanpa ada batasan jarak dan waktu. Sehingga, pembaca dapat menikmati berita yang disajikan kapanpun dan dimanapun.

2.1.6 Media Massa

Media Massa merupakan sarana penyampaian komunikasi serta informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh publik secara luas pula. Adapun media massa ialah institusi yang dapat menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya melalui produk media massa yang dihasilkan. (Agenda Setting Media Massa, 2012)

2.1.6.1 Fungsi Media Massa

Harold Dwight Lasswell memaparkan fungsi komunikasi menjadi tiga poin dalam bukunya yang berjudul "*The Structure and Function of Communication in Society"* diantaranya:

1) Surveillance of The Part Environment **(Fungsi Pengawasan)**
2) Correlation of The Part of Society in Responding to the Environment **(Fungsi Korelasi)**
3) Transmission of The Social Heritage from One Generation to the Next **(Fungsi Pewarisan Sosial)**

Kemudian, Winarni mengutip Charles Wright (2003) menyebutkan fungsi komunikasi yaitu:

1) Surveillance (Pengawasan)

   Fungsi pengawasan sendiri dibagi ke dalam dua poin utama yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Pengawasan peringatan terjadi ketika media massa memberikan informasi tentang peringatan bencana, serangan militer, atau inflasi ekonomi sekalipun. Sedangkan, pengawasan instrumental memiliki fungsi yang lebih casual dibanding dengan peringatan misalnya penginformasian tentang produk baru, harga saham, mode dan fashion, musik terkini, hingga resep masakan.

2) Interpretation (Penafsiran)

   Hampir sama dengan fungsi pengawasan, fungsi penafsiran terjadi ketika media memberikan penafsiran atau opini tentang suatu isu. Penafsiran atau sudut pandang dari seseorang akan mudah ditemukan dalam rubrik tajuk rencana atau opini dalam suatu media massa seperti surat kabar atau media siber. Tak hanya dalam bentuk tajuk rencana, penafsiran ini dapat ditemukan pada berita yang memuat analisis dari media pada suatu kasus misalnya in depth dalam pemberitaan pemilu, kenaikan inflasi, kematian ratusan korban karena wabah atau tragedi.

3) Linkage (Pertalian)

   Fungsi pertalian yang dimaksud ketika media dapat menjadi wadah koneksi atau *linkage* yang menghubungkan pihak satu dengan yang lainnya.

4) Transmission of Value (Penyebaran Nilai Nilai)

Fungsi ini juga disebut sebagai fungsi sosialisasi dimana media mewakili masyarakat untuk bertindak sesuai apa yang diharapkan. Televisi dan internet menjadi media paling mungkin untuk melakukan sosialisasi dalam menyebarkan nilai atau pemahaman tertentu karena sifatnya yang dapat dinikmati baik secara audio maupun visual.

5) Entertainment (Hiburan)

Fungsi ini telah dijalankan oleh semua bentuk media massa mulai dari surat kabar, media siber, radio, televisi, hingga film. Tak dapat dipungkiri, fungsi ini yang menjadi daya tarik dari media massa untuk mendapat perhatian dari khalayak baik kalangan ke bawah, menengah, hingga menengah ke atas yang tak terbatas oleh usia.

Selain, Charles Wright dan Lasswell, Karlinah dkk (1999) dalam Elvinaro Ardianto juga menyebutkan beberapa fungsi dari media massa. Menurutnya, fungsi media massa terbagi ke dalam enam fungsi utama yaitu

1) Fungsi Informasi
2) Fungsi Pendidikan
3) Fungsi Mempengaruhi
4) Fungsi Proses pengembangan mental
5) Fungsi Adaptasi Lingkungan
6) Fungsi Memanipulasi Lingkungan

DeVito pada 1997 juga mengemukakan pandangannya mengenai fungsi komunikasi yakni:

1) Fungsi Meyakinkan (To Persuade)
2) Fungsi Menganugerahkan Status
3) Fungsi Membius (Narcotization)
4) Fungsi Menciptakan rasa kebersatuan
5) Fungsi Privatisasi

2.1.6.2 Peran Media Massa

Media massa juga memiliki peran penting dan keterkaitan dengan konstruksi. Dennis McQuail dalam bukunya yang berjudul "*Mass Communication Theory"* memaparkan peran media massa ke dalam enam poin, diantaranya:

1) Window on event and experience

   Media massa berperan sebagai jendela yang memberikan kesempatan pada publik atau audience untuk melihat berbagai peristiwa yang terjadi di luar sana.

2) Mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection

   Media massa berperan cermin berbagai macam isu atau kejadian untuk wadah refleksi sebab pihak pengelola media sering tidak merasa bersalah bahkan bertanggung jawab jika media massa diisi oleh konflik atau kekerasan maupun hal negatif lainnya.

3) Gatekeeper

   Media massa disini berperan sebagai filter yang akan melakukan seleksi isu atau peristiwa mana yang akan dipilih untuk ditampilkan kepada khalayak.

4) Guide

   Media massa memiliki peran sebagai penunjuk arah ataupun interpreter yang bertugas menerjemahkan informasi untuk hal yang tidak memiliki kepastian.

5) Forum

   Media massa berperan sebagai forum atau untuk mewadahi ide dari publik yang memungkinkan adanya feedback.

6) Interlocutor

   Media massa tak hanya berperan sebagai wadah informasi melainkan memiliki peran sebagai wadah komunikasi interaktif.

2.1.6.3 Bentuk/Jenis Media Massa

Ruang lingkup media massa terdiri dari surat kabar/koran, film, radio, televisi, dan media sosial yang digadang-gadang sebagai media terpopuler akhir-akhir ini. Media Sosial memiliki cara kerja online atau tergabung dalam jaringan (daring) misalnya instagram,

facebook, tiktok, twitter, dan lain-lain. Pada dasarnya komunikasi massa itu perlu dipelajari dan diyakini hal itu penting bagi kehidupan kita, lantaran dari proses komunikasi tersebut diharapkan terjadi perubahan, baik itu perubahan pendapat, perubahan sikap, maupun perubahan perilaku orang-orang yang lebih luas (masyarakat). (Komunikasi Massa, 2016).

2.1.6.4 Produk Media Massa: Jurnalistik

Bernard Cohen dalam *Advance News Gathering* karangan Bryce T. McIntyre mengatakan bahwa beberapa peran yang umum dijalankan pers di antaranya sebagai pelapor (*informer*). Di sini pers berperan sebagai mata dan telinga publik, melaporkan kejadian yang di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. (Tamburaka, 2012)

Terdapat beberapa aspek penting dari media massa sehingga dapat menampilkan karya serta gagasan melalui media massa adalah hal yang dinilai strategis. Pertama, Jangkauan luas dalam menyebarluaskan informasi mampu melewati batas wilayah secara geografis, jenis kelamin (gender), kelompok umur, kebebasan (demografis), status sosial, serta perbedaan paham hingga orientasi (psikografis). Kedua, kemampuan luar biasa yang dimiliki media dalam melipatgandakan pesan atau informasi. Ketiga, media massa memiliki kemampuan untuk mewacanakan ide (gagasan) atau karya sesuai sudut pandangannya masing-masing. Keempat, Media massa mempunyai kesempatan luas untuk memberitakan dan menyajikan gagasan atau karya seseorang dengan fungsi agenda setting yang ia miliki.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini media massa memiliki kepentingan yang vital sebagai wadah atau tempat untuk menyampaikan pesan yang ditulis oleh seorang wartawan. Media massa ditujukan untuk mampu mempresentasikan diri sebagai ruang publik yang utama dan turut menentukan dinamika sosial, politik dan budaya di tingkat lokal maupun global. Yang mana dalam penelitian ini akan berfokus pada peran media massa dalam membingkai pemberitaan seputar Tragedi Kerusuhan di stadion Kanjuruhan pada Oktober lalu.

2.2 Media Online

Dalam jurnal penelitiannya, Algu Ready (2016), memaparkan bahwa perkembangan internet menjadi pemicu banyak munculnya media online serta semakin populernya media berbasis jaringan tersebut di kalangan masyarakat. Dengan adanya media baru atau media online sebagai sumber informasi, dunia dapat dikatakan tak memiliki batas waktu dan ruang. Peristiwa yang terjadi di belahan dunia tertentu

dapat dengan cepat diketahui oleh masyarakat di belahan dunia lain akibat mudahnya persebaran informasi melalui internet.

Media online menjadi salah satu jenis media massa yang populer serta bersifat khas. Werner dalam bukunya mengatakan kekhasan yang dipunyai oleh media online terletak pada penggunaan perangkat komputer serta jaringan teknologi informasi untuk mengakses berita. Selain itu, kepraktisan, sifat *up to date*, hingga *realtime* (aktual) menjadi suatu keunggulan yang dimiliki oleh media baru (Teori Komunikasi Massa: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa: 2011).

McQuail menyebutkan ada 7 karakteristik yang menjadi kunci dalam membedakan media lama dan media baru dari sudut pandang pengguna atau pembaca, diantaranya;

1. Interaktivitas (Interactivity) yaitu kegiatan atau aktivitas yang terjadi di media baru lebih interaktif antara komunikator (pemberi informasi) dan komunikan (khalayak)
2. Kehadiran Sosial (Social Presence) Kontak pribadi atau personal dengan individu lain menjadi lebih mudah.
3. Kekayaan Media (Media Richness), New media memiliki kemampuan untuk menjangkau hal baru dari referensi yang berbeda, memberikan kuantitas oetunjuk yang lebih banyak, melibatkan indera (audio visual) yang lebih banyak, serta memiliki sifat yang lebih personal.
4. Otonomi (Autonomy), Pembaca memiliki kendali atau kontrol atas konten yang akan ia konsumsi.
5. Unsur Bermain-main (Playfulness), Keragaman media baru sebagai sarana yang bersifat menghibur.
6. Privasi (Privacy), Memiliki sifat yang lebih personal dengan cara memberikan batasan privasi atas apa yang diinginkan oleh pengguna.
7. Personalisasi (Personalization), Konten lebih unik serta lebih personal dengan pilihan yang lebih beragam.

James C. Fuost, dalam Bahari menuturkan ada beberapa karakteristik yang dimilik oleh jurnalisme online yaitu *Audience Control* dimana pembaca memiliki kendali atas apa yang ingin dikonsumsi, *Nonlienarity* dimana dalam online journalism memungkinkan pembaca dapat membaca berita secara random atau acak, *Storage and Retrieval* yaitu pemberitaan dalam media online dapat tersimpan secara rapi dan dapat diakses kembali oleh pembaca kapanpun, *Unlimited Space* alias tidak memiliki batasan baik dari kuantitas jumlah berita serta informasi yang diberitakan, *Immediacy* yang mana media baru bisa mempublikasikan berita dengan cepat serta langsung kepada khalayak, *Multimedia Capability* adalah produk jurnalistik yang ditampilkan dapat disajikan dalam bentuk yang variatif atau beragam, dan yang terakhir *Interactivity* dimana khalayak memiliki kemampuan untuk berpartisipasi dalam memberikan *feedback*.

Ada perbedaan antara jurnalisme online dan tradisional menurut Rafaeli dan Newhagen (Weir dalam Santana, 2005) yaitu:

1. Teknologi jaringan internet yang berfungsi untuk mengkombinasikan sejumlah media
2. Kurangnya tirani penulis atas audiens atau pembacanya
3. Tak satupun orang memiliki kendali atas perhatian dari khalayak
4. Internet mampu menyinambungkan komunikasi yang berlangsung
5. Interaktifitas web

Di samping itu, karakteristik yang paling utama ialah kecepatan yang dimiliki oleh media online.

2.3 News Value

Ada beberapa nilai berita atau news value yang dikemukakan oleh Sallot dkk diantaranya Ketepatan Fakta, Menarik untuk dibaca, Berguna bagi pembaca, Kelengkapan atau completeness, ketepatan, publikasi tetap pada waktunya, memaparkan masalah dengan baik, Mekanisme tata bahasa yang tepat, hingga keadilan atas adanya perbedaan pandangan (J&MC Quarterly, 1998:367).

Selain Sallot dkk, Mondry dalam buku Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik (2008) mengutip news value yang dimuat dalam Assegaff, diantaranya aktual, keluarbiasaan, tokoh yang diberitakan, Akibat yang mungkin ditimbulkan, jarang lingkungan yang terkena berita, kemajuan, emosi yang diungkap dalam berita, ketegangan yang ditimbulkan, humor dalam berita, pertentangan, seks, serta human interest.

Romli (2014) menekankan ada empat unsur yang harus terpenuhi agar sebuah berita dapat disebut layak dan bisa dimuat (news value). Empat unsur nilai berita tersebut yaitu cepat, nyata atau faktual, penting, dan yang terakhir adalah menarik.

1. Cepat

   Ketepatan waktu dan kecepatan menjadi sesuatu yang penting sehingga suatu berita dapat dikategorikan layak untuk disajikan kepada publik.

2. Faktual

   Informasi yang disampaikan oleh media harus berisi tentang fakta (keadaan sebenarnya) bukan sesuatu yang bersifat fiksi. Fakta yang dimaksud disini maksudnya adalah kejadian nyata (real event), statement atau pernyataan dari sumber berita, hingga opini/pendapat.

3. Penting

   Nilai berita yang dimaksud penting ketika informasi atau peristiwa tersebut menyangkut kepentingan banyak orang. Contohnya, peristiwa yang secara luas memiliki pengaruh pada kehidupan masyarakat atau dirasa perlu diketahui serta diinformasikan kepada khalayak.

4. Menarik

Berita yang ditulis dapat mengundang publik untuk membaca termasuk dalam kategori layak untuk ditayangkan. Selain berita yang aktual, faktual, dan penting, berita yang memiliki karakteristik menghibur, memiliki keanehan, atau menyentuh emosi dan empati dapat disebut berita yang menarik.

Tak berbeda jauh, Purnama dalam bukunya menyebutkan nilai berita yang harus diperhatikan oleh jurnalis dalam memproduksi sebuah berita. Sebab, suatu peristiwa akan menjadi berita yang penting apabila memiliki kriteria sebagai berikut: 1) Akurat; 2) Lengkap, adil, serta berimbang; 3) Objektif; 4) Ringkas dan Jelas; serta 5) Hangat atau terbaru (Purnama, 2016).

Ismandianto dkk dalam jurnalnya mengutip pendapat Harriss dkk (2021) yang menjelaskan bahwa setidaknya terdapat delapan unsur news value atau nilai berita diantaranya kemajuan, konflik, dekat, aktual, penting, manusiawi, unik, serta berpengaruh. Penentuan nilai berita dilakukan secara langsung ketika penulis atau wartawan menuliskan berita. Pimpinan redaksi dan editor naskah juga mempunyai wewenang untuk melakukan seleksi serta menentukan berita tersebut layak atau tidak untuk diterbitkan ke khalayak. (Jurnal Online Medium Volume 9 Nomor 2, 2021)

Shoemaker dan Reese menjelaskan bahwa nilai berita merupakan elemen yang ditampilkan kepada khalayak. Maka dari itu, news value dianggap sebagai sebuah ideologi profesional wartawan, yang memberikan prosedur bagaimana kejadian yang begitu banyak disaring serta ditampilkan kepada khalayak.

Umumnya, nilai berita atau news value dapat digambarkan sebagai berikut:

1. *Prominence*, Suatu berita diukur dari pentingnya peristiwa tersebut.
2. *Human Interest*, Pemberitaan akan lebih menarik jika mengandung unsur sedih, haru, atau sesuatu yang menyentuh emosi masyarakat.
3. *Conflict/Controversy*, Kejadian yang mengandung konflik memiliki potensi untuk menarik minat baca masyarakat.
4. *Unusual*, Berita yang menayangkan suatu peristiwa yang tidak biasa.
5. *Proximity*, Peristiwa atau kejadian yang dekat dengan pembaca akan lebih menarik untuk diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh.

2.4 Teori Konstruksi Sosial

Teori Konstruksi Sosial atau yang biasa disebut dengan Konstruksi Realitas menjadi populer ketika pertama kali digaungkan oleh Peter L. Berger serta Thomas Luckmann melalui buku *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* pada 1996. Dalam bukunya, Berger mengilustrasikan proses sosial melalui interaksi dan tindakannya dimana seseorang menciptakan suatu realitas yang ia alami dan ia miliki secara terus-menerus secara subyektif.

Berger dan Luckmann (1990) juga menjelaskan tiga momen dialektika antara diri (self) dengan sosiokultural yang dapat memunculkan proses konstruksi sosial. Dialektika tersebut berlangsung dalam tiga proses yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Mulanya, Eksternalisasi merupakan proses adaptasi atau penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Selanjutnya proses objektivasi, yang mana terjadi interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif atau terjadi proses institusionalisasi. Kemudian, Internalisasi adalah proses dimana diri individu melakukan identifikasi terhadap dirinya dengan lembaga sosial dimana ia menjadi anggotanya. Media tentunya melibatkan tiga proses tersebut dalam melakukan konstruksi realitas. Dimulai dari eksternalisasi ketika khalayak mengkonsumsi pemberitaan mengenai isu tertentu. Kemudian, terjadinya objektivasi ketika munculnya opini atau pandangan setelah publik mengkonsumsi berita tersebut. Selanjutnya Internalisasi, yaitu pemahaman dari suatu peristiwa sebagai ungkapan akan makna tertentu.

Di sisi lain, dalam Bukunya, Ibnu Hamad menjelaskan konstruksi realitas yang dibentuk oleh media dalam komunikasi politik menjadi sesuatu yang sangat khas. Hal itu terlihat dari bagaimana media mengkonstruksikan suatu kejadian atau isu politik yang akan memberikan sebuah citra tertentu mengenai realitas politik. Tentunya, citra yang dibentuk media memiliki relasi yang kuat dan bersifat penting untuk para pelaku politik.

Dalam prosesnya, bahasa menjadi unsur yang sangat penting jika membicarakan tentang Konstruksi realitas. Disini, bahasa menjadi alat narasi serta alat konseptualisasi untuk menceritakan sebuah realitas. Di samping itu, penggunaan bahasa dalam bentuk simbol akan menentukan makna tertentu. Sementara itu, jika diperhatikan secara detail dan rinci, bahasa baik secara lisan, tulisan, grafik, gambar, angka, bahkan bentuk tabel sekalipun menjadi instrumen utama yang digunakan baik di media cetak maupun di media digital.

Dalam menyajikan realitas baik berupa keadaan, peristiwa, hingga benda, Jurnalis dan Media memanfaatkan bahasa untuk menggambarkan suatu realitas ke benak publik. Dalam bukunya yang berjudul "*Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa"*, Hamad menuturkan ada 3 cara atau tindakan yang umum dilakukan oleh para pekerja media untuk membentuk sebuah citra yaitu Pemilihan Simbol atau fungsi bahasa, Pemilihan Fakta yang akan ditampilkan (Strategi Framing), serta kesediaan memberi tempat alias agenda setting.

Ibnu Hamad menjelaskan lebih lanjut mengenai tiga tindakan tersebut. Ketika media memilih kata atau diksi yang digunakan (pemilihan symbol). Simbol yang dipilih akan berpengaruh pada arti atau makna yang muncul di pikiran publik. Misalnya, saat media menggunakan kutipan langsung dalam pemberitaannya atau ketika menjadikan tokoh politik sebagai sumber pemberitaan.

Media memiliki banyak opsi atau pilihan kutipan/ucapan narasumber yang bisa dikutip. Pemilihan ucapan narasumber akan mempengaruhi makna yang muncul. Pengabaian ucapan atau kutipan yang lain

juga akan berpengaruh pada makna yang tersirat. Bahkan, pemilihan istilah, frasa, angka, penggunaan foto, serta gambar, hingga cara mengemas sebuah berita akan menjadi sebuah tanda yang mempengaruhi bagaimana realitas tersebut dikonstruksi.

Kraus dan Davis dalam Ibnu Hamad (*Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*:2001) mengelompokkan bagaimana media menampilkan konstruksi realitas politik ke dalam 5 cara diantaranya yaitu pencitraan, penciptaan realitas komunikasi, penganugerahan status, pembuatan peristiwa/keadaan buatan, serta agenda setting. Tak hanya berpengaruh kepada citra para aktor politik, kelima cara ini juga berpengaruh pada perilaku politik para pelaku dan publik.

2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Isi Media

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menegaskan bahwa isi media mempunyai pengaruh dalam pemberitaan yang dilakukan. Pengaruh tersebut bisa berasal dari internal maupun eksternal. Shoemaker serta Reese membagi level media menjadi beberapa kategori diantaranya pengaruh dari rutinitas media, pengaruh organisasi media, pengaruh dari luar media, pengaruh pekerja media, serta ideologi (Ideology Model, 1996). Ada lima faktor yang mempengaruhi pemberitaan diantaranya:

1. Tingkat Individu

   Berita yang ditulis oleh jurnalis mampu memberikan pengaruh dari isi berita yang tersaji pada media massa. Pengalaman yang dialami oleh penulis, sikap, keyakinan yang tertanam, sikap, etika yang dimiliki, serta kekuasaan pada isi media massa menjadi faktor yang melatarbelakangi pengaruh di tingkat individu itu sendiri.

2. Tingkat Rutinitas Media

   Dalam tingkatan ini, terdapat dua mekanisme yang mempengaruhi pembentukan sebuah berita. Pertama, proses penentuan berita. Kedua, bagaimana berita itu dibentuk. Pada proses pertama terdapat prosedur dari masing-masing media tentang layak atau tidaknya suatu berita diproduksi dan ditayangkan kepada masyarakat. Pada tingkatan ini, jurnalis serta manajemen media tak hanya memiliki pengaruh terhadap isi berita yang disajikan. Campur tangan dari bagian sirkulasi dan sponsor juga berpengaruh dalam suatu pemberitaan. Di level organisasi, struktur manajemen media, kebijakan media, serta tujuan media memiliki hubungan dan sangat berpengaruh pada pemberitaan yang akan dimuat di media tersebut.

   1. Sumber Data

      Dalam konstruksi sosial, kecenderungan atau keputusan media juga mendapat pengaruh dari sumber elit yang diwawancarai. Sumber data mulai dari pejabat pemerintah, aktivis sosial, media massa, serta pihak pihak yang memiliki

kepentingan saling berlomba-lomba menggunakan media massa sebagai wadah penonjolan suatu aspek, konstruksi sosial, dan sudut pandang pribadi dari masalah tersebut.

2. Pengolahan Data

   Pengolahan berita yang dilakukan oleh redaktur pelaksana atau editor berita memilih pengaruh penting pada berita yang dihasilkan. Editor berita dapat menentukan ke arah mana pandangan pembaca akan dibawa. Sehingga, rutinitas di bagian pengolahan data menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi isi media.

3. Audiens

   Pembaca pun memiliki pengaruh pada isi berita yang akan diproduksi oleh media. Penting bagi media untuk mengetahui selera dan kebutuhan pangsa pasar yang akan disasar. Sehingga, media dapat menyesuaikan keuntungan bagi perusahaannya dari target pembaca yang akan mengkonsumsi berita.

3. Tingkat Extramedia Level

   Selain pengaruh internal, pengaruh yang muncul dari luar media juga mempunyai keterkaitan dengan tingkatan extramedia. Sumber berita menjadi salah satu pengaruh dalam level ini. Selain itu, Kontrol dari pemerintah, pangsa pasar serta teknologi, pengiklan, masyarakat/khalayak menjadi faktor yang memiliki pengaruh pada proses produksi berita.

4. Pihak Eksternal

   Pemerintah selaku pemegang lisensi penerbitan berita dan lingkungan bisnis menjadi pihak yang dimaksud dalam tingkatan ini. Meskipun media memiliki ideologi masing-masing, namun pemberitaan yang akan disajikan harus mengikuti aturan yang diberlakukan oleh pemerintah sebagai pihak yang memiliki otoritas tertinggi. Terlepas dari hal itu, gerak media di negara demokratis tidak terbatas seperti di negara monarki. Selain pemerintah, lingkungan bisnis dan keadaan pasar juga berpengaruh dalam produksi berita.

5. Tingkat Ideological

   Pada tingkatan ini, secara tidak langsung, ideologi yang dianut perusahaan sangat berpengaruh pada standar dalam produksi berita. Karena tiap media memiliki ideologi yang berbeda, maka isi pemberitaan akan berbeda pula. Ideologi mampu memberi pengaruh pada media dalam kemampuan media untuk mempengaruhi pemberitaan yang akan dirilis. Karena tiap media memiliki ideologi yang berbeda, maka isi pemberitaan akan berbeda pula. Tentunya, level ini akan sangat berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat dalam mengkonsumsi berita. Meskipun mengangkat isu atau topik yang sama, media satu dengan

yang lain akan memiliki angle dan penonjolan topik yang berbeda tergantung ideologi yang dianut oleh perusahaan media tersebut. Shoemaker dan Reese mengatakan bahwa salah satu hal yang memiliki pengaruh terhadap media adalah ideologi yang mana berupa sebagai mekanisme simbolik yang berperan sebagai kekuatan yang mengikat dalam masyarakat.

2.4.2 Tahapan Konstruksi Sosial

Mengutip Tambarukma (2012), Jika dilihat dari konten konstruksi sosial media massa itu sendiri, proses terciptanya konstruksi sosial dalam media dalam melewati beberapa tahapan yaitu:

a. Tahap Mempersiapkan Materi Konstruksi

Sebelum melakukan distribusi kepada desk editor di masing-masing media massa, materi konstruksi sosial media massa akan ditugaskan kepada redaksi media massa terlebih dahulu. Saat menyiapkan materi konstruksi sosial, ada tigal hal penting, diantaranya:

1. Media Massa memihak kapitalisme
2. Media Massa memihak masyarakat
3. Media Massa memihak kepentingan umum

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Dalam melakukan penyebaran konstruksi, terdapat satu prinsip utama yang menjadi acuan yaitu real time. Umumnya, konstruksi sosial media massa disebarkan secara satu arah saja yang mana media akan menyajikan informasi kepada masyarakat tanpa dapat memberikan umpan balik secara langsung. Sebab, masyarakat akan mengonsumsi berita yang telah di-setting oleh media.

c. Tahap Pembentukan Konstruksi

Dalam tahap ini berlangsung tiga tahap setelah audiens mengonsumsi berita yang disajikan diantaranya adalah konstruksi realitas pembenaran, bersedia bahwa media massa melakukan konstruksi sosial, serta memutuskan untuk menjadi konsumen berita.

d. Tahap Konfirmasi

Saat audiens/pembaca turut serta memberikan umpan balik atau feedback atas konstruksi sosial yang disajikan dalam pemberitaan, maka dapat dikatakan telah memasuki tahap konfirmasi. Tahapan ini dibutuhkan oleh media untuk memberi argumen atas alasan/latar belakang yang termuat dalam konstruksi sosial yang dibentuk.

Dalam bukunya, Sobur mengutip pendapat Tuchman (2015) yang menyatakan bahwa media memiliki sifat serta fakta bahwa tugas atau pekerjaan mereka bertujuan untuk

menceritakan suatu peristiwa sehingga realitas yang disajikan oleh media berupa konstruksi sosial miliknya.

2.5 Konsep Framing

Mengutip pernyataan Baran dan Davis (2010), Framing adalah pernyataan bahwa orang menggunakan seperangkat pengharapan untuk mengartikan dunia sosialnya serta media turut berpartisipasi untuk membantu proses pengharapan tersebut. Sebab, kerangka dalam teori ini menjadi alat untuk mencapai pengharapan tertentu yang difungsikan untuk memaknai beberapa aspek dunia sosial dalam situasi serta waktu tertentu.

Von Zielbauer dalam buku yang berjudul "*Agenda Setting Media Massa"* (Tamburaka, 2012) mengungkapkan bahwa beberapa penelitian mengenai Framing membahas strategi yang digunakan oleh elit politik untuk memanipulasi jurnalis agar melakukan framing pada berita media massa.

Selain itu, Severin dan Tankard, Jr (2010) menggambarkan dua tempat proses framing terjadi yaitu interaksi sosial sehari-hari dan interaksi dengan media massa dalam kehidupan sehari-hari. Walaupun berada di tempat yang berbeda, kegiatan yang dilakukan tetap sama yakni untuk mempelajari clue/petunjuk serta mengartikan atau menafsirkan petunjuk yang kemudian memberi makna akan petunjuk yang ada kepada orang lain.

Dalam buku yang berjudul "*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media"*, Deddy Mulyana mengatakan bahwa hasil akhir dari analisis framing akan memperlihatkan adanya bagian tertentu yang lebih ditonjolkan oleh penulis sehingga para pembaca akan lebih mengingat aspek yang ditekankan tersebut. Media memiliki peran untuk melakukan seleksi, menghubungkan, serta menonjolkan isu atau peristiwa sehingga maknanya akan lebih mudah menyentuh dan membekas di ingatan masyarakat.

Deddy Mulyana menyebutkan ada dua aspek di dalam framing yaitu pertama pemilihan fakta atau realitas. Hal ini didasarkan pada asumsi masing-masing jurnalis sebab tidak mungkin jika wartawan melihat suatu isu tanpa perspektif. Ada dua kemungkinan yang terkandung yaitu *included* (apa yang dipilih) dan *excluded* (apa yang dibuang). Sehingga akan memudahkan penulis untuk memilih angel beritanya untuk menekankan aspek tertentu.

Lalu, aspek kedua dalam framing adalah penulisan fakta. Hal ini tentunya berkaitan dengan bagaimana sebuah fakta yang terpilih akan disajikan untuk pembaca. Pemilihan diksi kata, kalimat, proposisi, hingga aksentuasi foto yang ditampilkan dalam pemberitaan menjadi bentuk nyata bagaimana gagasan dari sebuah fakta itu disajikan. Elemen penulisan fakta seperti penempatan headline, pengulangan, penggunaan grafis, pemakaian label tertentu untuk mengilustrasikan peristiwa atau orang yang diberitakan, generalisasi, asosiasi terhadap simbol budaya, simplifikasi, hingga penggunaan kata yang mencolok, memiliki hubungan dengan penonjolan realitas. Realitas yang ditampilkan secara menonjol, memiliki

peluang probabilitas yang lebih besar untuk diperhatikan serta mempengaruhi publik dalam memahami realitas tersebut.

Menurut Ibnu Hamad dalam bukunya (2001), Analisis Framing memiliki sasaran sebagai salah satu dari metode analisis wacana yaitu untuk menemukan aturan serta norma yang ada dan tersembunyi di balik teks berita. Teknik ini digunakan untuk mencari tahu sudut pandang (perspektif) atau pendekatan yang digunakan oleh para pelaku media dalam mengkonstruksi sebuah realitas.

2.5.1 Pengertian Framing menurut Ahli

Framing pertama kali dicetuskan oleh Gregory Bateson, seorang antropolog, psikiatris, dan ilmuwan sosial asal Britania Raya pada 1955. Awalnya, Bateson mengungkapkan bahwa 'Frame' merupakan sebutan salah satu konsep dalam psikologi. Istilah frame disinyalir dapat mengarahkan persepsi seseorang dalam memberi pemahaman kepada dunia dan sekelilingnya. Frame didapatkan melalui pengumpulan berbagai macam informasi yang dirasakan sebagai kebenaran oleh suatu individu (Febri Ichwan Butsui:2019). Frame dulunya diartikan sebagai struktur konseptual/perangkat kepercayaan yang mengorganisir suatu persepsi politik, kebijakan, bahkan wacana dan untuk menginterpretasikan suatu realitas.

Selanjutnya, konsep framing ini dikembangkan lebih luas oleh Erving Goffman melalui bukunya yang berjudul "*Frame Analysis"* pada 1974. Dalam bukunya, Goffman menjelaskan bahwa frame merupakan sesuatu yang dipelajari serta digunakan dalam hidup manusia, bahkan hingga di titik mendasari tingkah laku individu itu sendiri. Manusia akan mampu untuk bersosialisasi serta menyatu dengan masyarakat apabila ia mempelajari tentang frame yang ada di dalam suatu masyarakat.

2.5.2 Framing oleh Robert N. Entman

Entman menjelaskan bahwa Konsep Framing mempunyai fungsi untuk memberikan deskripsi pada proses seleksi realitas dengan menonjolkan beberapa hal tertentu pada sebuah media. Model ini biasa dipakai untuk informasi dengan konteks tertentu yang menjadikan beberapa isu atau topik lebih ditonjolkan dibanding isu yang lainnya. Dengan adanya seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu, sebuah gagasan atau informasi lebih mudah untuk terlihat dan lebih mudah untuk ditafsirkan.

Dalam Model yang dicetuskan oleh Robert N. Entman, ada empat alat yang digunakan untuk menganalisis suatu pemberitaan yaitu Define Problems, Diagnoses Causes, Make Moral Judgement, serta Treatment Recommendation. Define Problem, dimana peneliti akan mengupas, menginterpretasikan, dan mengidentifikasi bagaimana penulis membangun dan menyajikan sebuah

pemberitaan. Diagnose Causes, tahap ini peneliti akan menentukan aktor atau pihak yang turut serta dalam suatu peristiwa yang diberitakan untuk memudahkan dalam mengidentifikasi masalah. Make Moral Judgement adalah tahap dimana elemen framing yang diperuntukkan guna menjustifikasi pendapat yang dipaparkan pada tahapan diagnosis masalah. Lalu, pada elemen terakhir framing model Entman, Tahap Treatment Recommendation akan memaparkan penggunaan nilai yang diterapkan oleh jurnalis dalam memberikan sudut pandang pada suatu pemberitaan. Jika dilihat secara mendasar, framing milik Entman menganalisis proses seleksi serta penonjolan aspek tertentu dari realitas yang dibentuk oleh media.

Jadi, Konsep framing milik Entman, secara mendasar bermuara pada pemberian definisi, penggambaran serta penjelasan, evaluasi, serta rekomendasi dalam suatu berita untuk menonjolkan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang disajikan.

2.5.3 Framing oleh William A. Gamson

Kacamata Gamson meyakini bahwa ada hubungan yang tak terpisahkan antara wacana media dan pendapat umum atau pendapat khalayak. Menurutnya dalam Eriyanto, Wacana Media menjadi elemen yang penting dalam memahami serta mengerti pendapat umum yang berkebambang atas suatu peristiwa yang berlangsung. Media telah menjadi elemen dari proses produksi budaya. Sebab dalam sudut pandang ini, media memerankan *role* serta fungsi yang kompleks. Frame memiliki pengaruh pada pola pikir seseorang yang mengakibatkan pribadi tersebut mampu menempatkan, mempersepsi, melakukan identifikasi, hingga individu tersebut melabeli suatu isu dengan pemahaman tertentu.

Gamson bersama Andre Modigliani memahami framing sebagai cara bercerita atau kumpulan gagasan ide yang disusun sedemikian rupa yang mana menghadirkan konstruksi makna dari isu yang memiliki relasi dengan suatu wacana pemberitaan. Gamson mengilustrasikan wacana media seperti sejumlah bungkus atas kemasan (*package*) yang mana menggambarkan bagaimana peristiwa itu dikemas dan disajikan kepada publik. Dalam sudut pandangnya, William A. Gamson membagi model ini menjadi dua struktur yaitu *core frame* dan *condensing symbols.* Core Frame atau gagasan sentral adalah pusat organisasi dari elemen ide yang membantu sang komunikator untuk memperlihatkan substansi isu atau peristiwa yang sedang dibahas. Core frame memuat elemen inti untuk memberi pengertian yang signifikan terhadap suatu kejadian serta memberi arahan pada makna atau arti yang dibangun.

Sedangkan, Condensing Symbols memiliki dua sub-struktur yaitu Pertama Framing Device alias perangkat framing yang mencakup methapora (pengandaian), Catchphrases (Jargon atau slogan), Exemplar (Mengaitkan suatu unsur tertentu), Depiction (Penggambaran Isu), serta Visual

Image (Gambar/Tabel Pendukung). Kemudian, perangkat kedua yaitu reasoning device (Perangkat Penalaran) yang terdiri dari roots (sebab akibat terjadinya peristiwa tersebut), appeals to principle (premis dasar), serta consequences (efek/konsekuensi dari bingkai berita). Secara dasar, Framing model William A. Gamson ini menganalisis representasi media/berita serta artikel yang terdiri atas paket interaktif yang memiliki kandungan arti tertentu.

2.5.4 Framing oleh Murray Edelman

Edelman, seorang ahli komunikasi yang banyak menghasilkan karya seputar bahasa serta simbol politik dalam komunikasi. Dalam pandangannya, Sebuah realitas atau peristiwa memiliki makna yang berbeda tergantung dari bagaimana cara kita membingkai atau memberi framing pada isu tersebut. Dengan realitas yang sama akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda saat realitas tersebut dikonstruksi secara berbeda pula.

Murray Edelman menempatkan framing secara sejajar dengan kategorisasi: penggunaan sudut pandang tertentu yang memakai kata atau diksi tertentu yang akan menghasilkan penafsiran atas konstruksi yang berbeda. Menurutnya, Kategorisasi adalah abstraksi serta fungsi dari pikiran. Maksudnya, kategorisasi digunakan untuk menyederhanakan, memahami realitas yang kompleks dan bermacam-macam, sampai pada memaknai peristiwa tersebut.

Namun, menurut Edelman, Kategorisasi sering disalahgunakan untuk membohongi dengan cara mengemas peristiwa atau kejadian ke dalam klasifikasi/kategori tertentu. Hal ini berdampak pada publik yang tidak dapat menerima peristiwa dengan sebenar-benarnya. Elemen terpenting dalam melihat suatu peristiwa adalah bagaimana membuat kategorisasi atas peristiwa tersebut. Dalam kenyataannya, praktik media yang terjadi dalam kehidupan sehari hari akan mengkategorisasikan suatu peristiwa untuk ditindaklanjuti dengan mengarahkan pada kategori yang dimaksud seperti narasumber, pertanyaan yang dilemparkan, kutipan yang dimasukkan, hingga bagian mana saja yang dibuang. Jadi, semuanya akan diarahkan sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan.

Rubrikasi menjadi salah satu kategorisasi yang paling penting dalam pemberitaan. Tak hanya sampai pada titik bagaimana rubrikasi dilihat sebagai prosedur standar atau teknis pemberitaan, melainkan hingga bagaimana fakta yang ada dan peristiwa diklasifikasikan dalam kategori tertentu. Penempatan rubrikasi yang dalam dapat menjadi miskategorisasi dalam memaknai pembingkaian suatu berita.

Tak hanya itu, Edelman berpendapat dalam Eriyanto (2001) bahwa kategorisasi memiliki hubungan dengan ideologi. Secara mendasar, kategorisasi ditujukan agar suatu peristiwa yang kompleks dapat dengan mudah dipahami dan dimaknai secara sederhana dan mengerucut.

Kesalahan yang sering terjadi dalam kategorisasi adalah kata yang keluar tidak mengilustrasikan realitas dengan tepat, namun lebih mengarah pada apa dan siapa yang diuntungkan dan dirugikan.

2.5.5 Framing oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Secara mendasar framing milik Zhongdang Pan dan Kosicki menganalisis mengenai dimensi struktural teks berita secara mendetail. Pan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita memiliki frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide yang dapat dikorelasikan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita seperti sumber berita, kutipan narasumber, pemilihan kata, diksi, dan kalimat tertentu ke dalam suatu berita. Framing memiliki hubungan erat dengan makna yang mana memungkinkan seseorang memaknai suatu kejadian yang dapat dilihat dari tanda atau elemen tertentu yang ditonjolkan dalam teks berita. Jadi, Pan dan Kosicki mengartikan framing sebagai pengembangan strategi serta pemrosesan berita. Perangkat kognitif dapat dipakai untuk menafsirkan suatu kejadian atau isu hingga menghubungkannya dengan kegiatan serta konvensi pengumpulan berita.

Keduanya mengartikan framing sebagai proses yang membuat pesan lebih terlihat, menempatkan suatu informasi lebih menonjol daripada yang lain, yang akibatnya publik lebih fokus pada pesan tersebut. Terdapat dua konsepsi framing menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Pertama yaitu konsepsi psikologi yang mana memiliki keterkaitan erat bagaimana seorang individu memproses suatu informasi dalam dirinya serta memaknai peristiwa menggunakan sudut pandang tertentu. Kemudian, yang kedua yaitu konsep sosiologis yang memaknai framing pada bagaimana suatu realitas dikonstruksi.

Mereka menciptakan model framing yang menyatukan konsepsi psikologi dan sosiologis yang mana suatu berita diproduksi dan dikonstruksi oleh seorang wartawan. Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam kegiatan ini diantaranya wartawan, sumber berita, dan publik. Setiap pihak memiliki keterlibatan dalam menafsirkan hingga mengkonstruksi realitas yang ada serta berusaha untuk terlihat menonjol dan dominan.

Seorang wartawan tidak hanya mengandalkan sudut pandangnya untuk mengkonstruksi suatu realitas. Diketahui ada tiga alasan yaitu pertama, Nilai sosial yang terlibat dalam diri seorang jurnalis dapat mempengaruhi proses konstruksi yang ia lakukan. Kedua, ketika menulis sebuah berita, seorang jurnalis tidak berhadapan dengan publik yang kosong, Maksudnya, Ia tidak menulis untuk dirinya sendiri melainkan untuk konsumsi publik yang mana mulai dari penyusunan diksi dan kalimat hingga menjadi sebuah berita utuh, khalayak menjadi pertimbangan jurnalis dalam menulis. Dalam proses ini, nilai sosial yang dominan pada masyarakat akan mempengaruhi

pemaknaan berita. Terakhir, alasan ketiga yaitu dalam proses penulisan berita, konstruksi realitas juga dipengaruhi oleh profesi jurnalistik, standar kerja, dan juga standar profesional wartawan.

2.5.6 Perbedaan Model Framing Para Ahli

Jisuk Woo dalam Eriyanto menyebutkan ada tiga kategori besar dalam framing. Pertama, Level Makro Struktural yang dalam dilihat sebagai framing dalam tingkat wacana. Bagaimana peristiwa itu dimaknai oleh media dalam tingkatan abstraksi yang paling tinggi yaitu wacan. Kedua, Level Mikro struktural menyasar pada poin mana saja yang ditonjolkan dan bagian apa saja yang dibuang dalam pemberitaan. Hal itu bersangkutan dengan pemilihan fakta/isu yang akan ditonjolkan, angle penulisan, serta narasumber. Terakhir, Elemen Ketiga yaitu Retoris. Retoris berfokus pada bagaimana suatu media menekankan fakta yang telah dipilih. Penekanan fakta dapat dilihat dari pemilihan diksi atau kata, penyusunan kalimat, retorika, grafik, hingga gambar yang dimuat dalam suatu pemberitaan. Hal ini bertujuan untuk meyakinkan publik bahwa apa yang disampaikan pada mereka adalah benar.

Tabel 2.1 - Kategori Framing Jisuk Woo

Ahli Framing	Makro	Mikro	Retoris
Robert N Entman	✓	✓	
William A. Gamson	✓	✓	✓
Murray Edelman	✓	✓	
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	✓	✓	✓

(Eriyanto, 2001)

Tentunya, keempat model framing tersebut memiliki perbedaan satu sama lain. Model yang diusung oleh Murray Edelman dan Robert N. Entman tidak membedah elemen retoris dalam suatu pemberitaan. Keduanya membahas mengenai bagaimana peristiwa tersebut dipahami, diolah, dan disajikan oleh media. Sedangkan, model milik Pan Kosicki dan William A. Gamson secara rinci membedah elemen retoris sebuah berita. Gamson lebih banyak menekankan pada tanda serta bentuk simbolik melalui kiasan maupun retorika. Namun, berbeda dengan Zhongdang Pan dan Kosicki yang banyak melakukan adaptasi dengan pendekatan linguistik seperti pemilihan struktur,

penggunaan kata, hingga bentuk kalimat yang menentukan kemana arah peristiwa tersebut dikemas oleh media.

2.6 Penelitian Terdahulu

Studi Analisis Framing bukanlah hal baru dalam dunia kajian media. Beberapa pihak telah melakukan penelitian dengan metode analisis framing. Salah satunya yaitu Skripsi dengan judul "*Framing Pemberitaan Online Terhadap Isu Kembalinya Surabaya Menjadi Wilayah Zona Merah Dalam Program Vaksinasi COVID-19"* yang dilakukan oleh Nila Cantika Qomaria pada 2021 lalu. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif ini mencari tahu bagaimana Detik.com, JawaPos.com, dan Surya.co.id membingkai pemberitaan tentang kembalinya surabaya menjadi zona merah COVID-19. Bedanya dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, Nila Cantika menggunakan Teori dari Robert N. Entman untuk menganalisis 5 berita dari 3 media yang diangkat dalam skripsinya. Hasil analisisnya mendapati bahwa Detik.com melihat ini sebagai permasalahan politik yang dapat dilihat dari tokoh yang dilibatkan yaitu Walikota Surabaya. Sedangkan, Surya.co.id melihat peristiwa ini sebagai masalah sosial dengan melibatkan Kepala Dinas Kesehatan Surabaya. Berbeda dengan yang lain, JawaPos.com mengemas isu ini sebagai pemberitaan sosial politik.

Selain itu, Hamidah Amani (2021) juga melakukan penelitian tentang studi analisis framing dalam tugas akhirnya yang berjudul "*Analisis Framing Pemberitaan Protes Umat Muslim Pada Presiden Perancis Tentang Kartun Nabi Muhammad (Studi Pada Tempo.co dan Republika.co.id pada Oktober – November 2020)"*. Jika disandingkan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, Perbedaannya terletak pada media dan teori yang digunakan untuk menganalisis pemberitaan. Penelitian ini menggunakan teori framing milik Robert N. Entman untuk menganalisis pemberitaan dari media online Tempo.co dan Republika.co.id dengan total 10 berita. Amani menggunakan pendekatan kualitatif yang berlandaskan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme. Dalam temuannya, ia menjelaskan ada perbedaan dari kedua media yang diteliti. Tempo.co melihat masalah ini secara kritis dari dua sisi namun lebih banyak mengkritisi radikalisme. Sedangkan Republika.co.id terus menyajikan pemberitaan dari sisi muslim.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama Irmawan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Rama menggunakan teori yang dicetuskan oleh Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki untuk menganalisis berita tentang Penangkapan Bambang Widjojanto. Skripsinya yang berjudul "*Analisis Framing Penangkapan Bambang Widjojanto pada Media Online Tempo.co dan MediaIndonesia.com"* pada 2015 Lalu. Penelitian yang berjenis kualitatif dengan bentuk deskriptif ini menemukan beberapa poin dalam hasil penelitiannya yaitu pertama, Tempo.co menekankan bahwa dalam penangkapan Bambang telah terjadi pelanggaran Hak Asasi Manusia serta tidak terlepas dari konflik yang terjadi antara KPK dengan Kepolisian Republik Indonesia. Poin Kedua yaitu Mediaindonesia.com dalam

memberitakan penangkapan Bambang Widjojanto hanya terjadi kesalahan Prosedur yang dilakukan Polisi serta tidak terjadi rekayasa ataupun sesuatu yang berkaitan dengan konflik antara KPK dan Kepolisian RI.

Ika Wardiyanti, sama halnya dengan Rama Irawan, Mahasiswi asal Universitas Muhammadiyah Malang ini juga melakukan analisis Framing dengan model milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada 2022 lalu. Skripsinya yang berjudul "*Analisis Framing Pemberitaan Pengesahan Rancangan Undang Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual"* ini meneliti 4 Teks berita yang diterbitkan oleh media online *konde.co* pada salah satu rubriknya yaitu Voice. Dengan pendekatan kualitatif, Ika mendapati bahwa Konde.co condong pada isu pengesahan RUU PKS dan keberpihakan Konde terhadap perempuan melalui isu kekerasan seksual yang diberitakan serta menonjolkan sudut pandang perempuan dalam setiap pemberitaannya.

Jika dirangkum, penelitian yang dilakukan oleh Nila Cantika Qomaria (2021) memperoleh hasil bagaimana Detik.com, JawaPos.com, dan Surya.co.id menuliskan isu yang diangkat dari *angle* mana dalam penyajian beritanya. Lalu, dalam hasil penelitiannya Hamidah Amani (2021) mendapati penekanan isu serta pengambilan *angle* dengan cara penulisan berita yang berbeda antara Tempo.co dan Republika. Di sisi lain, Rama Irmawan (2015) menemukan perbedaan *angle* dalam penulisan berita tentang penangkapan bambang widjojanto yang dilakukan oleh Tempo.co dan MediaIndonesia.com. Sedangkan, Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ditujukan untuk mencari tahu keberpihakan serta bagaimana Malang Posco Media melakukan konstruksi realitas dalam memberitakan isu kerusuhan tragedi kanjuruhan.

Tabel 2.2 - Perbedaan Penelitian Terdahulu

Skripsi Karya	Subjek	Objek	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data
Resma Devi Maulidia (2023)	Malangposcomedia.id	Pemberitaan Kasus Tragedi Kanjuruhan Malang periode Oktober 2022	Dokumentasi	Deskriptif Kualitatif Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki
Nila Cantika Qomaria (2021)	Detik.com, JawaPos.com, dan Surya.co.id	Isu Kembalinya Surabaya Menjadi Wilayah Zona Merah Dalam	Dokumentasi	Deskriptif Kualitatif Robert N. Entman

		Program Vaksinasi COVID-19		
Hamidah Amani (2021)	Tempo.co dan Republika.co.id	Pemberitaan Protes Umat Muslim Pada Presiden Perancis Tentang Kartun Nabi Muhammad	Dokumentasi	Deskriptif Kualitatif Robert N. Entman
Rama Irmawan (2015)	Tempo.co dan MediaIndonesia.com	Penangkapan Bambang Widjojanto	Dokumentasi	Deskriptif Kualitatif Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki
Ika Wardiyanti (2022)	Konde.co	Pemberitaan Pengesahan RUU TPKS	Dokumentasi	Deskriptif Kualitatif Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki

(Olah Data oleh Peneliti)

Dari Keempat penelitian terdahulu yang telah diulas di atas, Penggunaan Model Analisis Framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dirasa paling cocok untuk membedah bagaimana Media Online Malang Posco Media menyusun dan membingkai pemberitaan tentang Tragedi Kerusuhan Stadion Kanjuruhan. Sebab, Analisis Framing Pan dan Kosicki dapat menjabarkan secara detail mulai dari headline, gambar, kutipan, hingga sumber yang digunakan jurnalis dalam menulis beritanya tersebut.