

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Massa

Asal kata "komunikasi massa" berawal dari Bahasa Inggris dan sebuah kependekan dari mass media communication. Media ini dimaksud melibatkan teknologi terkini, semacam radio, televisi surat kabar hingga film. Penting untuk dimengerti jika istilah "massa" pada komunikasi massa mendapati konotasi berbeda pada penggunaan umumnya. Pada umumnya, kata "massa" terkait dengan kelompok perorangan dengan posisi di lokasi tertentu secara sosiologis. Namun, pada konteks komunikasi massa, kata "massa" mengacu pada individu yang merupakan target media massa. Mereka direpresentasikan layaknya audiens yang tidak mesti posisinya ada di tempat yang sama; mereka bisa berada di beberapa tempat dan, dalam waktu yang hampir atau bersamaan, mendapatkan informasi komunikasi massa yang sama. (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 2-3).

Dalam konteks seperti ini, kita semestinya paham cara membedakan massa yang bermakna "umum" dan massa dengan makna komunikasi massa. Contohnya, ketika seorang penyiar televisi berbicara "Pemirsa, massa yang jumlahnya ratusan ingin memadati DPR-RI untuk menyampaikan kritikan terhadap keputusan pemerintah. Istilah massa pada konteks ini juga lebih diartikan secara sosiologis atau bisa dibilang massa yang artinya pada konteks ini merupakan individu yang berkumpul pada tempat (Nurudin, 2007, hal. 6).

Menurut (Wright, 1986) dalam (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 9-10) komunikasi massa memiliki 5 fungsi, antara lain :

1) Pengawasan

Media menyediakan arus pemberitaan yang terus menerus terkait pesan-pesan yang memungkinkan audiens sadar akan perkembangan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka. Surveillance dapat terdiri dari fungsi memperingatkan, menyiagakan anggota audiens terhadap bahaya – semisal badai, polusi

air, polusi udara, atau ancaman teroris) (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 9).

2) Korelasi

Media massa menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi berbagai peristiwa yang terjadi hari itu. Fungsi korelasi ini membantu para audien menentukan relevansi pesan pengawasan yang berguna untuk mereka (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 10).

3) Sosialisasi

Komunikasi bermedia massa mensosialisasi individu-individu agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa menyediakan pengalaman bersama, memupuk harapan bersama tentang perilaku-perilaku yang sesuai dan yang tidak cocok dengan masyarakat. Komunikasi bermedia massa juga memainkan peran yang sentral dalam mentransmisikan warisan budaya dari generasi ke generasi (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 10).

4) Hiburan

Komunikasi bermedia massa merupakan sumber hiburan massal yang meresap di tengah audien, dan memberikan 11 11 pengalihan perhatian atau melepaskan audien dari tanggung jawab sosial (Ido Prijana Hadi, 2020, hal. 10-11).

2. Media Massa

Media massa adalah salah satu jenis komunikasi yang disampaikan pada audiens yang menyebar, anonim, serta heterogen lewat media elektronik dan cetak, dan membuat pesan serupa bisa tersampaikan secara bersamaan. Media massa merupakan kata yang awalnya dari bahasa Inggris yakni *mass media*, yang memiliki definisi berbeda merupakan komunikasi yang memanfaatkan peralatan yang bisa menggapai massa dalam jumlah yang banyak serta dengan area yang luas. Media massa tidak terlepas dari massa, hal ini disebabkan oleh komunikasi massa dan menyampaikan informasinya dengan menggunakan media (McQuail, 2011).

Media merupakan fasilitas yang berguna dalam memberikan informasi dari pengirim pesan kepada penerimanya, sementara itu, definisi media massa

merupakan sebuah alat yang berguna untuk mengirim informasi dari pengirim kepada penerima dengan memakai peralatan komunikasi seperti media elektronik atau media cetak (Cangara, 2020, hal. 123-126)

Menurut (Karlinah, 2014) peran media massa dapat terbagi lima, a) Pengawasan (surveillance), b) Penafsiran (Interpretation), c) Pertalian (Linkage), d) Penyebaran Nilai – Nilai (Transmission of Value), e) Hiburan (Entertainment). McQuail (Nurudin, 2004) juga menyampaikan beberapa pendapat penting terkait makna dari media massa seperti berikut :

1) Penafsiran

Media adalah industri yang dapat berubah serta berkembang dan dapat menghadirkan lowongan kerja, barang dan jasa serta serta menumbuhkan industri terkait. Contoh nyata bisa diamati jika dari reformasi 1998 lahir media baru, jumlah televisi yang bertambah. Sebaliknya, hadirnya internet dan Newsweek ditinggalkan oleh para pembacanya kemudian berakhir dengan kebangkrutan.

2) Pengawasan

Media juga berupa industri sendiri yang mempunyai aturan dalam menyambungkan institusi terkait dengan masyarakat serta institusi sosial lain. Misal, berita media terkadang bias dan memfokuskan suatu isu dan membiarkan yang lainnya dengan beranggapan isu tersebut merupakan isu yang ramai dan layak untuk dikonsumsi masyarakat.

3) Pertalian

Media juga bisa berarti sebuah sumber kekuatan karena dapat dimanfaatkan untuk alat control yang dapat dimanfaatkan untuk mengganti kekuatan lainnya.. Misal, media bisa berguna untuk alat yang mengontrol demokrasi karena memiliki peran dalam memberika sajian dari banyak pendapat masyarakat.

4) Penyebaran Nilai-Nilai

Media juga bisa berguna sebagai wadah yang semakin memiliki kegunaan dalam menyajikan kejadian dimasyarakat, secara

dalam negeri atau luar negeri. Misalnya, banyak kita tahu jika aktivitas pemilu di AS daripada soal aktivitas kampanye pilkada di Indonesia.

5) Hiburan

Media sangat sering memberikan peran untuk wahana pengembangan kebudayaan tidak hanya dalam definisi pengembangan bentuk seni atau simbol, namun juga dalam definisi pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma.

3. Media Online

Media *online* memiliki definisi berupa (*New Media*) atau bisa dibilang sebagai *cyber media*. Media *online* bisa dibilang sebagai media yang dapat diakses melalui *website* secara *online*. Selain itu, media *online* dibilang sebagai media ketiga. (Romli, 2012, hal. 34).

(Romli, 2012, hal. 34-35) berpendapat jika media *online* bisa dibilang sebagai hasil dari jurnalistik *online* dan berarti merupakan “pelapor fakta atau peristiwa yang dihasilkan serta disalurkan lewat internet”. Pada suatu pemikiran studi media atau komunikasi massa, media *online* dibuat objek kajian teori “media baru” yang bisa dikunjungi disetiap tempat dan tanpa hambatan waktu serta dapat diakses di setiap perangkat digital. Media baru mengarah ke pertumbuhan teknologi digital, akan tetapi media baru sendiri bukan juga sebagai media digital. Audio Visual, teks, grafik yang diubah menjadi data digital berbentuk *byte*, cuma mengarah pada bagian teknologi multimedia salah satu dari tiga unsur pafa *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual.

Secara teknis media *online* bisa dibilang sebagai media-media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Ada *website*, media sosial, TV *online*, *Email*, serta juga Radio *Online* yang merupakan kategori dari media *online* itu sendiri. Oleh sebab itu, media *online* juga terdapat beberapa karakteristik yang menjadikan media *online* mempunyai kelebihan dibanding dengan media umum seperti media cetak atau elektronik. Adapun karakteristik dari media *Online* itu sendiri antara lain (Romli, 2012, hal. 35).

- 1) Multimedia, menyuguhkan informasi yang berbentuk teks, video, audio, grafis, dan gambar secara bersama-sama.

- 2) Aktualitas, pesan yang aktual karena kecepatan dan kemudahan dalam penyajian.
- 3) Cepat, ketika mengunduh langsung dapat disaksikan oleh masyarakat luas.
- 4) *Update*, informasi yang diberikan bisa diperbarui dengan cepat baik dari sisi isi dan redaksi katanya.
- 5) Kapasitas Luas, halaman di web mempunyai daya tampung yang luas untuk menampung naskah yang panjang.
- 6) Fleksibilitas, naskah yang dimuat dan di edit bisa dilakukan tanpa batas waktu dan serta jadwal terbit bisa setiap saat.
- 7) Luas, dapat dijangkau oleh seluruh dunia yang memiliki akses internet
- 8) Interaktif, menyediakan layanan *room chat* serta juga kolom komentar
- 9) Terdokumentasi, pesan atau berita disimpan di “bank data” serta bisa diakses dengan fitur *search* (pencarian).
- 10) *Hyperlinked*, saling tersambung antar sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan pesan atau berita yang tersaji. (Romli, 2012, hal. 37-38).

4. Jurnalistik Online

Jurnalisme online merupakan proses informasi yang disampaikan dengan jalur media internet yang mengkombinasikan antara suara, video, serta tulisan yang membuat siapapun yang akses dapat membaca ataupun melihat lagi informasi yang telah lalu (Craig, 2005, hal. 14). Jurnalistik online, dikenal sebagai jurnalistik internet, dan jurnalistik web adalah evolusi terkini dalam lingkup jurnalistik pasca periode jurnalistik umum yang melibatkan media cetak dan surat kabar, serta jurnalistik penyiaran yang mencakup radio dan televisi. Definisi jurnalistik online mencakup cara menyampaikan pesan atau berita lewat media internet, terutama melalui situs web. (Romli, 2012, hal. 15-16).

Jurnalisme online memiliki keunggulan sebagaimana dijelaskan oleh James C. Foust sebagaimana dikutip oleh (Romli, 2012) dalam karyanya berjudul *Journalism: Principles and Practices of News For The Web*. Jurnalisme *online* juga memiliki beberapa keunggulan, diantaranya ialah:

- 1) Pengendalian Audiens memudahkan pembaca dalam memilih berita melalui gerakan jari, tetikus, atau klik pada judul tertentu.
- 2) Nonlinearities, berita yang disajikan dapat berdiri sendiri tanpa ketergantungan pada berita lainnya.
- 3) Penyimpanan dan Pemulihan, berita dapat diarsipkan, memudahkan akses ke berita sebelumnya.
- 4) Ruang Tak Terbatas, memiliki ruang tanpa batas memungkinkan penyajian berita lebih lengkap dibanding media konvensional seperti radio atau televisi.
- 5) Ketepatan Waktu, bersifat real-time dan langsung.
- 6) Kemampuan Multimedia, teks, visual, video, serta suara dapat disajikan pada satu berita.
- 7) Interaktif, membuat pembaca memberikan dan berbagi komentar pada berita (Romli, 2012, hal. 20).

5. Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi Sosial atas Realitas, merujuk pada suatu cara sosial yang melibatkan perbuatan serta interaksi individu dan kelompok. Dalam konteks ini, realitas terus-menerus dibentuk serta mengalami bersamaan secara subjektif. Teori ini berawal dari pandangan konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial yang dilakukan oleh perorangan dan dianggap sebagai agen bebas. Dalam perspektif ini, perorangan memiliki peran utama ketika menciptakan realitas sosial, mempunyai kebebasan dalam merespon ketika melebihi batas yang ditentukan oleh norma sosial. Pada dinamika sosial, manusia dianggap pembuat realitas sosial yang relatif bebas pada lingkungan sosialnya. (Luzar, 2015).

Teori konstruksi sosial yang diusung oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, adalah suatu pendekatan dalam sosiologi kontemporer. Ini bukan hanya suatu bahasan teoritis dan sistematis tentang wawasan sosiologi, melainkan lebih merupakan analisis yang terfokus pada penalaran teoritis sistematis. Sebagai alternatif terhadap penglihatan sejarah terhadap kemajuan disiplin ilmu, perpektif Berger dan Luckmann terbentuk di bawah pengaruh beberapa aliran sosiologi lainnya. Ini melibatkan konsep-konsep seperti fenomenologi Schutzian, makna-

makna subjektif Weberian, struktur Durkhemian-Parsonian, dialektika Marxian, dan interaksi simbolik menurut pemikiran Herbert Mead. (Luzar, 2015).

Berger & Luckman mengidentifikasi 3 bentuk realitas sosial, yaitu:

1) Objektif

Sebuah kompleksitas pengertian realitas, sekaligus ideologi serta keyakinan, serta tanda-tanda sosial seperti respon dan tingkah laku sehari-hari. Ini dianggap sebagai fakta yang sering dijumpai oleh perorangan.

2) Simbolik

Suatu ungkapan yang berbentuk simbolik dari realitas objektif. Biasanya ditemukan dalam karya seni dan berita media yang umumnya dikenal oleh masyarakat.

3) Subjektif

Suatu konstruksi definisi realitas pada tingkat individu. Berawal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, realitas subjektif ini dibangun melalui proses internalisasi. Ini menjadi dasar bagi individu untuk terlibat dalam proses eksternalisasi atau hubungan sosial dalam struktur sosial (Luzar, 2015).

Pada dasarnya, setiap kejadian dianggap sebagai realitas sosial objektif, sebuah kenyataan yang terjadi. Pemahaman dan interpretasi peristiwa ini kemudian menjadi realitas sosial subjektif pada diri pekerja media dan penonton. Pekerja media kemudian mengonstruksi realitas subjektif berdasarkan penilaian serta preferensi perorangan, mengubahnya ke realitas objektif yang dipresentasikan lewat media dengan memakai simbol. Penglihatan realitas di media, yang dibidang sebagai realitas sosial simbolik, disambut oleh pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena dirasa merefleksikan realitas sesuai fakta (Luzar, 2015).

6. Realitas Sosial Dalam Berita

Berger & Luckman awalnya memberikan penjabaran realitas sosial melalui membedakan pemahaman yang nyata dengan pengetahuan. Mereka memaknai realitas menjadi kualitas yang berada pada realitas-realitas yang

divalidasi keberadaan (*being*) dan tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Selain itu, pengetahuan dimaknai menjadi suatu kepastian bahwa realitas itu sungguh dan mempunyai karakter secara menjurus. Berger & Luckman juga berpendapat jika realitas sosial dikonstruksi lewat cara eksternalisasi, objektifikasi serta internalisasi (Sobur, 2001, hal. 91).

Realitas sosial terbentuk atas situasi dan kondisi tertentu di masyarakat. Contohnya seperti kemiskinan, terjadinya kemiskinan di suatu negara bukan terjadi akibat kemauan sendiri. Namun, terbentuk karena konstruksi sosial yakni terjadi akibat dorongan dari faktor-faktor lain, seperti kurangnya lapangan pekerjaan dan pembangunan yang tidak merata. Kemiskinan ini kemudian menjadi dasar adanya kesenjangan sosial di masyarakat.

7. Analisis Framing

Dalam (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002) Analisis Framing singkatnya dijelaskan menjadi analisis agar dapat mempelajari bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Teori framing adalah teori yang melingkupi cara mengartikan, memastikan serta memberikan arahan pandangan dan pemikiran manusia terhadap dunia. Teori framing punya kemiripan dengan Agenda-Setting Theory, di mana kedua teori ini fokus dalam kekuatan media agar dapat memberikan pengaruh pada pandangan khalayak, namun framing menjelaskan konsep tersebut secara lebih dalam. Teori framing mengemukakan “bahwa cara suatu informasi disajikan kepada audiens (disebut ‘frame’) memengaruhi cara orang memilih untuk memroses informasi tersebut” (Davie). Jadi, tergantung dari bagaimana sesuatu itu disajikan kepada kita, maka akan memengaruhi cara kita memahami dan memroses informasi tersebut.

Pada aslinya framing merupakan cara agar dapat melihat bagaimana media bercerita atas suatu kejadian. Jadi, analisis framing merupakan suatu cara yang digunakan untuk dapat memperhatikan suatu media sedang melakukan konstruksi realitas. Analisis framing juga berguna dalam memahami suatu kejadian yang dibingkai media. Karakter yang dipunya oleh analisis *framing* juga berbeda dengan analisis isi kuantitatif. Jika analisis isi kuantitatif menekankan pada isi dari

suatu pesan komunikasi, dalam analisis *framing* sendiri justru yang menjadi pusat perhatian yaitu tentang bagaimana suatu pesan/peristiwa yang dikonstruksi oleh media (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002).

Analisis framing adalah suatu pembaruan dari analisis wacana. Ide terkait framing, awalnya dicetuskan oleh Bateson di tahun 1955. Munculnya frame diartikan menjadi struktur berkonsep dan alat kepercayaan yang mengatur perspektif politik, kebijakan, dan wacana, dan juga menghadirkan kategori untuk mengapresiasi realitas. Pada pandangan komunikasi, analisis framing berguna dalam membongkar ideologi atau proses media untuk mengkonstruksi fakta. Analisis ini berfungsi untuk mengamati strategi penilaian, penonjolan, dan penghubungan fakta ke dalam berita biar menarik, lebih bermakna, mudah di ingat, dan untuk menggiring interpretasi audiens sesuai pemikiran masing-masing. Dengan maksud lain, framing berguna dalam mengetahui perspektif yang dipilih oleh jurnalis ketika menilai peristiwa dan membuat berita. Perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang difokuskan dan dihilangkan, dan dibawa kearah berita tersebut. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teori framing milik Robert N. Entman (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002).

8. Analisis Framing Robert N. Entman

Robert N. Entman merupakan pakar dalam menaruh dasar analisis framing sebagai studi produk media. Konsep pembedaan digambarkan pada tulisan di Jurnal Komunikasi Politik dan tulisan lain yang mempertunjukkan konsep itu dalam studi kasus pemberitaan media. Konsep framing Entman dipakai dalam menggambarkan cara menilai serta menekankan aspek realitas tertentu melalui media. Framing adalah memposisikan pesan dalam bentuk tertentu dan jadinya bahasan tertentu diberi bobot lebih dibandingkan topik lainnya. Robert N. Entman merupakan pakar yang menaruh landasan terhadap analisis *framing* dalam sutdi isi media. Konsep *framing* yang dari Entman dipakai dalam memaparkan cara menilai dan menampilkan aspek tertentu dari realitas untuk media. Framing member sebuah tekanan tentang bagaimana teks komunikasi itu ditampilkan dan

bagian mana saja yang dianggap penting oleh pembuat teks. (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002, hal. 186).

Pada konsep Entman, *framing* hakikatnya mengarah ke arah penyampaian pengertian, pemaparan, evaluasi, serta saran pada suatu rencana dan menekan cara berpikir tertentu pada kejadian yang direncanakan. Sebagai contoh, peristiwa di Timor-Timur bagaimana media Indonesia memberitakan kedatangan Indonesia tidak digambarkan sebagai “aneksasi” tetapi menolong masyarakat Timor-Timur. Frame itu ditunjukkan dengan cara mendefinisikan masalah dan menjelaskan bahwa peristiwa yang terjadi di Timor-Timur merupakan perang saudara yang ditinggal oleh bekas penjajahnya, memperkirakan penyebab bahwa penggabungan itu atas kemauan dari masyarakat Timor-Timur itu sendiri yang digambarkan dengan banyaknya partai di Timor Timur yang mengatakan ingin bergabung dengan Indonesia, dan keputusan moral yang dibuat yaitu Indonesia masuk ke Timor Timur tidak untuk mencari keuntungan tapi justru ingin memberi bantuan, menekankan penyelesaian yaitu penyelesaian terbaik bagi masyarakat Timor-Timur yaitu dengan bergabungnya Timor Timur ke Indonesia. Peristiwa yang terjadi di Timor Timur merupakan contoh tentang bagaimana *framing* bekerja. Keputusan yang dilakukan oleh wartawan tentang apa yang akan diberitakan, diliput, dan apa yang harus dibuang, serta apa saja yang ditimbulkan dan apa saja yang disembunyikan pada khalayak (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002).

Tabel II.1 Konsep Framing Entman 1

No.	Elemen	Penjelasan
1.	<i>Define Problems</i> (Definisi Masalah)	Bagaimana Melihat Suatu Kejadian ? Jadi apa dan Jadi Masalah Apa ?
2.	<i>Diagnose Causes</i> (Sumber Masalah)	Peristiwa itu dilihat dikarenakan oleh apa ? Apa yang dirasa asal dari alasan masalah itu terjadi ? Siapa yang tepat bisa bertanggung jawab ?
3.	<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Nilai moral apa yang diberikan dalam memaparkan masalah ? Nilai Moral apa yang digunakan dalam mengakui atau tidak mengakui terhadap tindakan ?

4.	<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Apa saja yang ditawarkan saat ingin menyelesaikan masalah ? Proses atau cara bagaimana yang ditawarkan atau harus dilakukan dalam mengatasi masalah ?
----	---	--

9. Sepak Bola

Sepak bola merupakan sebuah kegiatan olahraga yang dimana permainannya dimainkan menggunakan bola karet atau kulit dengan peraturannya di ikuti dua kesebelasan yang dimana beranggotakan sebelas pemain. Selain itu, definisi lain mengatakan jika sepak bola merupakan suatu olahraga yang dimainkan oleh dua kesebelas yang bertujuan untuk mencari gol ke gawang musuh. Dalam bahasa Inggris sepak bola disebut *football* atau di Amerika sendiri sepak bola disebut *soccer*.

Dikutip dari laman Kompas.com dalam sejarahnya, sepak bola sudah ada dari 2.000 tahun yang lalu dan awalnya sepak bola muncul terlebih dahulu di Cina. Pada awalnya, sepak bola dikenal dengan kata *Tsu Chu*, *Tsu* sendiri memiliki makna yang artinya menendang bola dengan kaki, sementara *Chu* artinya yaitu bola dari kulit yang ada isinya. Pada era sepak bola modern tepatnya pada tahun 1863 dibuat lah peraturan dalam sepak bola. Kemudian barulah pada tahun 1904 FIFA (*Federation Internationale de Football Association*) resmi berdiri tepatnya pada tanggal 21 Mei 1904.

10. Teori Hirarki Pengaruh Media Massa (Pamela J. Shoemaker Stephen D. Reese)

Menurut (Shoemaker, 1996) Teori Hierarchy of Influence on Mass Media yang diusung oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam karya mereka berjudul "Mediating The Message of Influence on Mass Media Content," digunakan oleh para peneliti untuk memahami hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konten media massa. Teori ini mengidentifikasi lima aspek yang berperan dalam mempengaruhi isi dari media massa, meliputi:

A. Individual Level

Pada tingkatan ini terdapat pengaruh dari etnis, gender, seks, orientasi, gender, rasa percaya dan nilai yang dianut, latar belakang

pendidikan, serta orientasi politik jurnalis untuk membuat berita. (Shoemaker, 1996, hal. 61).

Dengan melalui beberapa pengalaman serta latar belakang yang dipunya oleh jurnalis, seperti politik serta perspektif mengenai religius akan terbawa dan dipraktekkan dalam profesi mereka. Sebagai jurnalis, mereka sebagai *audience* yang aktif pada meningkatkan sebuah cerita. (Shoemaker, 1996, hal. 61).

B. *Media Routines Level*

Dalam sebuah organisasi, rutinitas didefinisikan menjadi *pattern* yang telah ditetapkan seperti struktur dengan kegunaan dalam kegiatan sehari-hari dari organisasi itu. Maksud dari tingkatan di sini merupakan cara media bisa berpengaruh dalam proses pembuatan berita pada konten berita. Perspektif ini berangkat dari rasa yakin bahwa sebagai makhluk sosial, setiap manusia selalu berguna pada aktivitas yang tidak pernah terbentuk. (Shoemaker, 1996, hal. 105).

Kebiasaan media juga biasa dibidang sebagai cara *gatekeeper* yang memiliki tujuan dalam menetapkan mana berita yang pantas dicetak dari berbagai cerita yang beredar di masyarakat (Shoemaker, 1996, hal. 105). Menurut Tuchman dalam Reese dan Shoemaker bahwa kebiasaan media dapat membuat peristiwa akan disusun ulang serta dikenal. Setiap peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat harus diseleksi serta diproses sedemikian rupa oleh organisasi media massa, sehingga apa yang dijelaskan kepada khalayak merupakan berita yang terpilih menurut media yang berkaitan. (Shoemaker, 1996, hal. 108).

C. *Organization Level*

Pada tingkat organisasi ini, kekuatan terbesar tentu saja adalah yang punya media. Walau pun mereka tidak ikut dalam perjalanan produksi berita, pengaruh mereka sangat besar. Dampak kepunyaan media menjadi perhatian utama bagi media berita. Meskipun perusahaan penghasil berita mendapat dukungan dari perusahaan besar, konten mereka masih dapat dikontrol secara tidak langsung

melalui upaya sewa dan promosi serta serta *self-censorship*. (Shoemaker, 1996).

Terdapat tingkatan umum dalam organisasi media. Pekerja garis depan seperti penulis, jurnalis, dan kreatif mengumpulkan dan mengemas bahan mentah. Lapisan tengah terdiri dari editor, manajer, produser, dan orang-orang yang mengoordinasikan proses, dan menjadi mediator komunikasi antara lapisan atas dan bawah yang merumuskan kebijakan organisasi. Eksekutif puncak perusahaan dan berita mengeluarkan kebijakan organisasi, menetapkan anggaran, membuat keputusan penting, dan melindungi kepentingan bisnis dan politik perusahaan serta bila diperlukan mempertahankan organisasi dari tekanan luar. (Shoemaker, 1996, hal. 145).

D. *Extramedia Level*

Pada level keempat ini merupakan extramedia level, di mana ada faktor eksternal. Faktor eksternal seperti misalnya budaya, lingkungan sosial dan politik, dimana institusi media itu berada. Pada perjalanan produksi berita nantinya akan mendapatkan pengaruh dari lingkungan luar media tersebut. Faktor-faktor eksternal tersebut berawal dari sumber berita: relasi kedekatan antara jurnalis dengan sumber, pemilihan sumber, *advertisement power* (kekuatan iklan): siapa yang mengiklan. siapa yang menjadi *target audience*, pengaruh dari pemerintah misalkan karakteristik pasar, pengaruh teknologi, dan kebijakan pemerintah. (Shoemaker, 1996, hal. 166).

E. *Ideological Level*

Faktor terakhir ini adalah tingkatan ideologi yang bisa berpengaruh ke media. Terlihat cara kekuasaan media memberi pengaruh pada pemberitaan, bahwa struktur yang lebih banyak diyakini dapat mampu merubah kondisi sesuai yang diinginkan. (Shoemaker, 1996, hal. 213).

11. Teori Perspektif Media Massa (Deni McQuail)

(McQuail, 2011) berpendapat, media massa memiliki peran penting dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern. Menurut McQuail dalam

bukunya *Mass Communication Theories*, terdapat enam perspektif dalam melihat peran media yaitu:

A. *Window On Event and Experience*

Pada perspektif ini, media diibaratkan sebuah jendela yang bisa membuat masyarakat melihat kejadian di luar sana. Dan dapat dikatakan media adalah sarana belajar untuk mengetahui isu atau kejadian.

B. *A mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*

Media seringkali dianggap sebuah cermin berbagai kejadian yang terdapat pada dunia, yang menggambarkan apa adanya. Karena itu, media suka merasa tidak “bersalah” dalam membuat isi media yang banyak dengan peristiwa kekerasan, konflik, pornografi, dan berbagai peristiwa buruk lainnya. Karena menurut media, memang itu lah fakta yang terjadi, media hanya sebagai refleksi suatu fakta, terlepas dari suka ataupun tidak suka.

C. *Gatekeeper*

Media juga dapat dipandang sebuah *gatekeeper* yang menilai banyak hal agar dapat diperhatikan atau tidaknya. Media selalu memilih isu, informasi atau bentuk konten yang lain yang lain berlandaskan penilaian para pengelola. Dari sini, masyarakat “dipilihkan” oleh media mengenai apa yang pantas mendapat perhatian lebih.

D. *Guide and Interpreter*

Media juga suka dianggap sebuah petunjuk jalan (*guide*) atau (*interpreter*), yang menunjukkan jalan, mengartikan sesuatu atas sebuah ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.

E. Forum

Pada perspektif ini, media massa dipandang sebagai forum dalam menyajikan banyaknya ide serta informasi ke masyarakat, sehingga memungkinkan terjadi tanggapan dan *feedback*.

F. *Interloculator*

Sebagai teman bicara, yang bukan cuma tempat berlalunya informasi, melainkan dapat menjadi pasangan komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif (McQuail, 2011).

12. Basis Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya ialah teori dari Robert N. Entman yang memperkenalkan konsep *framing*. Entman berpendapat, teori ini dapat menjelaskan cara seleksi dan memfokuskan pada aspek tertentu dari fakta atau realitas oleh media (Eriyanto, Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media., 2002). Dalam konsep analisis framing oleh Entman ini. Pada dasarnya *framing* mengarah pada pemberian pengertian penerangan mengenai definisi, evaluasi, dan saran dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir terhadap peristiwa yang diwacanakan. Analisis ini kemudian dilihat dapat menempatkan informasi dalam sebuah konteks yang berbeda agar isu atau pemberitaan yang ada dinilai lebih penting dibandingkan isu lainnya.

13. Fokus Penelitian

Penelitian kali ini akan berfokus membawa bahasan tentang bagaimana cara Detik.com dan juga JawaPos.com dalam melakukan pembingkai berita kasus tragedi kanjuruhan. Alasan dasar yang membuat peneliti berfokus pada penelitian ini karena peneliti ingin mencari tahu bagaimana media Detik.com dan JawaPos.com memberitakan kasus konflik di sepak bola.

14. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu Ke-1 1

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Mulkan Habibi, Daniel Handoko, Donny Kurniawan, Rasman, Regi Anggraini	ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN (PEMBERITAAN TRAGEDI KANJURUHAN DI MEDIA ASING)	Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dalam jurnalnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya:

		<p>Fokus penelitian ditujukan pada 4 media asing yaitu Mirror.co.uk, Aljazeera.com, Thesundaily.my, dan Mytimes.com</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertama define problem yang diberitakan oleh 4 media asing dari masalah ini bahwa Tragedi Kanjuruhan merupakan peristiwa olahraga paling mematikan di dunia 2. Kedua, diagnosa causes. Keempat media asing memberitakan penyebab pertama dari kasus ini adalah adanya salah satu supporter Arema Fc yang turun ke lapangan sehingga memancing para supporter lainnya.
<p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Mulkan Habibi, Daniel Handoko, Donny Kurniawan, Rasman, Regi Anggraini berfokus pada analisis <i>framing</i> pemberitaan kasus Tragedi Kanjuruhan yang diteliti pada portal media asing yakni: Mirror.co.uk, Aljazeera.com, Thesundaily.my, dan Mytimes.com. Sedangkan peneliti berfokus pada analisis <i>framing</i> pada pemberitaan Tragedi Kanjuruhan dan memfokuskan penelitian pada portal media Detik.com. dan JawaPos.com.</p>		

Tabel II.2 Penelitian Terdahulu Ke-2 1

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Said Romadlan & Izzmy Fauziah	KONSTRUKSI REALITAS MEDIA ONLINE MENGENAI KEKERASAN APARAT KEPOLISIAN DI DESA WADAS, JAWA TENGAH	Pada penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti terdahulu peneliti menyimpulkan bahwasannya: 1. Media Kompas menghasilkan <i>framing</i> bahwa tindakan aparat merupakan bentuk pengamanan dalam upaya pengukuran tanah oleh BPN terhadap tanah milik warga 2. Media CNN menghasilkan <i>framing</i> bahwasannya tindakan yang dilakukan oleh aparat merupakan tindakan represif terhadap warga di desa Wadas karena menolak adanya
Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Said Romadlan & Izzmy Fauziah berfokus pada penelitian mengenai konstruksi realitas yang dibangun oleh media cnnindonesia.com dan juga kompas.com terhadap kasus kekerasan aparat di Desa Wadas Jawa Tengah. Sementara penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada konstruksi realitas yang diciptakan oleh media detik.com dan juga jawapos mengenai kasus Tragedi Kanjuruhan di Malang Jawa Timur.		

15. sumsi Dasar

Berdasarkan teori Pamela J. Shoemaker dan Denis McQuail disimpulkan bahwa semua media mempunyai kecenderungan masing-masing ketika membingkai suatu berita. Pada teori Pamela J. Shoemaker media dapat mempengaruhi pribadi dan juga golongan. Selain itu, dalam teori Denis McQuail

menjelaskan bahwa media bisa berperan sebagai jendela bagi masyarakat untuk melihat dunia luar dan juga kaca dari banyaknya peristiwa yang terjadi pada masyarakat di dunia dan dapat merefleksikan apa adanya. Asumsi dasar dari penelitian ini menjelaskan bahwasanya portal berita online Detik.com serta JawaPos.com terdapat perbedaan karakteristik ketika sedang membingkai berita. Itu semua karena terdapat pengaruh media massa dari berbagai level dan juga media memiliki peranan yang disaksikan dari banyaknya sudut pandang. Pada hal ini, asumsi dasar dari peneliti ialah realitas dalam berita yang tersaji dalam media hadir secara subjektif dengan tercipta melalui konstruksi, perspektif dan juga ideologi dari wartawan.

