

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang modern, karena berawal dari media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern. Dalam komunikasi massa Alexis S. Tan menggambarkan komunikator sebagai organisasi sosial yang memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan secara bersamaan ke sejumlah orang yang berbeda. Pendapat diatas sejalan karena komunikasi massa dalam medianya selalu menggunakan media massa yang berbentuk media cetak dan media elektronik, kata massa di lingkup komunikasi merujuk ke orang yang menerima pesan dari media massa.

Sedangkan media massa yang dimaksud adalah media untuk menyampaikan pesan yang dapat memproduksi pesan secara massal dan mampu menyebarkan luas ke penerima yang heterogen. Bentuk-bentuk media massa antara lain media elektronik berbentuk televisi yang menampilkan audio visual dan radio yang menyajikan suara saja, serta media cetak berupa surat kabar, majalah, tabloid dan buku. Baru baru ini juga ada internet yang bisa dimasukkan dalam kategori media massa karena bila ditinjau dari ciri, fungsi, dan elemennya, internet dapat dikategorikan dalam komunikasi massa. Internet dalam beberapa definisi tokoh memang tidak dimasukan karena bisa dikaitkan dengan tahun ditemukannya internet yang lebih baru dan akan dijadikan kajian tersendiri.

Ciri-ciri komunikasi massa meliputi, antara lain, 1) Komunikator yang terlibat dalam komunikasi massa dianggap sebagai lembaga. Artinya komunikatornya bukan seorang individu sata tapi lembaga dan berupa sistem yang berkaitan satu sama lain yang umumnya berupa organisasi formal dan pesan yang disampaikan akan dipengaruhi oleh ideologi lembaga tersebut. Pesan komunikasi massa disampaikan atas nama Lembaga atau media tidak atas nama individu. Lembaga tersebut juga biasa disebut pers, contoh pers seperti kompas, detik, tempo, dan mnc.

2) Komunikasikan yang heterogen. Komunikasikan dalam komunikasi massa bisa kita amati dari siapa saja yang menonton televisi dan siapa saja yang membaca koran, tentu sangat berbeda beda orang, usia, suku, pendidikan dan tempat yang berbeda. Komunikasinya juga tidak saling terhubung satu sama lain dan memiliki kebebasan mau mengikuti pesan dari media massa atau tidak. 3) Pesannya bersifat umum. Dalam artian umum ini memiliki topik yang umum semisal memang ada media yang secara khusus membahas soal olah raga tetapi tidak menutup kemungkinan memiliki rubrik lain yang lebih umum yang dapat diterima oleh semua kalangan tidak hanya pecinta olahraga saja. Hal ini karena juga untuk menarik minat dari komunikasikan. 4) komunikasi berlangsung satu arah. Komunikasikan tidak bisa dengan mudah memberikan tanggapan ke media atau tanggapan tersebut akan tertunda. Bisa kita refleksikan saat menonton televisi atau membaca koran kita hanya menikmati beritanya saja tidak bisa menanyakan langsung ke pihak penerbit tentang hal yang tidak tertulis. Umpan balik yang tertunda ini karena cara yang dilakukan cukup sulit karena komunikasikan yang heterogen.

5) komunikasi massa menimbulkan keserempakkan. Serempak dalam mengetahui informasi yang disajikan semisal di pukul 00.00 - 04.00 WIB siaran televisi akan banyak menyiarkan pertandingan bola maka semua komunikasikan akan mengetahui informasi soal pertandingan sepak bola tersebut. 6) komunikasi massa membutuhkan peralatan teknis, seperti ketika ingin membuat siaran melalui televisi akan membutuhkan pemancar, alat perekam, dan alat untuk mengambil gambar. 7) komunikasi dikontrol oleh *gatekeeper* atau biasa disebut penjaga gawang yang bertugas menyeleksi bahan mentah informasi dapat dikatakan layak atau tidak.

Karakteristik atau sifat yang dimiliki media massa dapat menjangkau massa dalam jumlah yang sangat besar dan luas (*university of reach*), sehingga popularitas bisa didapat bagi siapa saja yang bisa muncul di media massa karena publik akan melihat orang yang sama dalam waktu yang bersamaan pula. Karakteristik tersebut dapat mengubah perilaku terhadap masyarakat, baik secara kehidupan politik maupun budaya bagi masyarakat kontemporer. Menurut Wilbur Schram dikutip dari Wiryanto,

komunikasi massa memiliki fungsi decoder, interpreter dan encoder. Komunikasi massa memperhatikan lingkungan sekitar dengan mengawasi masalah yang ada di lingkungan tersebut. Komunikasi massa yang menjangkau suatu kepentingan sehingga dapat membantu Masyarakat menikmati kehidupan, mengambil kebijakan terhadap efek serta menjaga berlangsungnya interaksi. Komunikasi massa juga menyaring pesan-pesan yang menjaga hubungan antar masyarakat serta menyampaikan kebudayaan baru dengan cepat kepada khalayak. Keunggulan ini yang menjadikan komunikasi massa memiliki kemampuan untuk memperluas pandangan, pendengaran dalam skala yang besar, luas, tidak terbatas dan melipat gandakan dengan pesan-pesan tersebut.

Pesan dari komunikasi massa yang tersampaikan kepada komunikan yang heterogen tersebut tentu memiliki efek. pertama efek tidak terbatas (1930 - 1950), efek terbatas (1950 - 1970), efek moderat (1970-1980). Bentuk efek tidak terbatas didasarkan pada teori peluru atau jarum suntik, dimana ketika pesan diletakkan melalui media massa maka audiens tidak akan pernah bisa menghindar dan mengikuti apapun pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut. Contoh efek ini terlihat ketika zaman penggunaan radio sebagai alat kampanye yang dilakukan oleh Hitler saat perang dunia II sehingga dapat mengubah opini publik dan keyakinan tentara Nazi. Hal demikian bisa terjadi karena siaran yang terus di ulang-ulang dan mempunyai fokus target audience yang menerima. Teori efek terbatas yakni pesan yang disampaikan oleh media massa tidak berpengaruh banyak kepada khalayak atau ada perubahan sikap. Hal tersebut bisa terjadi karena rendahnya terpaan media atau pesan dari media massa tidak mencakup banyak orang dan bisa terjadi karena memang komunikan yang menyaring pesan sehingga terjadi perlawanan dan perubahan sikap yang lebih dipengaruhi oleh kondisi psikologi komunikan.

Dalam efek moderat pesan yang ingin disampaikan perlu ditata dengan rapi untuk mendapat pengaruh. Memang setiap pesan pasti ada pengaruhnya tetapi tidak selalu membabi buta diterima. Efek itu juga dipengaruhi oleh faktor (nilai yang menjadi

dasar gerak, jenjang Pendidikan, dan lingkungan sosial) jadi semakin tinggi tingkat pendidikan maka akan semakin selektif dalam menerima pesan.

2.2 New Media

New Media, juga dikenal sebagai "media baru" adalah jenis media massa terbaru yang muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Dengan karakter baru dan saluran baru melalui internet, berbeda dengan jenis media massa sebelumnya seperti televisi, radio, surat kabar, dan sebagainya. Menurut Martin Lister dalam bukunya yang berjudul *New Media: A Critical Introduction*, "media baru" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perubahan besar dalam produksi media; ini mencakup distribusi media serta penggunaan media yang berkaitan dengan teknologi dan budaya konvensional (Lister et al. 2009).

Dalam media baru juga memiliki semangat baru dalam interaksi antara penyampai pesan dan audience. Apabila di media lama audience sebagai penerima yang pasif layaknya kurang tepat, di dalam media baru audience lebih tepat disebut pengguna karena bisa berinteraksi secara aktif dan tidak melupakan manusia sebagai makhluk yang kreatif dengan membuat konten sendiri entah berupa gambar, tulisan ataupun suara. Selain mencipta sebuah konten, antar pengguna juga bisa memberikan umpan balik berupa komentar dan bisa diterima ataupun dibalas dengan proses yang cepat. *New media* dalam pertukaran informasi menggunakan basis internet dan memiliki banyak platform aplikasi atau perangkat lunak seperti youtub, tik-tok, facebook, Instagram dan lain sebagainya yang aplikasi tersebut terhubung juga dengan internet.

Media baru menunjukkan beberapa karakteristik menurut pendapat Manovich, yaitu variabilitas, modularitas, dan *transcoding*. Variabilitas menjadi salah satu ciri utama dalam masyarakat postmodern, mengindikasikan bahwa setiap individu memiliki kemampuan untuk menciptakan gambar dan suara sesuai keinginannya sendiri. Modularitas sebagai karakteristik kedua, merupakan konsep yang dipahami dalam masyarakat pasca-industri, di mana media digital terdiri dari berbagai macam

komponen yang mungkin terlihat terpisah, namun dapat disusun atau digabungkan secara fleksibel dalam representasi data numerik. Dari modularitas inilah variasi konten dapat diciptakan oleh pengguna. Sementara itu, karakteristik ketiga adalah *transcoding*, suatu proses yang memudahkan pengguna menerjemahkan karyanya ke dalam format yang berbeda, terutama dengan dukungan dari proses komputerisasi. (Liliweri, 2015, h.288)

Jenis-jenis New Media yang ada saat ini antara lain :

- Media Sosial: Platforms seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dll.
- Situs Web dan Blog: Konten yang dipublikasikan secara online oleh individu atau organisasi.
- Media Streaming: Layanan streaming video (Netflix, Hulu, YouTube) dan audio (Spotify, Podcasts).
- Aplikasi Seluler: Aplikasi untuk berbagai tujuan seperti game, hiburan, pendidikan, bisnis, dll.
- Realitas Virtual (VR) dan Augmented Reality (AR): Teknologi yang menciptakan lingkungan virtual atau menggabungkan elemen digital dengan dunia nyata.
- Game Digital: Game yang dimainkan di perangkat digital seperti komputer, konsol, atau perangkat seluler.

New media telah mengubah cara manusia berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan konten cukup dengan berdiam di suatu tempat saja bisa berkomunikasi dan bertukar informasi dengan banyak orang tanpa batasan jarak tempat yang jauh sekalipun. Ini telah menciptakan peluang baru dalam bidang pemasaran, jurnalisme, hiburan, pendidikan, dan banyak aspek kehidupan lainnya. Namun, new media juga membawa tantangan seperti privasi dan keamanan data yang bisa diakses karena pertukaran data digital yang massif.

2.3 Media Online

Media yang tersedia melalui internet disebut media online. Sementara internet kependekan dari interconnection-networking atau jaringan antarkoneksi, istilah "online" dapat dipahami sebagai keadaan tersambung. Semua yang ada di satu perangkat komputer dapat diakses oleh komputer lainnya melalui internet. Media online adalah generasi ketiga dari media massa setelah media cetak yang berbentuk majalah, tabloid, buku, dan surat kabar, serta media elektronik, yang terdiri dari radio dan televisi.

Oleh karenanya media online juga biasa disebut media baru dalam studi komunikasi massa yang merujuk pada permintaan akses di mana saja, kapan saja pada setiap perangkat digital dan dapat memberikan umpan balik. Juga aspek waktu yang real time. Media online memiliki beberapa jenis diantaranya, website, radio online, TV online, email dan sosial media seperti facebook dan X. dalam kajian ini akan berfokus pada website karena yang paling umum melakukan praktik jurnalistik online adalah penggunaan website sebagai media berita online.

Mengutip dari buku jurnalistik online karya Asep Syamsul M. Romli menjelaskan karakteristik media online antarlain :

- Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- Update: pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah "ralat" di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- Kapasitas luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (update) bisa

- kapan saja, setiap saat. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet Interaktif dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
- Terdokumentasi: informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search),
- Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Selain itu adapula kekurangan atau kelemahan yang dimiliki media online, di antaranya:

- Bergantung pada komputer yang terhubung dengan internet. Jika tidak ada aliran listrik, baterai habis, dan Anda tidak dapat terhubung ke internet atau menggunakan browser, Anda tidak akan dapat mengakses media online.
- Bisa dimiliki dan digunakan oleh "sembarang orang", karena orang yang tidak bisa karya tulis sekalipun bisa memiliki media online dengan konten yang disalin dari situs web lain.
- Memiliki kecenderungan untuk berkonsentrasi saat membaca konten di media online, terutama naskah yang panjang.
- Akurasi seringkali diabaikan. Media online mengutamakan kecepatan, sehingga berita tidak selalu akurat—terutama dalam hal kata yang salah tulis.

Saat ini dengan adanya media online tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi berupa karya jurnalistik dengan membuat website. Sehingga memunculkan jenis jurnalistik baru yang disebut jurnalistik online sebagai pembaharuan dari jurnalistik sebelumnya yang menggunakan media cetak atau elektronik yang berarti proses penyampaian informasi melalui internet. Karena menggunakan jenis media yang baru, maka jurnalistik online memiliki prinsipnya sendiri karena karakter media online yang berbeda dengan media cetak maupun media elektronik.

Paul Bradshaw dalam "Basic Principal of Online Journalism (onlinejournalismblog.com) menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik online

yang disingkat B-A-S-I-C, yakni Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation.

- Keringkasan (Brevity). Berita online harus ringkas untuk menyesuaikan dengan kehidupan manusia yang semakin sibuk. Pembaca tidak memiliki banyak waktu untuk membaca, dan mereka ingin mendapatkan informasi segera. Jadi, jurnalisisme online harus berupa tulisan singkat. Ini juga memenuhi persyaratan Keep It Short and Simple dari KISS untuk bahasa jurnalistik. Buatlah naskah yang sederhana dan mudah dibaca.
- Kemampuan beradaptasi (Adaptability). Wartawan online harus mampu mengadaptasi diri dengan kebutuhan dan preferensi publik. Dengan kemajuan teknologi saat ini, jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai format, termasuk suara (audio), video, gambar, dan lain-lain.
- Dapat dipindai (Scannability). Situs-situs yang berkaitan dengan jurnalistik online harus memiliki fitur yang dapat dipindai sehingga pembaca tidak perlu merasa terpaksa membaca informasi atau berita.
- Interaktivitas (Interactivity). Dengan adanya akses yang semakin luas, sangat mungkin bagi publik untuk berkomunikasi dengan jurnalis melalui jurnalisisme online. Pembaca atau pembuat video dibiarkan menjadi pengguna. Hal ini sangat penting karena semakin audiens terlibat, semakin mereka dihargai dan senang membaca yang ada.
- Komunitas dan Percakapan (Community and Conversation). Media online memiliki peran yang lebih besar sebagai penjangkaran komunitas daripada media cetak atau media konvensional lainnya. Selain itu, sebagai tanggapan atas interaksi publik, jurnalis online harus memberikan jawaban atau timbal balik kepada publik.

2.3.1 Karakteristik Jurnalistik Online

Interaksi dengan pembaca atau pengguna (user) dan kecepatan adalah perbedaan utama antara jurnalistik online dan jurnalistik tradisional (cetak, radio, TV).

Jurnalis online juga "tidak mengenal" tenggat waktu, seperti yang dilakukan jurnalis cetak. Untuk jurnalistik online, batas waktu paling lambat adalah "beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung". Jurnalistik online adalah jenis jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai bentuk media, juga dikenal sebagai "multimedia", untuk menyusun liputan dan memungkinkan interaksi dan hubungan antara jurnalis dan audiens. bagian berita dari berbagai sumber online. Sebagian orang percaya bahwa kemampuan jurnalistik online untuk berinteraksi dengan orang lain dapat meruntuhkan keyakinan lama bahwa "kebenaran faktual" adalah inti dari praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang dapat mengidentifikasi dan menentukan jenis informasi yang dibutuhkan khalayak. Objektivitas, kebenaran faktual, dan imparialitas sekarang dipertukarkan antara jurnalis dan publik, bukan lagi di luar editor.

Jurnalisme online selalu memiliki dasar untuk menyampaikan berita di website atau portal. Dalam *Basic Principles of Online Journalism*, Paul Bradshaw menjelaskan jurnalisme online berdasarkan lima prinsip dasar:

a. Keringkasan (brevity)

Berita di media online harus ringkas. Pembaca tidak memiliki banyak waktu untuk membaca, dan mereka ingin selalu menjadi yang terkini. Oleh karena itu, jurnalisme online harus berupa tulisan singkat. Selain itu, karakter yang ringkas dan sederhana adalah salah satu standar bahasa jurnalistik.

b. Kemampuan beradaptasi (Adaptability)

Wartawan online harus mampu menyesuaikan diri dengan preferensi publik. Dengan kemajuan teknologi saat ini, jurnalis dapat menyajikan berita dalam berbagai cara, seperti video, gambar, suara, dan lain-lain.

c. Dapat dipindai (Scannability)

Situs-situs yang berkaitan dengan jurnalistik online harus memiliki fitur yang dapat dipindai sehingga pembaca tidak perlu merasa terpaksa membaca informasi atau berita.

d. Interaktivitas (*Interactivity*)

Dengan adanya akses yang semakin luas, jurnalisme online membuat komunikasi dari publik ke jurnalis sangat mungkin. Pembaca diminta untuk menjadi pengguna. Karena mereka semakin dihargai dan senang membaca berita, hak ini sangat penting. Selain itu, itu dapat digunakan sebagai cara bagi admin untuk berkomunikasi dengan pembaca, membiarkan mereka berkomentar atau mengajukan pertanyaan tentang situs web yang mereka gunakan.

2.4 Berita

Kata berita berasal dari [bahasa Sanskerta](#) yaitu *vrit* yang artinya ada atau terjadi, dan *vritta* memiliki arti kejadian atau peristiwa. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Berita berfungsi sebagai sarana tercepat untuk melaporkan peristiwa terkini atau penting. Berita merupakan hasil sajian dari apa yang ditulis oleh wartawan dan sudah siap dibaca oleh khalayak yang akan menjadi jendela informasi bagi para pembacanya. Tidak hanya berupa potongan informasi tetapi sudah terangkai dan tersusun menjelaskan sebuah fakta terbaru yang diterbitkan oleh salah satu perusahaan pers. Tapi tidak hanya rangkaian informasi biasa saja, karena sebuah berita harus menarik. Menurut Nortcliffe dalam ungkapannya “Kalau anjing menggigit orang, itu bukan berita. Kalau orang menggigit anjing, itu baru berita”. ungkapan tersebut memiliki makna sebenarnya berita adalah komoditi atau barang dagangan sehingga harus menyajikan sesuatu yang menarik untuk dibaca, karena semakin banyak pembaca berarti banyak pula yang membayar untuk berita tersebut. Tidak jarang pula berita menggunakan judul yang agak aneh atau sengaja membuat penasaran. Sejalan dengan Mickhel V. Charniey mendefinisikan “berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian pembaca serta menyangkut kepentingan mereka”. kendati demikian berita tetap memiliki unsur kelayakan sehingga bisa disebut berita.

2.4.1 Unsur Layak Berita

1. Berita harus akurat

Wartawan dalam menulis berita dengan sangat hati-hati untuk memenuhi akurasi baik dalam media cetak, elektronik maupun online. Kehati-hatian ini dimulai dari penulisan nama, tanggal, angka, dan nama karena harus benar-benar menyajikan fakta. Oleh karenanya harus benar-benar mendapatkan informasi yang detail dari narasumber yang terpercaya dan melakukan cek ulang sebelum berita diterbitkan.

2. Berita harus lengkap, adil dan berimbang

Berita yang tertulis untuk dibaca harus benar-benar memberikan pandangan dari kedua belah pihak yang bersangkutan sehingga pembaca mengetahui fakta yang terjadi. Semisal dalam kasus kriminal, dari pihak kepolisian melakukan penangkapan terhadap pelaku pencurian. Maka yang seharusnya menjadi narasumber juga dari pihak kepolisian dan pihak pelaku kriminal jadi tidak hanya dari satu sudut saja seperti halnya lebih banyak menyajikan penjelasan dari pihak kepolisian saja, hal ini tidak tepat karena tidak berimbang.

3. Berita harus objektif

Berita yang disajikan harus selaras dengan kenyataan atau tidak berat sebelah dan hanya mengambil sebagian kecil dari sebuah peristiwa untuk disajikan.

4. Berita harus ringkas dan jelas

Penyajian berita tidak perlu menggunakan bahasa klise, berbelit atau terlalu banyak kiasan, lebih mengutamakan kandungan kualitas yang harus dikejar setiap penulis. Penulisan seperti ini akan membuat pembaca lebih cepat untuk memahami isi berita.

5. Berita harus hangat

Berita harus hangat artinya selalu menyajikan fakta terbaru yang bisa ditinjau dari kebaruan waktu. Hal ini karena konsumen selalu menginginkan

informasi terbaru. Seperti halnya dalam kasus kecelakaan pasti akan terus diperbarui informasinya. Berita pertama akan membahas peristiwa kecelakaan berita kedua bisa membahas kondisi pihak yang terlibat dalam kecelakaan tersebut.

2.4.2 Nilai Berita

Nilai berita merupakan kriteria yang harus dipakai dalam menetapkan apakah peristiwa atau kejadian tersebut memiliki nilai atau tidak, sehingga berita yang akan disajikan juga harus memiliki nilai berita, berikut adalah nilai nilai berita :

- a. Aktualitas (timeliness) nilai ini menunjukkan dengan ciri berita yang disajikan dengan mengutamakan kecepatan untuk diterbitkan. Karena masyarakat selalu ingin mengetahui informasi yang baru. Jadi berita yang terbit tidak terlalu lama dari kejadian langsungnya semisal peristiwa pagi hari saat sore sudah diterbitkan.
- b. Kedekatan (proximity) berita yang disajikan memiliki kedekatan dengan sasaran pembaca. Kedekatan dalam hal ini bisa berupa geografi ataupun emosional, karena pembaca akan lebih menyukai berbagai hal yang mirip seperti dirinya atau dekat dengannya seperti berita lokal atau seperti berita soal kaum muslim rohingya yang dibaca oleh kaum muslim indonesia
- c. Keterkenalan (prominence) perbedaan status sosial dalam masyarakat menyebabkan ada orang yang lebih terkenal dari yang lain sehingga orang tersebut bisa dijadikan bahan untuk sajian berita. Seperti berita kematian machel jackson yang diberitakan berhari hari di TV karena sebagai penyanyi dan pencipta lagu lagu pop sampai dijuluki raja pop. Hal tersebut juga terjadi di pernikahan rafi ahmad yang menjadi bahan pemberitaan padahal hal tersebut juga lumrah saja dilakukan oleh setiap orang
- d. Dampak (Consequence) berita yang tersaji akan memberikan dampak luas atau seperti pengumuman. Misalnya pemberitaan terkait penyebaran virus covid-19 yang diawali dari daerah Jabodetabek dan ada indikasi di daerah Indonesia

yang lain akan terjadi penyebaran virus. dalam berita tersebut juga menyampaikan himbauan senantiasa menjaga protokol kesehatan.

2.4.3 Jenis Berita

a. Straight news

berita langsung yang ditulis secara lugas melaporkan peristiwa peristiwa terbaru dan mengutamakan kecepatan sehingga berita straight news cenderung cepat basi. Berita straight news terbagi menjadi hard news yang biasa membahas berita internasional, politik, bisnis, ekonomi, kesehatan, atau Pendidikan dan soft news yang lebih berfokus pada berita-berita seputar entertainmen atau selebriti, gaya hidup (lifestyle), seni dan budaya, serta olahraga.

b. Feature

Bentuk berita yang ditujukan untuk menghibur karena Feature ini memberikan wawasan dan perspektif berharga tentang berbagai situasi dan aspek kehidupan. Meski disampaikan secara ringan, namun manfaatnya sangat besar bagi masyarakat.. Penulisan feature juga boleh dikreasikan seperti menggunakan bahasa sastra atau tidak baku. Berita feature juga tidak gampang basi dan tetap bisa dibaca meski sudah lama diterbitkan. Contoh berita soal biografi tokoh, sejarah, dan adat istiadat.

c. Investigasi

Berita investigasi adalah berita yang dihasilkan dari laporan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Laporan investigasi sendiri dibuat dengan menggunakan metode investigasi seperti observasi, wawancara, dan penelitian mendalam untuk mengungkap suatu kasus. Contoh salah satunya adalah pembongkaran kasus korupsi dan pemberitaan mengenai pedagang makanan yang mencampurkan bahan berbahaya.

d. Indept news

Indept news juga dikenal laporan mendalam karena mencirikan pemberitaan yang mengupas lebih mendalam dari peristiwa peristiwa yang ada

dipermukaan. Akan lebih banyak membahas mengapa suatu hal terjadi dan bagaimana dampaknya, contoh soal banjir yang sering melanda ibu kota, tidak hanya peristiwa banjirnya tapi akan diungkap penyebabnya sampai melaporkan data data yang berkaitan.

2.5 Konflik Agraria

Konflik agraria di Indonesia merupakan dampak dari sejarah panjang yang melibatkan pengelolaan dan kepemilikan tanah yang sering kali tidak adil. Sejak masa kolonial Belanda, sistem tanah di Indonesia telah didasarkan pada hukum Eropa yang mengakibatkan akumulasi tanah di tangan sedikit orang, baik itu pihak Belanda maupun elite pribumi yang bersekutu dengan mereka. Hal ini menciptakan ketimpangan besar dalam kepemilikan tanah, di mana mayoritas penduduk lokal kehilangan akses terhadap sumber daya pertanian yang vital. Pada periode kemerdekaan, pemerintah Indonesia berusaha mengubah sistem agraria yang tidak adil ini dengan berbagai kebijakan agraria, termasuk pembentukan Undang-Undang Pokok Agraria (UUPA) pada tahun 1960. UUPA bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada rakyat atas tanah yang mereka olah serta untuk mendorong redistribusi tanah yang lebih adil. Namun, implementasinya tidak selalu berhasil dalam mengatasi ketimpangan yang telah tertanam kuat, sehingga berkontribusi terhadap eskalasi konflik agraria yang terus berlanjut hingga hari ini.

Seiring berjalannya waktu, konflik agraria di Indonesia semakin kompleks dan melibatkan berbagai pihak. Penyebab utama konflik ini meliputi ketimpangan dalam kepemilikan tanah, ekspansi perusahaan besar yang mengambil alih tanah untuk perkebunan kelapa sawit, pertambangan, atau pengembangan infrastruktur, serta ketidakadilan dalam proses pencatatan dan pengakuan hak atas tanah. Meskipun UUPA memberikan kerangka hukum yang penting untuk mengatur hak-hak tanah dan mengatasi sengketa agraria, implementasinya sering kali tidak memadai. Banyak daerah di Indonesia masih menghadapi kendala dalam pendaftaran tanah yang akurat

dan adil, sehingga status kepemilikan tanah sering kali menjadi subjek sengketa yang kompleks dan sulit diselesaikan.

Beberapa kasus terkenal menyoroti eskalasi konflik agraria di berbagai daerah Indonesia. Misalnya, di Kalimantan Barat, konflik antara masyarakat Dayak dengan perusahaan perkebunan kelapa sawit menggambarkan perselisihan terkait klaim atas tanah adat dan dampak lingkungan yang signifikan. Di Sulawesi Tengah, konflik antara petani lokal dengan perusahaan tambang mencerminkan pertentangan terkait dengan klaim atas tanah dan dampak ekologis yang dihasilkan dari aktivitas tambang. Kasus-kasus semacam ini mencerminkan kompleksitas permasalahan agraria di Indonesia yang melibatkan hak-hak tradisional masyarakat adat versus kepentingan ekonomi perusahaan besar yang sering kali didukung oleh pemerintah.

Dalam konteks konflik agraria, UUPA menjadi instrumen kunci dalam mencoba mengatasi masalah ini. UUPA memberikan kerangka hukum yang mengatur hak-hak atas tanah, termasuk hak milik, hak guna usaha, dan hak pakai. Namun, tantangan utama terletak pada implementasi yang merata dan adil dari UUPA di seluruh Indonesia. Perbedaan interpretasi, keterlibatan lembaga-lembaga hukum yang tidak memadai, serta pengaruh politik dan ekonomi sering kali menghalangi proses penyelesaian sengketa agraria secara efektif. Selain itu, kelemahan dalam birokrasi dan kurangnya transparansi dalam pengelolaan tanah juga menjadi faktor yang memperburuk konflik agraria.

Dalam beberapa dekade terakhir, upaya telah dilakukan untuk merevisi UUPA dan memperkuat perlindungan hak-hak masyarakat adat serta petani kecil. Namun, langkah-langkah ini sering kali terbentur oleh resistensi dari pihak-pihak yang memiliki kepentingan ekonomi besar dalam industri perkebunan, pertambangan, dan infrastruktur. Perlunya perubahan mendasar dalam pendekatan pengelolaan tanah di Indonesia menjadi semakin penting untuk mengatasi konflik agraria secara berkelanjutan.

Tantangan di masa depan meliputi perlunya reformasi agraria yang lebih mendalam, yang tidak hanya mencakup aspek hukum tetapi juga aspek sosial, politik,

dan ekonomi. Partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait dengan pengelolaan tanah mereka, penguatan lembaga hukum yang independen dan transparan, serta pendekatan yang mengakui dan melindungi hak-hak masyarakat adat akan menjadi kunci dalam mengatasi konflik agraria di Indonesia. Dengan demikian, dapat diharapkan bahwa upaya-upaya ini akan membawa perubahan yang positif dalam mendukung keadilan sosial dan pembangunan berkelanjutan di sektor agraria Indonesia.

2.6 Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme lingkungan sebenarnya merupakan cara untuk melaporkan berita soal realitas lingkungan hidup. Selain hal tersebut juga sebagai penegasan bahwa memang berbeda dengan jenis berita lainnya seperti olahraga, ekonomi, politik, atau kriminal dan lain lain, karena bahan yang digunakan dalam penyajian berita adalah realitas lingkungan hidup yang ada. Realitas lingkungan hidup yang dijadikan bahan dalam jurnalisme lingkungan hidup lebih mengarah ke permasalahan realitas lingkungan hidup seperti polusi udara, pencemaran sampah, penggunaan pupuk berlebih dan penggundulan hutan.

Pemberitaan soal lingkungan memang sudah banyak dibuat tetapi sering tidak tuntas karena kebanyakan menyampaikan soal kerusakan lingkungan saja tetapi tidak sampai pada solusi penyelesaian dari kasus tersebut atau hanya solusi yang alakadarnya untuk pelengkap berita. Kalaupun dalam proses penyusunan dan investigasi untuk dijadikan berita akan ditemukan persoalan kompleks yang menyangkut banyak pihak. Di lapangan ditemukan ada pecahan tanggul sungai yang menyebabkan tiga desa mengalami banjir, ternyata setelah dilakukan penyelidikan lebih lanjut penyebab pecahnya tanggul karena pemegang Hak Penguasa Hutan (HPH) yang seenaknya menebang pohon, masyarakat yang mencari kayu bakar, dan kebakaran hutan.

Untuk melengkapi berita, jurnalis melakukan wawancara ke para ahli. Hasil yang didapat juga beragam ada yang menyarankan wewenang HPH yang dibatasi padahal pemerintah juga butuh devisa dari penjualan kayu, ada yang berpendapat

penjagaan hutan yang diperketat dan pelarangan masyarakat untuk mencari kayu bakar padahal tidak ada alternatif lain. Dari kasus di atas bisa dipahami bahwa tidak akan memuaskan berita yang disajikan, karena akan selalu ada pihak yang diuntungkan tetapi kebanyakan pihak yang menang adalah yang lebih berkuasa. Dari kenyataan seperti inilah para ahli memperkenalkan Fokus jurnalisme lingkungan adalah untuk mempromosikan kelestarian lingkungan. Hal ini mencakup penulisan artikel berita yang bertujuan untuk melestarikan kondisi lingkungan saat ini, dan memastikan bahwa hal tersebut dapat diwariskan kepada generasi mendatang..

Prinsip tersebut sudah meluas di kalangan para jurnalis yang melaporkan berita lingkungan hidup. Selain itu yang menjadi khas dalam jurnalisme lingkungan hidup juga membutuhkan pengetahuan yang cukup komperhensif karena harus bisa mengaitkan hubungan antara alam, manusia, ekonomi, pembangunan, dan juga dampak sosial serta dampak fisik apabila terjadi kerusakan lingkungan. Tidak hanya berhenti di penyebab kerusakan tetapi juga sampai pada tawaran solusi penanggulangan kerusakan lingkungan hidup. Oleh karenanya jurnalisme lingkungan hidup menjadi khas. Sebagaimana yang dijelaskan diatas bahwa yang menjadi bahan jurnalisme lingkungan hidup adalah realitas lingkungan hidup, yakni ada sekurang kurangnya empat poin yang harus bisa diungkapkan dalam berita lingkungan hidup (1) kebijaksanaan yang diterapkan, (2) masa depan yang diangankan, (3) aktor yang terlibat, (4) nilai yang disampaikan (Dahlberg et al 1985:ix). Misalnya dalam kasus kerusakan hutan karena pembangunan padahal hutan sebagai salah satu sumber daya alam yang dapat menghasilkan kayu, getah, kertas, minyak dan juga dapat menjadi resapan air untuk mencegah erosi. Kalau dilihat soal kebijaksanaan, bisa saja menyangkut soal kebijakan politik pemerintah atau undang undang yang berkaitan dengan regulasi penggunaan hutan dan soal pembangunan, dan kebijaksanaan ekonomi perusahaan yang memiliki hak untuk mengelola hutan. Kebijakan bisa diartikan juga dasar dari perbuatan tersebut bisa dilakukan.

Sedangkan soal masa depan adalah akibat yang mungkin terjadi terhadap keselamatan dan kesejahteraan masyarakat banyak. Membahas soal akibat ini tidak

bisa hanya dibayangkan tetapi wartawan juga perlu menguasai teknis yang berkaitan dengan pengelolaan hutan bahkan melihat dengan aspek ekonomi, politik, sosial atau pembangunan dari perusakan hutan. Tidak bisa dipungkiri bahwa setiap berita selalu ada aktor yang terlibat baik sebagai narasumber atau pelaku kejadian. Tetapi penekanan aktor yang dimaksud adalah seseorang atau kelompok yang paling dominan dalam terjadinya kasus tersebut atau menentukan hitam putihnya pengelolaan hutan, namun hal ini sangat sulit didapatkan karena perlu investigasi yang mendalam. Kemudian soal nilai yang dimaksud adalah mengenai benar dan salah apabila sesuatu yang diberitakan adalah hal yang benar maka jangan sampai membuat masyarakat terlena tetapi tetap memberikan kesadaran pentingnya menjagalingkungan hidup, apabila yang diberitakan adalah hal yang salah maka jangan juga sampai membuat takut pembaca, tetapi malah menggugah semangatnya menjaga lingkungan hidup bila perlu sampai membuat Gerakan untuk pelestarian lingkungan.

2.5.1 Strategi Memberitakan Informasi Lingkungan Hidup

Dalam penyampaian berita jurnalisme lingkungan hidup strategi yang digunakan bisa menggabungkan unsur Pendidikan dan pengawasan dalam berita lingkungan hidup. Memberikan analisis untung rugi merupakan bentuk edukasi ke masyarakat dan akan membuat berita lebih diminati. Contohnya ketika tempo merilis berita dengan judul “Aki-aki Merepotkan” pada Februari 1993 yang memberitakan PT Indra Era Multi Logam Industri (IELMI) melakukan impor aki bekas dari Singapura, Hong Kong, Taiwan, dan Jepang. Dari Impor tersebut sawah seluas 3.000 meter persegi di Desa Gunung Gangsir, Pasuruan, Jawa Timur menjadi tercemar. Pencemaran juga terjadi pada sumur penduduk yang menyebabkan penyakit kulit dan sesak napas. Pencemaran tersebut terjadi akibat PT Indra Era Multi Logam Industri (IELMI) hanya membutuhkan logam penyekatnya saja, air akinya dibuang di lubang besar yang dibuat di sekitaran pemukiman dan sawah warga. Sehingga ketika hujan turun air aki meluap terbawa air hujan dan mencemari sawah dan sumur warga.

Dalam peristiwa tersebut analisis untung rugi bisa dibuat perbandingan antara biaya yang dikeluarkan PT Indra Era Multi Logam Industri (IELMI) untuk impor aki bekas dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk kerugian sawah yang tidak produktif dan harus mengobati penyakit yang diderita oleh warga, maka pembaca akan lebih bisa mendapat gambaran yang lebih luas terkait perlu atau tidaknya melakukan impor aki. Di sisi lain, masyarakat juga akan lebih waspada ketika ada perusahaan yang melakukan pembangunan di sekitaran rumah mereka. Cara paling mudah membuat analisis untung rugi adalah dengan menghitung jumlah rupiah. Yaitu menghitung keuntungan suatu proyek dibandingkan kerusakan lingkungan yang ditimbulkannya. Tetapi bisa juga membuat perbandingan keuntungan perusahaan dengan kesempatan masyarakat hidup damai dan berkembang dari generasi ke generasi.

Strategi selain memberikan analisis untung rugi adalah dengan memasukkan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL). Isi Undang-undang nomor 4 tahun 1982 pasal 16 menyebutkan keharusan sebuah proyek memiliki AMDAL. Di dalamnya termuat jumlah manusia yang terkena dampak, jangka waktu dampak berlangsung, seberapa sering dampak, jumlah komponen lingkungan lain yang akan terkena dampak, sifat akumulatif dampak, dan berbalik atau tidaknya dampak. Pembahasan AMDAL tersebut bisa digunakan sebagai analisa jurnalis untuk menulis sebuah berita lingkungan hidup, tetapi sayangnya mandapatkan AMDAL dari proyek juga memiliki kesulitan tersendiri. Terkadang Perusahaan juga menutupi dengan alasan belum layak diberitakan.

2.6 Teori Tentang Framing Media

Framing merupakan suatu cara media menyajikan suatu peristiwa dengan menonjolkan bagian-bagian tertentu dari suatu realitas yang kompleks dan memperkuat cara tertentu dalam menceritakan realitas atau peristiwa tersebut sehingga makna peristiwa tersebut lebih mudah dipahami dan diingat oleh pembaca. Beberapa definisi framing menurut ahli memang memiliki perbedaan tetapi memiliki benang merah yang saling terkait. Definisi framing menurut Robert N. Entman “Proses seleksi

dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada yang lain”. Bila mengutip pendapat tokoh lain menurut Todd Gitlin “Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa – peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas”. Dari pengertian pengertian tersebut maka dalam satu peristiwa bisa menjadi beberapa berita yang berbeda tergantung dari wartawan yang meliput karena masing masing wartawan punya pendapat apa yang lebih penting dalam suatu peristiwa, sehingga yang terjadi dalam sebuah laporan berita aka ada sesuatu yang menonjol dan ada yang ternegasikan.

Disiplin psikologi dan sosiologi sangat mempengaruhi oleh konsep framing dalam studi media. Fokus pendekatan psikologi adalah bagaimana kognisi mempengaruhi skema diri, sesuatu, atau gagasan. Teori atribusi Heider mengatakan bahwa manusia pada dasarnya tidak memahami dunia yang sangat kompleks. Oleh karena itu, sebagai dasar hubungan sebab akibat, orang berusaha menarik kesimpulan dari kumpulan data yang sangat besar yang dapat mereka kumpulkan. Atribusi tersebut dipengaruhi oleh faktor internal seseorang dan faktor pengaruh lingkungan eksternal. Bukan hanya untuk membuatnya lebih sederhana dan mudah dipahami, tetapi juga untuk alasan psikologis, seseorang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia yang rumit. Namun, untuk memiliki perspektif atau dimensi tertentu. Selain itu, ada kecenderungan bahwa pesan atau realitas dilihat dalam kerangka berpikir tertentu. Oleh karena itu, karena setiap orang memiliki pandangan atau perspektif unik, individu yang berbeda mungkin memiliki cara yang berbeda untuk menggambarkan realitas yang sama.

Konsep bingkai dipengaruhi oleh karya Erving Goffman di bidang sosiologi. Menurut Goffman, pada dasarnya manusia aktif mengklasifikasikan dan

mengkategorikan pengalamannya agar dapat dipahami. Pada dasarnya setiap tindakan manusia mempunyai makna, dan manusia berusaha menjelaskannya agar masuk akal dan memiliki arti. Akibatnya tindakan manusia menjadi penentu atas frame atau skema interpretasi. Pada dasarnya menjadi nyata bagi seseorang adalah proses mendefinisikan situasi. Menurut Goffman, frame adalah skema interpretasi dimana gambaran dunia seseorang diorganisasikan sehingga pengalaman tersebut menjadi makna dan signifikan. Situasi seperti ini terdiri dari dua komponen yaitu strips (kepingan) dan frame (bingkai). Sementara strip adalah sebuah aktivitas, frame adalah pola dasar organisasional yang digunakan untuk mendefinisikan strip. Contoh peristiwa yang menunjukkan strips dan frame kunjungan ke warung, mengambil botol, membuka tutup, meminumnya, dan mengembalikan botol adalah contoh strip. Meminum dari botol adalah salah satu contoh bagaimana berbagai aktivitas disusun dalam frame.

Ada dua aspek dalam framing media yakni memilih fakta dan menulis fakta. *Pertama*, proses pemilihan fakta ini akan dilakukan dari sudut pandang wartawan yang akan mencakup dua kemungkinan melewatkan fakta lain dan memilih fakta tertentu. Dalam pembuatan berita, hasilnya akan berbeda dari satu media ke media lainnya karena masing-masing media akan memilih fakta mana yang akan ditampilkan dan mana yang akan dilupakan. Kedua, menuliskan fakta. Dalam proses ini, fakta yang telah dipilih disajikan kepada khalayak dengan kalimat yang proporsional dibantu oleh visualisasi grafis atau foto dan pengulangan dilakukan untuk membuat fakta yang dipilih lebih menonjol. Hal ini dilakukan untuk membangun konstruksi berita yang bermakna dan dapat diingat oleh pembaca. Tindakan ini juga berpotensi mempengaruhi pemahaman pembaca tentang realitas.

Framing terjadi dalam pembuatan berita sudah merupakan keniscayaan karena bingkai dalam penyajian berita sangat terbatas. Apabila menyajikan semua peristiwa yang ada dalam satu berita malah akan semakin sulit untuk dipahami oleh pembaca berita, ditambah lagi seorang wartawan yang mempunyai cara pandangannya dalam melihat peristiwa tersebut akan melihat bagian mana yang penting untuk disampaikan

dan tidak. Tidak sampai disini berita yang sudah ditulis wartawanpun akan di proses lagi oleh *gatekeeper* yang akan disesuaikan dengan ideologi perusahaan. Sehingga tidak heran akan terjadi framing yang akan menonjolkan bagian tertentu dan menghilangkan bagian yang lain. Penyesuaian dengan ideologi perusahaan juga dengan memilih narasumber yang disesuaikan dengan kebutuhan media dan tidak menggunakan narasumber yang lain untuk memperkuat framing. Saat ini framing digunakan untuk mengkonstruksi realitas sehingga para pembaca memahami hanya apa yang disampaikan oleh berita tersebut yang puncaknya dapat mempengaruhi opini publik, karena tidak semua masyarakat bisa melihat peristiwa secara langsung dan terbatas mengakses informasi melalui berita. Misalnya dalam momentum pesta demokrasi di Indonesia pasti ada media yang menangkat tinggi salah satu pasangan calon dan ada yang menjatuhkan dengan mengungkap keburukan yang sebelumnya pernah dilakukan, hal ini terjadi karena akan mempengaruhi opini publik dalam menilai calon yang cocok untuk memimpin.

2.7 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Teori	Metode	Hasil
Viky Ardianza (2022)	Analisis framing detik.com dalam pemberitaan adzan di media perancis agency France presse (AFP)	Analisis framing model Robert n. entman	Observasi, dokumentasi	Detik.com mencoba menjelaskan masalah yang terjadi dengan laporan media asing Agency France Presse (AFP) yang menampilkan

				<p>adzan di Indonesia dengan menyebarkan artikel berjudul "Piety or Noise Nuisance?" Negara Indonesia Menangani Panggilan untuk Doa dengan Balas Volume (Ketakwaan atau gangguan suara?) Indonesia Mengatasi Reaksi Volume Adzan) Media Detik.com mbingkai beritanya dengan menjelaskan masalah yang terjadi dan cenderung membantah tanggapan AFP dari lima berita tersebut. Hal ini dibuktikan</p>
--	--	--	--	--

				dengan menuliskan tanggapan dari beberapa pihak di Indonesia yang menentang pemberitaan AFP.
Oktami Pangestu (2023)	Analisis <i>framing</i> robert n. Entman Pemberitaan pondok pesantren al-zaytun Di media online kompas.com	Analisis <i>framing</i> model Robert n. entman	Observasi, wawancara	1. <i>Framing</i> Kompas.com terhadap pemberitaan Isu Pondok Pesantren Al Zaytun terafiliasi NII lebih menggambarkan cara MUI melakukan investigasi terus menerus dan mencari celah serta mendorong pihak lain seperti Polri untuk menyelidiki kasus ini. Hal ini dapat dilihat bagaimana Kompas.com

			<p>dalam mendefinisikan masalah (<i>Define Problems</i>) terkait pemberitaan Pondok Pesantren Al Zaytun terafiliasi NII dengan mengangkat masalah ini sebenarnya sudah ada sejak 2002, tetapi belum ada kejelasan hukum tentang kasus Ponpes Al-Zaytun yang terafiliasi dengan NII hingga Kasus ini diangkat kembali pada tahun 2023, dan MUI, sebagai pelapor, menyatakan bahwa mereka memiliki data</p>
--	--	--	---

				<p>yang kuat tentang hipotesis mereka tentang hubungan dengan NII.</p> <p>2. (<i>Diagnose Causes</i>) Dalam penelitian ini, MUI bertindak sebagai pelapor atas tuduhan bahwa Ponpes Al-Zaytun terafiliasi dengan NII, dan Ponpes Al-Zaytun sendiri adalah tersangka atas tuduhan ini.</p> <p>3. (<i>Make Moral Judgement</i>) Menurut Kompas.com, MUI dan organisasi lain seperti Polri akan mengungkap kasus Pondok Pesantren Al-Zaytun secara</p>
--	--	--	--	---

				<p>keseluruhan. yang sudah ada seperti penyimpangan agama, penistaan agama, dan sebagainya.</p> <p>4. (<i>Treatment Recommendation</i>) kasus - kasus mengenai Pondok Pesantren Al-Zaytun yang diduga terafiliasi dengan NII, akan diselesaikan sesuai dengan pasal dan hukum yang berlaku. oleh pihak yang bertanggung jawab dalam hal ini .</p>
Dian Cahya Ningrum (2023)	Analisis Framing Robert Entman pada Pemberitaan	Analisis framing model Robert entman	Observasi, dokumentasi	media online Kompas cenderung memberikan fokus pada

	<p>Cuti Melahirkan dalam Undang – undang Kesejahteraan Ibu dan Anak di Media online Kompas.com</p>		<p>kepentingan dari segi ekonomi di mana suara perusahaan-perusahaan yang akan menerapkan kebijakan ini disalurkan. Perusahaan menganggap bahwa RUU terbaru mengenai cuti melahirkan yang diberikan untuk kesehatan ibu dan anak, namun juga memberikan dampak tertentu bagi jalannya ropda perusahaan karena durasi yang diperpanjang menjadi 6 bulan. serta memberikan rekomendasi untuk</p>
--	--	--	--

				memperpanjang cuti melahirkan.
--	--	--	--	-----------------------------------

2.8 Kerangka Berpikir

