

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Literatur

<i>No</i>	<i>Judul, Penulis, Tahun</i>	<i>Afiliasi/Universitas</i>	<i>Metode Penelitian</i>	<i>Kesimpulan</i>	<i>Saran</i>	<i>Perbedaan Dengan Skripsi Ini</i>
1	Analisis Framing Caleg Selebritis di Media Online pada Pemilu 2024, Sugiarto, 2023	Universitas Indonesia	Pendekatan Kualitatif Framing Framing Entman	Analisis terhadap pemberitaan di tiga media daring mengungkap beberapa temuan penting. Dalam identifikasi masalah, terungkap paradoks di mana kandidat legislatif dari kalangan selebritas, meski dianggap belum memenuhi standar kompetensi ideal sebagai wakil rakyat, tetap mendominasi dalam setiap periode pemilu berkat tingginya popularitas mereka di masyarakat. Sementara itu, kajian terhadap akar permasalahan menunjukkan lemahnya sistem kaderisasi dan regenerasi partai politik, yang mengakibatkan terbatasnya jumlah	Partai politik seharusnya lebih fokus untuk meningkatkan kinerjanya dengan menyaring caleg yang memiliki kapasitas dan kabilitas yang mumpuni, sekedar popularitas. Legislator yang hanya mengandalkan popularitas pada akhirnya hanya dapat menghasilkan legislator yang sangat populer tetapi tidak produktif. Akibatnya, banyak RUU yang tidak selesai pada waktunya. Fungsi legislasi yang penting seperti pengawasan, penganggaran dan	Pada penelitian milik Sugiarto, menggunakan analisis <i>framing</i> Robert Entman dan menggunakan 3 portal media online sebagai unit analisisnya, yaitu Republika.co.id, Kompas.id, dan Tribunnews.co m. Sedangkan perbedaan yang akan diteliti oleh peneliti adalah peneliti menggunakan <i>framing</i> milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dan menggunakan 2 portal berita online lokal sebagai unit analisisnya yaitu Infotangerang.id dan Tangerang news.com

				<p>kader berkualitas representasi, tidak yang mampu akan berjalan mendongkrak dengan baik jika perolehan suara. parpol tidak Penilaian moral menempatkan yang dapat ditarik kepentingan adalah perlunya bangsa di atas reorientasi fokus kepentingan partai politik untuk partainya. Sulit meningkatkan untuk kinerja organisasi mengharapkan melalui seleksi selebritis dapat kandidat yang memberikan mengutamakan gebrakan untuk kapasitas dan perubahan. kompetensi, bukan Palsunya, sekadar popularitas. pemilihan artis Sebagai solusi yang dalam pemilihan ditawarkan, partai serentak ini tidak politik perlu berdasarkan faktor memberikan kapabilitasnya, pembekalan melainkan hanya pendidikan politik berdasarkan popularitasnya yang komprehensif kepada para caleg saja dari kalangan selebritis.</p>
2	<p>ANALISIS FRAMING PEMBERIT AAN BASUKI TJAJAJA PURNAMA (AHOK) PADA PEMELIHA N GUBERNU R DKI JAKARTA 2017 DI MEDIA</p>	<p>Universitas Riau Kualitatif Framing Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki</p>	<p>Berdasarkan kajian Media online Pada penelitian framing seperti Detik.com milik Heny N pemberitaan tentang dan Tempo.co Sitompul kontestasi Pilgub harus lebih menggunakan kaidah dalam model analisis ditemukan sudut penulisan Zhongdang Pan perbedaan sudut penulisan dan Gerald M. pandangan yang jurnalistik. dan Gerald M. signifikan antar Meskipun media Kosicki dan 2 media. Portal online saat ini portal berita Tempo.co mengutamakan online sebagai cenderung kecepatan berita, unit analisisnya. menonjolkan media online juga Sedangkan dinamika politik tetap harus perbedaan yang muncul pasca memperhatikan penelitian yang pengumuman dengan baik berita akan diteliti</p>	

	<p>TEMPO.CO DAN DETIK.CO M, Heny N Sitompul, 2017</p>	<p>dukungan PDIP yang akan peneliti terhadap pasangan diunggah. Media menggunakan Ahok-Djarot. mestinya menjadi media lokal Liputan mereka institusi yang sebagai unit didominasi oleh netral dalam setiap analisisnya. reaksi berbagai pemberitaan yang perbedaan pihak eksternal dibuat, tidak selanjutnya PDIP, termasuk mengkonstruksi adalah peneliti respons dari kubu realitas dengan sebelumnya Sandiaga Uno yang memihak salah meneliti publik gagal mendapatkan satu pihak tertentu figur sedangkan dukungan partai sehingga peneliti akan tersebut. Narasi menghasilkan meneliti seorang yang dibangun berita yang benar- komika. mengarah pada benar menjadi pembentukan sumber berita persepsi akan yang positif bagi terjadinya masyarakat. pertarungan head- Sebagai pembaca, to-head antara kedua kita hendaknya kandidat. Portal ini lebih teliti dan juga memberi ruang melihat suatu pada suara-suara pemberitaan dari kritis dari kelompok berbagai sisi. masyarakat yang Jangan menerima tidak sepakat mentah-mentah dengan keputusan informasi yang PDIP. Sementara disajikan media itu, Detik.com karena dibalik mengambil pemberitaan, pendekatan berbeda setiap media dengan lebih memiliki berfokus pada peran kepentingan PDIP sebagai partai sendiri yang pengusung, yang kadang ingin secara tidak menggiring kita langsung pada pemikiran berkontribusi pada tertentu. penguatan citra positif partai tersebut.</p>	3	Citra Caleg Perempuan	Universitas Islam Bandung	Framing	Framing Kompas.Com dan	Pada penelitian milik Yenni
--	---------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	-----------------------	---------------------------	---------	------------------------	-----------------------------

dalam 'Framing' Media 'Online', Yenni Yunianti, Dedeh Fardiah, 2017	Framing Robert N. Entman	Detik. com mendefinisikan masalah berita terkait caleg perempuan adalah bahwa perempuan yang berani mencalonkan diri kebanyakan terdiri dari orang-orang populer apakah karena faktor keartisannya atau posisinya sebagai incumben maupun karena kedekatannya dengan pejabat penting. Upaya pendekatan yang dilakukan dalam meraih simpati caleg perempuan melakukan dengan memperhatikan penampilannya, memberikan barang- barang bernuansa perempuan, mendatangi lokalisasi bahkan melakukan demonstrasi untuk memenuhi kuota 30 persen. Sedangkan konflik yang timbul pada saat kampanye adalah seputar tuduhan money politik dan persengkongkolan bagi-bagi suara. Framing	Yuanti, menggunakan analisis <i>framing</i> Robert Entman dan menggunakan 2 portal media online nasional sebagai unit analisisnya yaitu Kompas.com dan detik.com. sedangkan perbedaan yang akan di teliti peneliti adalah, peneliti menggunakan framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dan menggunakan 2 media lokal sebagai unit analisis. perbedaan selanjutnya adalah peneliti sebelumnya meneliti citra caleg yang berfokuskan terhadap Perempuan, sedangkan peneliti akan meneliti sesosok komika Marshel Widianto.
---------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompas.Com dan Detik.com perihal perkiraan masalah berita terkait caleg perempuan pada pemilu 2014 secara umum peneliti mengelompokkan pada tiga kategori yakni citra fisik ketika perempuan hanya mengandalkan kecantikan dan penampilannya untuk menarik perhatian pemilih. Selain itu ada citra populer ketika caleg perempuan mengandalkan sisi kepopulerannya baik sebagai artis, atau mendompleng popularitas pejabat. Sedangkan citra lain adalah citra konflik di mana perempuan untuk mencapai apa yang diinginkannya rela untuk berkonflik seakan menghalalkan segala cara melalui upaya-upaya misalnya money politic dan persekongkolan bagi-bagi suara.

Sumber: Olahan Peneliti

Kajian literatur pada tabel di atas merupakan hasil dari pencarian peneliti agar penelitian yang sedang dilakukan saat ini tidak memiliki

kesamaan dan memberikan sebuah kebaruan, adapun sejumlah perbedaan yang ada pada penelitian dengan judul “Analisis Framing *Caleg Selebritis* di Media *Online* pada Pemilu 2024” yang disusun oleh Sugiarto pada 2023. Pada penelitiannya menggunakan analisis *framing* Robert Entman, yang menggunakan 3 media sebagai unit analisisnya yaitu *Republika.co.id*, *Kompas.id*, dan *Tribunnews.com*. Sedangkan perbedaan yang akan diteliti adalah mengenai bagaimana pembingkaiian pemberitaan Marshal Widiyanto Calon Wakil Walikota pada portal berita *online* lokal yang dilakukan oleh *Infotangerang.id* dan *Tangerangnews.com*. dan menggunakan metode analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Pada penelitian terdahulu yang kedua, perbandingan dengan judul “ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) PADA PEMILIHAN GUBERNUR DKI JAKARTA 2017 DI MEDIA TEMPO.CO DAN DETIK.COM” yang disusun oleh Heny N Sitompul pada 2017. Pada penelitiannya menggunakan *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang menggunakan 2 media nasional sebagai unit analisisnya yaitu *Tempo.co* dan *Detik.com*. Sedangkan perbedaan yang akan diteliti adalah mengenai bagaimana pembingkaiian pemberitaan Marshal Widiyanto Calon Wakil Walikota pada portal berita *online* lokal yang dilakukan oleh *Infotangerang.id* dan *Tangerangnews.com*. dan perbedaan selanjutnya adalah peneliti sebelumnya meneliti publik figur sedangkan peneliti akan meneliti seorang komika.

Pada penelitian terdahulu yang terakhir, perbandingan dengan judul “Citra Caleg Perempuan dalam ‘Framing’ Media ‘Online’” yang disusun oleh Yenni Yuniati dan Dedeh Fardiah pada 2017. Pada penelitiannya menggunakan *framing* Robert Entman yang menggunakan 2 media nasional sebagai unit analisisnya yaitu *Kompas.com* dan *Detik.com*. Sedangkan perbedaan yang akan diteliti adalah mengenai bagaimana pemberitaan Marshal Widiyanto Calon Wakil Walikota pada portal berita *online* lokal yang dilakukan oleh *Infotangerang.id* dan *Tangerangnews.com* dan perbedaan selanjutnya adalah peneliti sebelumnya meneliti citra caleg yang berfokuskan terhadap Perempuan, sedangkan peneliti akan meneliti sosok komika Marshal

Widianto.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses penyebaran pesan atau informasi kepada publik secara bersamaan melalui berbagai saluran media massa. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai bentuk media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan internet untuk menjangkau audiens yang besar dan beragam (Nurudin, 2017). Karakteristik utama komunikasi massa meliputi:

1. Bersifat satu arah: Arus informasi cenderung berjalan dari komunikator ke komunikan dengan umpan balik yang terbatas.
2. Heterogenitas audiens: Pesan ditujukan kepada khalayak yang beragam dalam hal demografi, latar belakang sosial, dan budaya.
3. Pesan bersifat umum: Konten yang disampaikan umumnya bersifat terbuka dan dapat diakses oleh publik.
4. Simultan dan cepat: Informasi dapat menjangkau audiens yang luas dalam waktu yang relatif singkat.
5. Komunikator terlembagakan: Proses produksi dan distribusi pesan melibatkan organisasi atau lembaga media yang kompleks (Romli, 2016).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap komunikasi massa secara signifikan. Media sosial dan platform digital lainnya telah memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antara produsen dan konsumen informasi, mengaburkan batas antara komunikasi massa tradisional dan komunikasi interpersonal (Nasrullah, 2015).

Dalam konteks Indonesia, komunikasi massa memainkan peran penting dalam pembentukan opini publik, penyebaran informasi, dan pembangunan nasional. Namun, perkembangan pesat media digital juga membawa tantangan baru, seperti penyebaran berita palsu dan polarisasi masyarakat, yang memerlukan pendekatan baru dalam memahami dan mengelola komunikasi massa (Juditha, 2018).

Penelitian ini menggunakan Komunikasi Massa, karena dalam penelitian kali ini, penyampaian pesan secara luar kepada khalayak berperan penting, untuk menyebarkan informasi mengenai pemberitaan Marshel Widiyanto Bakal Calon Wakil Walikota.

2.2.2. Media Massa

Menurut Denis McQuail, media mengenal dua sisi komunikasi massa. Pertama, melihat dari media ke arah masyarakat yang lebih luas dan institusinya. Hali ini mencerminkan kaitan antara media dan institusi lainnya seperti politik, ekonomi, pendidikan dan agama. Kedua, melihat ke arah orang, kelompok, dan individu. Sisi ini melihatkan kaitan antara media dengan khalayak. Interaksi antara media dan audiensnya mencerminkan dinamika pengaruh kelompok terhadap individu serta dampak dari eksposur media (Assidiq, 2024).

Di era orde baru, surat kabar berperan vital sebagai instrumen penyebaran informasi pembangunan dan pencerdasan masyarakat Indonesia. Sebagai media cetak, fungsi utamanya adalah penyajian informasi, sejalan dengan motivasi pembaca yang ingin mengetahui berbagai peristiwa di sekitarnya. Hal ini tercermin dari dominasi konten berita dalam berbagai rubriknya. Meski demikian, aspek hiburan dan edukasi tetap terakomodasi melalui kolom-kolom artikel ringan (Ardianto, 2017). berikut karakteristik surat kabar:

1. Aspek publisitas yang memungkinkan distribusi informasi secara luas ke berbagai lapisan masyarakat di beragam lokasi. Karakteristik ini esensial mengingat pentingnya penyebaran informasi yang relevan bagi publik.
2. Periodesitas yang merujuk pada jadwal penerbitan yang teratur, baik harian, mingguan, atau dwimingguan. Konsistensi ini menjadi kunci dalam membangun kepercayaan pembaca.
3. Universalitas konten yang mencakup berbagai aspek kehidupan - mulai dari sosial, ekonomi, budaya, hingga pendidikan - dengan cakupan dari

tingkat lokal hingga internasional.

4. Aktualitas yang menekankan pada kecepatan dan relevansi penyampaian informasi, baik berupa fakta maupun opini yang menarik minat publik.
5. Sifat terdokumentasi yang memungkinkan pengarsipan informasi penting oleh berbagai pihak untuk referensi masa depan.

Pada penelitian ini, Media Massa berperan sebagai alat penyebar informasi atau surat kabar kepada masyarakat. Pada penelitian ini khususnya menggunakan situs media lokal infotangerang.id dan tangerangnews.com mengenai berita Marshel Widiyanto Bakal Calon Wakil Walikota.

2.2.3. Jurnalisme Online

Aktivitas penyebaran konten informatif melalui platform digital, khususnya website, dikenal dengan istilah jurnalisme online. Bentuk jurnalistik ini memanfaatkan portal berita dan situs internet sebagai medium penyampaian informasi kepada publik (Romli, 2018). Kemajuan teknologi informasi telah mendorong akselerasi pertumbuhan jurnalisme berbasis digital, menjadikannya salah satu bentuk media yang berkembang dengan signifikan (Nina & Triyanto, 2021).

Perkembangan jurnalisme online di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Faktor utama yang mendorong akselerasi ini adalah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang. Inovasi teknologi ini telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi evolusi media digital, memungkinkan media daring untuk terus berkembang dan beradaptasi (Kusuma, 2016).

Dampak teknologi terhadap jurnalisme online di Indonesia terlihat dalam berbagai aspek, termasuk:

1. Peningkatan kecepatan penyampaian berita
2. Kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai format media dalam satu platform
3. Peningkatan interaktivitas antara penyedia konten dan audiens

4. Jangkauan yang lebih luas, melampaui batasan geografis

Perkembangan ini telah mengubah lanskap media di Indonesia secara signifikan, menciptakan paradigma baru dalam produksi dan konsumsi berita di era digital (Nurkinan, 2017).

Sejumlah perbedaan mendasar mendasar jurnalisme *online* dengan konvensional adalah kecepatan, kemudahan, akses, bisa cepat *ter-update*, dihapus kapan saja dan dapat berinteraksi dengan pembaca lainnya. Tidak terdapat tenggat waktu atau *deadline* dalam jurnalisme *online*, dalam hitungan menit atau detik setelah momen sebuah peristiwa muncul dapat langsung dimuat.

Penelitian ini menggunakan konsep Jurnalisme Online dikarenakan media yang digunakan merupakan jenis media online yaitu *infotangeran.id* dan *tangerangnews.com*, kedua media tersebut merupakan situs berita online atau.

2.2.4. Tabloidisasi Media

Tabloidisasi media merupakan kecenderungan media massa untuk mengemas berita dengan gaya yang lebih mengutamakan sensasi dan hiburan daripada substansi. Media seperti koran, TV, dan platform digital sering mengedepankan aspek dramatis dan personal, mengorbankan kualitas jurnalistik dan kedalaman informasi. (Haryanto, 2014).

Di Indonesia, kegiatan tersebut lebih dikenal dengan sebutan “koran kuning”. Media seperti Pos Kota dan Lampu Merah menerapkan pendekatan ini dengan menggunakan judul-judul yang mencolok untuk menarik pembaca. (Winarno, 2022).

Fenomena ini juga berkembang di dunia pertelevisian, khususnya dalam program infotainment. Acara seperti “Pagi-Pagi Pasti Happy” contohnya, lebih berfokus pada gosip dan kehidupan pribadi selebriti. Hal ini mencerminkan pergeseran cara media dalam menyampaikan informasi, yang kini lebih condong pada aspek hiburan dan sensasi, terutama seputar konflik dan kehidupan pribadi tokoh publik. (Perwita, Sukmono, 2019).

Tabloidisasi media, fenomena media massa mengadopsi karakteristik yang mirip dengan tabloid, dengan menekankan pada konten sensasional dan hiburan

daripada informasi yang mendalam dan berbobot. Berikut adalah beberapa ciri utama yang sering ditemukan dalam fenomena tabloidisasi media:

1. Sensasionalisme, media lebih menonjolkan berita yang mengandung sensasi, seperti skandal, gossip selebriti, dan peristiwa kontroversial, untuk menarik perhatian audiens.
2. Komersialisme, fokus utama media bergeser ke aspek komersial, dengan tujuan meningkatkan *rating*, sehingga konten yang disajikan lebih berorientasi pada keuntungan finansial daripada nilai informatif.
3. Penyerdahanan berita, berita yang disajikan secara singkat dan sederhana, sering kali mengorbankan kedalaman analisis dan kompleksitas isu, agar lebih mudah dipahami dan menarik bagi khalayak luas.
4. Personalisasi berita, penekanan pada aspek personal dari tokoh publik, seperti kehidupan pribadi selebriti atau politisi, yang kadang kala tidak memiliki relevansi signifikan dengan kepentingan publik.
5. Penggunaan Judul Provokatif, judul berita dibuat bombastis dan provokatif untuk menarik klik atau pembaca, meskipun isi berita tidak sepadan dengan judul yang disajikan.

Karakteristik-karakteristik ini menunjukkan pergeseran media dari fungsi utamanya sebagai penyedia informasi yang akurat dan mendalam, menjadi lebih berorientasi pada hiburan dan keuntungan komersial.

Pada penelitian ini akan menggunakan konsep tabloidisasi media sebagai alat bantu analisis berita Marshel Widiyanto bakal Calon Wakil Walikota.

2.2.5. Berita

Menurut Wiliard G. Bleyer, seperti yang dikutip oleh Wonohito, berita diartikan sebagai segala hal yang sedang hangat dan mampu menarik minat banyak pembaca. Berita yang dianggap terbaik adalah berita yang paling mampu memikat perhatian khalayak dalam jumlah yang paling besar. Ras Siregar mendefinisikan

bahwa berita adalah kejadian yang diulang dengan menggunakan kata-kata sering yang ditambah dengan gambar atau hanya berupa gambar saja. Pernyataan tersebut menyiratkan mengenai adanya peristiwa atau kejadian di dalam masyarakat, lalu kejadian tersebut diulang dalam bentuk kata – kata yang disiarkan secara tertulis dalam media tulis seperti surat kabar, majalah, dan lain – lain atau dalam media suara seperti radio atau juga dalam bentuk media suara dan gambar seperti televisi. (Hakiki, 2023).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi atau dibicarakan, yang disajikan lewat berbagai bentuk media seperti cetak, siaran, internet, ataupun dari lingkungan sekitar. Menurut A.M Hoeta Soehoet, berita adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidup. (Abdurrahman, 2018).

Pada penelitian ini pemberitaan yang diambil merupakan berita Marshal Widiyanto bakal Calon Wakil Walikota, yang diusung oleh beberapa partai politik khususnya partai Gerindra.

2.2.6. Nilai Berita

Nilai berita, sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto, berfungsi sebagai pedoman operasional bagi jurnalis dalam menjalankan tugas profesionalnya. Konsep ini mencakup serangkaian parameter yang menentukan kelayakan suatu informasi untuk dipublikasikan melalui berbagai platform media, baik cetak maupun digital (Putri, 2021).

Dalam kajiannya, Khoirul Muslimin (2019) mengidentifikasi beberapa elemen kunci yang menentukan kelayakan suatu peristiwa untuk diliput:

1. Penting

Kriteria penting dalam nilai berita diartikan sebagai peristiwa penting, atau orang penting seperti pejabat, tokoh publik, dan sebagainya. Kriteria penting juga menyangkut kepentingan banyak orang. Yang dapat diartikan peristiwa memiliki makna penting bagi masyarakat.

2. Aktualitas
Aktualitas mengacu pada sesuatu yang bersifat baru atau baru saja terjadi. Setiap kejadian, peristiwa, atau aktivitas yang sedang berlangsung akan segera diinformasikan kepada publik.
3. Pengaruh
Arti dari pengaruh adalah seberapa besar dan luas pengaruh dari suatu peristiwa bagi publik atau masyarakat.
4. Kedekatan
Nilai kedekatan dalam berita berfokus pada sejauh mana suatu peristiwa berhubungan dengan masyarakat, baik secara lokasi, emosional, maupun ideologi. Faktor geografis juga turut memengaruhi tingkat keterkaitan berita dengan audiens.
5. Dampak atau akibat
Dampak luas menjadi faktor penting dalam menentukan apakah suatu peristiwa layak diberitakan. Jika tidak memberikan pengaruh besar bagi kehidupan masyarakat, maka kejadian tersebut tidak dapat dianggap sebagai berita.
6. Ketokohan
Ketokohan dalam berita berkaitan dengan individu yang memiliki status penting di masyarakat, seperti pejabat atau figur publik. Berita yang melibatkan tokoh terkenal cenderung memiliki nilai berita yang lebih tinggi.
7. Konflik
Konflik atau pertentangan sering kali menjadi elemen penting dalam pemberitaan, karena perbedaan pendapat atau perselisihan dapat menarik perhatian masyarakat.
8. ketertarikan manusia
Sesuatu yang mampu membuat manusia merasa tersentuh.
9. Keluarbiasaan
Kejadian yang unik atau tidak biasa cenderung membangkitkan rasa ingin tahu publik, karena sesuatu yang jarang terjadi sering kali menarik perhatian dalam pemberitaan.

10. Kekinian

Isu yang sedang viral atau banyak diperbincangkan oleh masyarakat umumnya lebih menarik dibandingkan topik yang kurang populer, sehingga lebih sering menjadi sorotan dalam berita.

Pada penelitian ini, nilai berita yang diambil adalah nilai berita kedekatan dan ketokohan, karena nilai berita tersebutlah yang terdapat dalam pemberitaan Marshel Widiyanto bakal Calon Wakil Walikota.

2.2.7. Framing

Analisis *framing* diartikan sebagai suatu pendekatan untuk memahami sudut pandang jurnalis dalam memilih isu dan menulis berita. Perspektif ini akhirnya menentukan fakta mana yang diangkat, aspek mana yang diutamakan atau kesampingkan, serta arah pemberitaan yang diambil. (Eriyanto, 2015).

Analisis framing digunakan untuk mengungkap cara dan ideologi media dalam mengkonstruksi fakta. Analisis ini mengamati strategi pemilihan, penekanan, dan pengaitan fakta dalam berita untuk menciptakan makna yang lebih kuat, menarik, dan mudah diingat, sehingga dapat mengarahkan interpretasi pembaca sesuai sudut pandang tertentu. (Sobur, 2015). Penelitian framing tidak hanya menelaah konten media, tetapi juga cara penyajiannya. Hal ini mencakup analisis pemilihan kata, struktur kalimat, dan elemen-elemen lain yang membangun narasi berita (Rusadi, 2015).

Dalam perkembangan terbaru, menekankan bahwa penelitian framing juga harus mempertimbangkan konteks sosial-politik yang lebih luas. Ia berpendapat bahwa framing tidak hanya terjadi pada level teks, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti ideologi media, kepentingan ekonomi, dan dinamika politik (Karman, 2017). lebih lanjut mengembangkan konsep framing dalam konteks media digital. Menurut pandangan mereka, di masa digital dan media sosial saat ini, proses pembingkai berita menjadi semakin rumit, mencakup hubungan tiga arah antara pembuat konten, platform digital, dan pembaca yang kini juga berperan menyebarkan informasi (Yusuf, Ridwan, 2019).

Kajian framing tidak berfokus pada apakah pemberitaan bersifat positif atau negatif, namun lebih menekankan pada cara media mengkonstruksi dan membingkai suatu kejadian dalam perspektif tertentu. Perhatian utamanya adalah bagaimana realitas dibentuk oleh media.

Untuk menganalisis data, penelitian ini menerapkan pendekatan framing yang dikembangkan oleh Pan dan Kosicki sebagai kerangka analisis. Dengan model analisis tersebut peneliti akan mengaitkan dengan konsep penelitian untuk melihat bagaimana sebuah portal berita lokal, khususnya dalam penelitian ini Infotangerang.id dan Tangerangnews.com dalam membingkai pemberitaan Marshel Widiyanto pada periode Mei sampai Agustus 2024.

2.2.8. Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Analisis *framing* digunakan dalam menggambarkan proses penyeleksi beberapa aspek tertentu suatu pemberitaan. Pendekatan *multidisipliner* diutamakan dalam menganalisis kegiatan media massa. Analisis ini digunakan dalam menelusuri ideologi media ketika mengkonstruksikan makna khusus, lebih menarik, lebih diingat dan menggiring interpretasi khalayak pada perspektifnya (Triyanto, 2021).

Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menjadi salah satu model analisis yang digunakan oleh para peneliti pembingkai media. Model analisis ini berfokus pada empat elemen struktural dalam pembingkai berita sintaksis, skrip, tematik, dan retorik yang berperan sebagai instrumen framing dalam menganalisis teks berita (Triyanto, 2021).

Peneliti memilih model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pesan yang termuat dalam sebuah berita. Peneliti ingin mengetahui bagaimana proses pemaknaan individu terhadap suatu kejadian, dengan mengamati berbagai penanda yang muncul dalam penyajian berita. Penelitian ini berkaitan dengan tujuan awal peneliti untuk mengetahui pembingkai Marshel Widiyanto pada

Infotangerang.id dan Tangerangnews.com periode Mei 2024 sampai Agustus 2024.

2.2.9. Konstruksi Realitas Sosial

Dalam membahas realitas sosial, Peter L. Berger dan Thomas Luckman memulai dengan membedakan konsep "kenyataan" dari "pengetahuan" secara mendalam. Mereka memandang realitas sebagai suatu kualitas yang hadir dalam fenomena-fenomena yang kita akui keberadaannya, terlepas dari keinginan kita. Sementara pengetahuan mereka definisikan sebagai keyakinan bahwa fenomena-fenomena tersebut nyata dan memiliki ciri-ciri tertentu (Fikri, 2018).

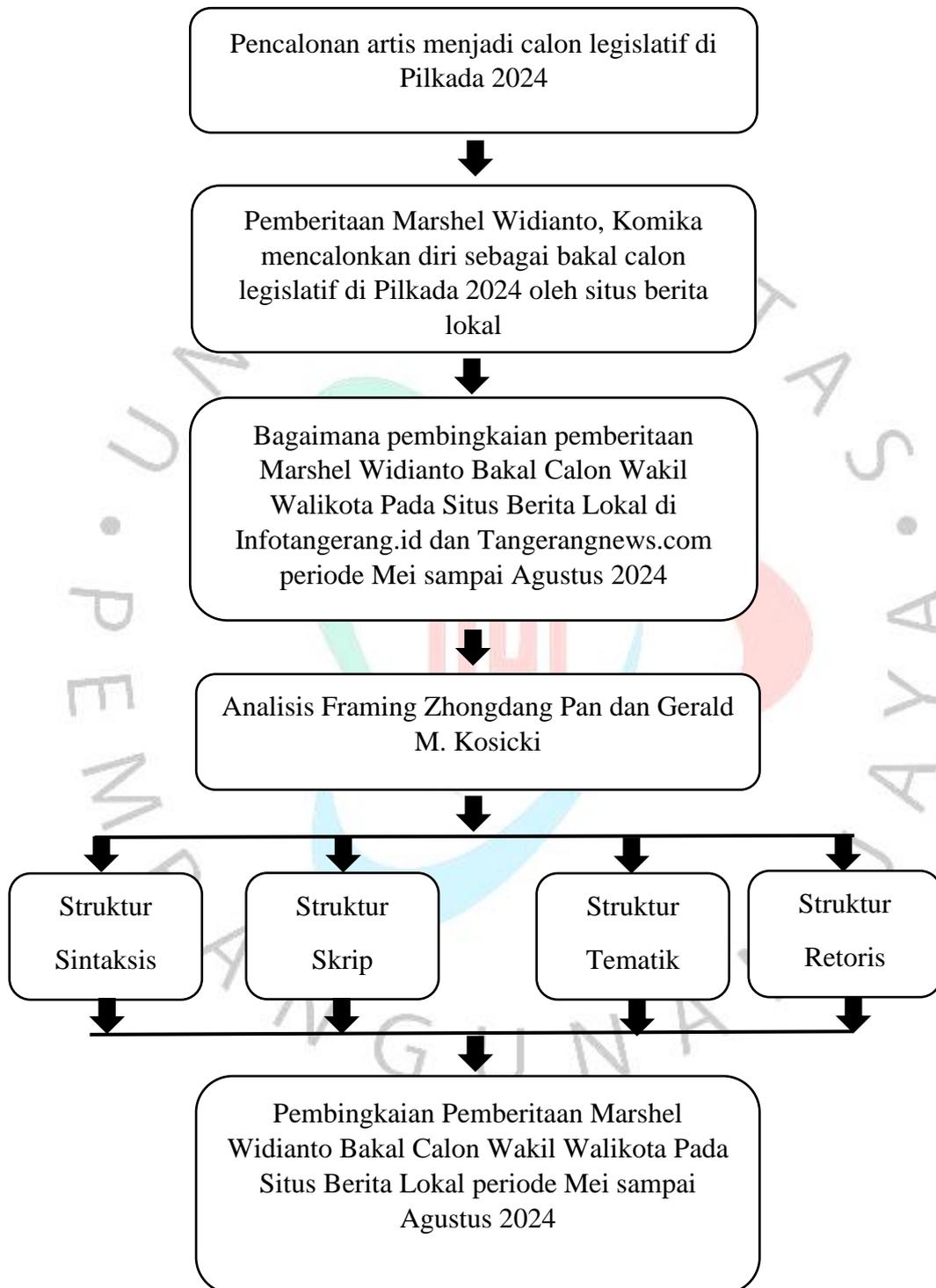
Realitas dalam berita tidak semata-mata mencerminkan apa yang terjadi atau tampak di permukaan. Sebaliknya, realitas berita tertanam dalam kompleksitas hubungan sosial-budaya antara jurnalis dengan narasumbernya, serta dinamika politik pengetahuan yang mewarnai setiap liputan berita. Berita yang sampai ke pembaca telah melalui proses penyaringan, di mana media akan menonjolkan aspek-aspek tertentu sambil mengaburkan hal-hal yang dianggap kurang sesuai dengan kepentingan media. Fenomena ini terjadi karena para pelaku media, dengan beragam latar belakang sosial-politik mereka, menjadi bagian dari wacana publik dan bahkan dapat mempengaruhi arah diskusi. Dampak media dalam pembentukan pesan dan pengembangan wacana sangat dipengaruhi oleh struktur organisasi media serta profesionalisme para praktisinya (Karman, 2017).

Teks media mengandung fungsi ideologis ketika berkontribusi dalam membentuk dominasi dan pola hubungan sosial. Muatan ideologis ini seringkali tersembunyi dalam bahasa yang telah menjadi hal wajar dan dipahami bersama oleh reporter, pembaca, dan berbagai pihak terkait. Karenanya, cara media menggambarkan realitas sangat dipengaruhi oleh ideologi yang dianutnya (Karman, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa setiap media memiliki agenda tersendiri dalam menjalankan fungsinya. Bagaimana setiap reporter memiliki subyektifnya dan dikonstruksikan kepada

pemberitaan.

Hasil dari sebuah konstruksi sosial memiliki gambaran yang berbeda khususnya pada media massa. Situs berita lokal Infotangerang.id dan Tangerangnews.com memiliki ciri khas dan gaya yang berbeda dalam menggambarkan sebuah berita dari hasil konstruksi realitas terhadap khalayak luas. Hasil terkait konstruksi yang dilakukan media Infotangerang.id dan Tangerangnews.com mengenai pemingkaiian berita Marshel Widiyanto di dalam khalayak luas. Persepsi inilah yang akan menjadi acuan dari sebuah media agar hasil dari sebuah konstruksi yang digambarkannya sesuai dengan ideologi yang dianutnya.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Dari gambar skema kerangka berpikir di atas dapat digambarkan alur penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dimulai dengan fenomena yang terjadi, dimana pencalonan artis menjadi calon legislatif. Lalu masalah yang akan dibahas adalah Pemberitaan Marshel Widiyanto seorang komika yang mencalonkan diri sebagai bakal calon legislatif di Pilkada 2024 yang diberitakan oleh media lokal. Rumusan masalah yang ditentukan dari masalah sebelumnya, bagaimana pemingkaiian pemberitaan Marshel Widiyanto Bakal Calon Wakil Walikota pada Situs Berita Lokal di Infotangerang.id dan Tangerangnews.com. Menggunakan model analisis *framing* Zhongdang pan dan Gerald M. Kosicki yang dibagi menjadi 4 aspek yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, struktur retorik. Terakhir yaitu hasil dari Pemingkaiian pemberitaan Marshel Widiyanto Bakal Calon Wakil Walikota pada situs berita lokal.