BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi/Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian saya
1	FRAMING TOLERANSI BERAGAMA DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Pada Program Login Di Channel Youtube Deddy Corbuzier Dan Ceramah Habib Rizieq Pada Channel Youtube Aswaja Corner)	State Islamic University	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode dokumentasi	Pertukaran informasi tentang keadaan agama mereka dalam kehidupa bermasyarakat tentunya membuat para penonton menjadi tahu, tentang sebuah sikap toleransi dan juga hal-hal kebaikan pada agama-agama tersebut. Dengan kita belajar perbedaan apalagi dalam agama, hal tersebut dapat menjadi sebuah kekuatan dan berbeda dalam kebenaran. Diperbolehkan belajar kepada yang memiliki kepercayaan agama berbeda akan tetapi tidak menyinggung masalah keyakinan akidah yang kita yakini.	Diharapkan untuk terus memberikan konten edukasi agama yang tidak menyimpang dari ajaran masing masing agama agar penonton bisa mendapatkan pelajaran dan motivasi serta pemahaman yang bijak khususnya dalam hal toleransi untuk diterapkan di kehidupan bermasyarakat. Diharapkan	Penelitian saya menggunakan metode framing dan fokus pembahasan ada pada kontroversi toleransi pada kasus paskibraka yang diharuskan melepas hijab

					untuk terus memberikan konten edukasi agama yang tidak menyimpang dari ajaran masing masing agama agar penonton bisa mendapatkan pelajaran dan motivasi serta pemahaman yang bijak khususnya dalam hal toleransi untuk diterapkan di kehidupan bermasyarakat.	
2	Analisis Framing Berita Moderasi Beragama Dalam Surat Kabar Republika	UIN Suanan Kalijaga Yogyakarta	Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode framing robert entman	Hasil analisis menunjukan bahwa framing berita dialog jumat memenuhi indikator moderasi beragama	Penelitii berharap republika menjadi contoh bagi media massa lainnya guna memberikan edukasi	Penelitian ini menggunakan metode framing Robert entman sedangkan penelitian saya menggunakan metode framing zongdang pan kosicki dengan fokus penelitian pada kontroversi paskibraka

3	Framing Berita Penistaan Agama M. Kece Dalam Portal Berita Kompas.Com Edisi Agustus 2021	Universitas Hasanuddin	Penelitian ini menggunakan metode deskrtiptif kualitataif dengan pendekatan konstruksionis analisis framing Robert Entman	Kompas.com berusaha mengemas berita mengenai penistaan agama yang dilakukan oleh M. Kece secara rapih dengan memuat narasi yang cenderung netral dan tidak menyudutkan M. Kece sebagai pelaku penistaan agama. Jika ditinjau dari judul judul berita terkait, M. Kece hanya dilabeli sebagai seorang YouTuber pada hampir setiap Headline yang ada, bukan seorang pelaku	penulis menyimpulkan bahwa Kompas.com berusaha menyampaikan pemberitaan M.Kace secara akurat dengan narasi-narasi yang halus agar tidak mencoreng citra dari M. Kece karena dianggap sebagai seorang YouTuber pencerah biasa yang sedang menyampaikan ajaran keyakinannya. Meski begitu, Kompas.com juga memperlihatkan dukungan terhadap penind	Peneliti menggunakan metode framing robert entman sedangkan peneliti menggunakan zongdangpan sebagai metode framing

			akan isu-isu intoler ansi yang marak terjadi sekara ng ini.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum dengan sifat komunikasi yang heterogen. Komunikasi massa dapat terjadi dengan menggunakan beragam media massa sebagai saran untuk menunjang komunikasi tersebut. Media massa yang digunakan dalam komunikasi massa pun dapat berupa audio, audio visual, media cetak maupun media luar ruang (Lesmana, 2024).

Berbeda dengan jenis komunikasi antar individu atau pribadi, pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa memiliki sifat yang umum. Sehingga, pesan tersebut tidak hanya ditujukan kepada satu individu atau beberapa individu saja dan tidak bersifat pribadi. Komunikasi massa menyampaikan pesan yang umum dan ditujukan kepada khalayak umum secara luas. Oleh karena itu, proses dari komunikasi massa pun berjalan dengan terbuka. Hal tersebut dapat terjadi, karena komunikan dari komunikasi massa tersebar di berbagai tempat, selain itu pesan yang disampaikan pun mengandung berita serta memiliki unsur fakta yang bersifat penting dan menarik untuk seluruh kalangan masyarakat dari berbagai lapisan (Lesmana, 2024).

John R Bittner mengungkapkan bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang dapat dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang secara sekaligus. Menurut pengertian komunikasi massa dari beberapa ahli serta menurut bahasa, maka pengertian komunikasi massa dapat disimpulkan, komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang disampaikan kepada khalayak ramai dengan menggunakan beragam media massa dan dilakukan secara heterogen, serta anonim.

Peneliti menggunakan konsep komunikasi massa dikarenakan media yang diteliti adalah media massa yaitu portal berita online.

2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Hafied Cangara berpendapat bahwa komunikasi massa adalah salah satu dari jenis komunikasi yang memiliki perbedaan secara signifikan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Komunikasi massa memiliki pesan yang terbuka kepada khalayak ramai yang variatif, seperti perbedaan dari sisi usia, suku, agama, pekerjaan maupun kebutuhan. Memiliki perbedaan yang signifikan dengan jenis komunikasi lainnya, berikut adalah karakteristik komunikasi massa untuk membedakannya dengan jenis komunikasi lain (Tere, 2018).

1. Komunikator yang terlembaga

   Komunikasi massa memiliki karakteristik berupa komunikator dalam komunikasi massa dapat bergerak dalam organisasi yang kompleks tetapi memiliki sifat melembaga. Lembaga dari penyampai pesan komunikasi massa tersebut menyampaikan pesannya melalui beragam media massa, seperti surat kabar, internet, radio, televisi, buku, majalah dan lain sebagainya.

2. Pesan yang disampaikan memiliki sifat yang umum

   Berbeda dengan jenis komunikasi antar individu atau pribadi, pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa memiliki sifat yang umum. Sehingga, pesan tersebut tidak hanya ditujukan kepada satu individu atau beberapa individu saja dan tidak bersifat pribadi. Komunikasi massa menyampaikan pesan yang umum dan ditujukan kepada khalayak umum secara luas. Oleh karena itu, proses dari komunikasi massa pun berjalan dengan terbuka. Hal tersebut dapat terjadi, karena komunikan dari komunikasi massa tersebar di berbagai tempat, selain itu pesan yang disampaikan pun mengandung berita serta memiliki unsur fakta yang bersifat penting dan menarik untuk seluruh kalangan masyarakat dari berbagai lapisan.

3. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen dan anonim

Dari pengertian komunikasi massa menurut para ahli, dapat diketahui bahwa beberapa ahli berpendapat komunikasi massa memiliki salah satu ciri yang sama yaitu komunikannya bersifat heterogen serta anonim. Komunikan atau penerima informasi dalam komunikasi massa memiliki sifat heterogen dan anonim. Hal ini dikarenakan, komunikasi massa menyampaikan pesan dari komunikator dengan cara umum kepada seluruh masyarakat atau khalayak umum, dengan kondisi masyarakat yang varitatif dan tidak mengenal satu sama lainnya. Tanpa membedakan jenis kelamin, usia, adat, budaya, ras, strata sosial dan lainnya pesan komunikasi massa disampaikan kepada khalayak umum dan secara terbuka.

2.2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Berikut adalah beberapa karakteristik dari komunikasi massa yang membedakan komunikasi massa dari jenis komunikasi lainnya.

1. Berjalan satu arah.
2. Terjadi proses antara seleksi media untuk memilih khalayak sebagai komunikan.
3. Dapat menjangkau khalayak luas dari berbagai lapisan masyarakat.
4. Membidik atau menyasar komunikan tertentu dengan segmentasi yang diinginkan oleh komunikator.
5. Dilakukan oleh suatu institusi sosial seperti lembaga pers serta media maupun masyarakat saling memberikan pengaruh dan interaksi dari komunikasi massa.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

1. Informasi

   Fungsi info merupakan fungsi paling penting yg ada pada komunikasi massa. Komponen paling krusial untuk mengetahui fungsi info ini ialah isu–berita yang tersaji. Iklan pun pada beberapa hal mempunyai fungsi menyampaikan isu disamping fungsi-fungsi yang lain. liputan–liputan yg dicari wartawan di lapangan lalu dituangkannya pada tulisan jua merupakan

info. warta yg dimaksud adalah adanya kejadian yang benar–sahih terjadi di rakyat. dalam kata jurnalistik, liputan–liputan tersebut dapat diringkas pada kata 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, + How). yang memiliki arti Apa, Siapa, Kapan, Dimana, Mengapa, dan Bagaimana. Perkembangan jurnalistik saat ini, media massa yg hanya menulis atau menyajikan informasi dan mengemukakan keterangan–kabar telah tak mencukupi lagi. pada mata Jakob Oetama (2001) sebuah berita bukanlah kejadiannya, namun laporan tentang sesuatu peristiwa yang aktual dan bermakna. Kejadiannya sendiri artinya sesuatu yg objektif, sedangkan bagaimana kejadian itu dipilih sebagai gosip atau dilaporkan menjadi berita, kentara sesuatu yg subjektif. Hal apa yang wajib terungkap asal pernyataan tadi adalah bahwa wajib ada perkembangan baru pada proses pencarian dan pembuatan isu. informasi dilapangan berita yang tersaji tidak mempunyai bobot nilai tinggi Bila tidak ada makna yang terkandung didalam informasi tadi. menggunakan demikian, jurnalisme makna telah seharusnya dijalankan pers untuk menjelaskan lebih lanjut fungsi gosip. artinya, fungsi pers merupakan melaporkan peristiwa didalam warga yg lebih kompleks dan menyampaikan makna terhadap insiden–peristiwa tadi.

2. Hiburan

Fungsi hiburan buat media elektronika menduduki posisi yg paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, rakyat kita masih mengakibatkan televisi sebagai media hiburan. pada sebuah famili, televisi mampu sebagai perekat keintiman famili itu sebab masing-masing anggota keluarga memiliki kesibukan sendiri-sendiri. sehabis kelelahan dengan aktivitasnya masing-masing, ketika malam hari berada pada rumah, kemungkinan besar mereka membuahkan televisi menjadi media hiburan sekaligus wahana buat berkumpul bersama keluarga. Hal ini sangat berbeda dengan media cetak. Media cetak umumnya tidak menempatkan hiburan di posisi paling atas, tetapi berita. namun demikian, media cetak pun tetap harus memfungsikan hiburan. Gambar-gambar bewarna yang ada disetiap halaman, adanya teka-teki, serta cerita bergambar (cergam). Ketiga hal

tersebut menjadi beberapa karakteristik bahwa media cetak pula menyampaikan layanan hiburan.

3. Persuasi

Fungsi persuasif komunikasi massa tak kalah pentingnya dengan fungsi berita serta hiburan. banyak bentuk tulisan yang bila diperhatikan sekilas hanya berupa gosip. tetapi Jika diperhatikan secara lebih jeli ternyata ada fungsi persuasi. tulisan pada tajuk planning, artikel, dan surat pembaca adalah model goresan pena persuasif. Bagi Josep A. Devito (1997) fungsi persuasi disebut menjadi fungsi yang paling krusial asal komunikasi massa. Persuasi mampu datang berasal banyak sekali macam bentuk yaitu: Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan , atau nilai seorang. membarui sikap, agama, atau nilai seseorang. Menggerakkan seorang buat melakukan sesuatu. Memperkenalkan etika, atau memperlihatkan sistem nilai eksklusif.

2.2.2 Media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio dan televisi .

UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers menyebutkan jika pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Melalui media massa kita jadi mendapat informasi tentang orang, benda, tempat dan lainnya secara langsung. Media massa ini bekerja untuk menyampaikan

informasi kepada khalayak. Selain itu, media massa disebut juga sebagai media publik karena sasaran utamanya adalah publik atau khalayak ramai (CnnIndonesia, 2024).

Media massa merupakan sarana penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Menurut Bungin, media massa didefinisikan sebagai sarana yang digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara sinkron dan mudah diakses. Dalam arti, media massa adalah alat atau media untuk menyebarkan konten informasi, opini, komentar, hiburan, dan lain-lain. Menurut Cangara, media adalah alat atau media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak umum. Pengertian media massa adalah sarana yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat umum melalui sarana komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Astutik, 2022).

Peneliti menggunakan konsep Media Massa untuk melakukan analisa yaitu Cnnindonesia.com dan Kompas.com dengan berita Kontroversi Paskibraka Lepas Hijab.

2.2.2.1 Fungsi Media Massa

Media massa telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Melalui media massa kita dapat belajar banyak hal yang bisa di jadikan pelajaran. Berita tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di luar negeri maupun dalam negeri dapat diketahui dengan cepat dan mudah melalui media massa (Ibrahim, 2022).

Hal ini karena media massa memiliki kemampuan untuk memberikan informasi-informasi secara efektif. Media massa merupakan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mudah dalam memperoleh informasi. Media yang di gunakan berupa media televisi,radio dan surat kabar yang memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dari ketiga media ini yang mana masing-msing berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan (Ibrahim, 2022)..

Setiap institusi mempunyai fungsinya sendiri, demikian pula dengan media massa sebagai institusi sosial mempunyai fungsi penting dalam komunikasi massa. Hal ini media massa harus memberikan informasi yang obyektif kepada pembaca,

pendengar, atau pemirsa mengenai apa yang terjadi di dunia. Dalam kaitan ini fungsi utama media massa adalah sebagai penyebar informasi atau pemberitaan kepada khalayak (Ibrahim, 2022).

2.2.3 Jurnalisme Online

Jurnalistik online merupakan generasi baru dalam jurnalistik. Ada empat jenis jurnalistik online, yaitu mainstream news sites, index and category sites, meta and comment sites, serta share and discussion sites. Praktik jurnalistik ini dikenal juga dengan istilah online journalism, jurnalistik daring, cyber journalism, jurnalistik internet, atau jurnalistik web (Karunia, 2022).

Jurnalistik online juga dapat didefinisikan sebagai penyebarluasan informasi melalui situs web berita atau portal berita, yakni media internet, media online, atau media siber. Dilansir dari buku Jurnalisme Positif (2021) karya Nina dan Triyanto, perkembangan jurnalistik online tergolong pesat. Salah satunya karena dampak kemajuan teknologi yang membuat media daring terus berkembang.

Kemajuan teknologi ini tidak hanya membuat jurnalistik online terus berkembang, tetapi turut melahirkan praktik jurnalisme lainnya, yakni jurnalisme warga.

"Jurnalistik atau jurnalisme bisa diartikan sebagai 'memberitakan sebuah peristiwa'. Online dipahami sebagai keadaan konektivitas mengacu kepada internet atau WWW (World Wide Web) Dengan internet 'informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja.' (Asep Syamsul M. Romli, 2018:16). Menurut Richard Craig pengertian jurnalisme online adalah proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video serta memungkinkan pengguna untuk membaca kembali berita yang telah lalu (Craig, 2005: 14). Dapat disimpulkan dari kedua pengertian diatas, bahwasannya secara sederhana jurnalisme online itu adalah sebuah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan yang kemudian disebarluaskan melalui platform media online(website) (Mufid, 2022).

Peneliti menggunakan konsep Jurnalisme online dikarenakan media yang dianalisa oleh peneliti adalah portal berita online.

2.2.3.1 Fungsi Jurnalistik Online

Meningkatnya berbagai teknologi informasi pada jaman ini, membantu masyarakat luas untuk menambah ilmu atau wawasannya. Wawasan tersebut tentunya dapat diperoleh dengan cara yang beragam. Salah satunya adalah dengan membaca suatu berita atau membuat suatu karya ilmiah ataupun tulisan. Kali ini, berita yang dikemas tidak hanya dibuat oleh tangan-tangan tertentu, namun melainkan khalayak umum yang memiliki pengetahuan lebih atau skill pada bidangnya masing-masing. Sebuah tulisan, karya ilmiah, ataupun suatu berita, tidak hanya kita temui pada majalah atau koran saja, dengan kata lain media cetak. Namun, seiring dengan Globalisasi, saat ini Media Online sangat dibutuhkan dan berpengaruh pada masyarakat luas.

Fungsi dari Jurnalistik Online sendiri adalah, untuk menambah wawasan kita sebagai Mahasiswa agar terus mengikuti perkembangan Teknologi. Selain itu, apabila kita membuat suatu berita atau karya ilmiah dengan meng-upload pada sebuah Media Sosial ataupun Blog maupun Web, maka berita yang kita tuliskan dapat dinikmati oleh khalayak umum, dengan kata lain kita bisa berbagi ilmu yang kita miliki. Tak hanya itu, namun dengan adanya Jurnalistik Online, kita bisa menambah wawasan dalam berita yang baru atau up to date. Disini kita dapat mengetahui berita apa saja yang sedang dibahas atau ramai dipebincangkan (trending topic) (Yuli, 2018).

Dan juga ada satu hal yang lebih penting lagi dalam bidang Media, atau bisa dikatakan industri Media. Dengan adanya Jurnalistik Online, tentunya dapat mempengaruhi perkembangan Media yang lain, seperti Elektronik misalnya. Yaitu memajukan teknologi agar terus berkembang dan meminimalis sebuah industri atau pekerjaan (Yuli, 2018).

2.2.2 Berita Online

Berita online merupakan jenis berita yang muncul setelah berita disajikan dalam media cetak, seperti majalah atau koran, dengan format teks dan gambar. Berita online mulai menjadi populer pada pertengahan tahun 1990 seiring adanya

kemajuan internet dan situs World Wide Web (WWW). Kemunculan berita online pertama kali tercatat pada awal 1980-an, ketika pada tahun 1983.

Berita online merujuk pada penyajian laporan peristiwa oleh media melalui internet, yang mencakup informasi tentang suatu kejadian atau peristiwa dan disampaikan dalam format berita. Menurut Hall (1992) dalam (Winarmi & Lestari, 2019) berita online dapat dijelaskan sebagai bentuk jurnalisme yang telah ada secara historis, namun disajikan ulang atau muncul dalam bentuk yang lebih radikal melalui media online. Pernyataan ini menunjukkan bahwa berita online melibatkan proses pengemasan ulang informasi berita melalui media online tanpa mengubah esensi atau substansi dari makna berita tersebut (Islami, 2024).

2.2.3 Berita

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan/media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita (Niken, 2018).

Berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan televisi. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita bisa juga sebuah laporan atau pemeberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi dan disampaikan oleh wartawan di media massa

Banyak orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa belum ada definisi berita secara universal. Untuk memperkuat penyajian atas peristiwa apa yang sedang kita pantau dan bagaimana menyajikannya, reporter pencari berita harus mempunyai definisi sendiri mengenai lingkup pekerjaannya.

Berita merupakan suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar, maupun penonton. Jadi walaupun ada fakta tapi jika tidak dinilai penting, aktual, dan

menarik oleh sejumlah besar orang maka hal tersebut masih belum bisa diangkat sebagai bahan berita. Dan apabila unsur-unsur tersebut tidak terdapat pada data yang akan dikemas dalam penulisan berita, tetapi seorang redaktur tetap menyajikannya maka konsekuensinya tentu tidak akan memberikan daya tarik bagi pembaca atau pendengar maupun penontonnya.1 Jadi berita merupakan hal yang penting bagi semua orang karena berita merupakan peristiwa atau kejadian dan akan disiarkan yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada penonton

Berita adalah bentuk dari pesan-pesan komunikasi. Jika peristiwa Berdasarkan definisi tersebut, meskipun berbeda tetapi terdapat kesamaan yang mengikat para berita, meliputi: menarik perhatian, luar biasa, dan terbaru. Jadi, sebuah peristiwa dapat dijadikan berita jika terdapat unsur-unsur tersebut. Tidak semua tulisan dapat disebut berita hanya yang mengandung fakta dan tidak memihak saja yang tergolong dalam katagori berita.

Pemberitaan yang digunakan oleh penelitian ini adalah Kontroversi Paskibraka Lepas Hijab pada media Cnnindonesia.com dan Kompas.com

2.2.3.1 Nilai Berita

Nilai berita jurnalistik adalah sebuah kriteria untuk menilai apakah sebuah peristiwa yang terjadi menarik atau tidak untuk diliput. Nilai berita jurnalistik merupakan alat yang berfungsi sebagai acuan bagi seorang jurnalistik untuk meliput berita.

Nilai berita adalah sebuah acuan yang digunakan jurnalis untuk mengukur kelayakan sebuah berita. Nilai berita akan membantu jurnalis untuk melihat apakah peristiwa yang terjadi memenuhi kriteria penilaian berita atau tidak. Maka, seorang jurnalis tentunya harus menguasai nilai berita jurnalistik untuk dapat menghasilkan berita yang berkualitas baik untuk media cetak maupun media elektronik.

1. Aktualitas

   Sebuah berita yang dilaporkan harus up to date. Artinya,informasi yang disebarkan masih sangat baru, semakin baru peristiwa yang dilaporkan maka berita tersebut akan semakin menarik bagi audiens.

2. Kedekatan

Nilai berita kedekatan berarti peristiwa yang terjadi dan diliput sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Nilai kedekatan tersebut meliputi geografis, ideologis, psikologis, dan ketokohan. Misalnya terjadi banjir di Jakarta, banjir tersebut menelan korban sebanyak 15 orang dan beberapa wilayah juga ikut terdampak banjir akibat curah hujan yang tinggi dan tidak adanya sumber penyerapan air.

3. Keterkenalan

   Berita seringkali melibatkan seorang tokoh, hal tersebut karena seorang tokoh yang diberitakan memiliki pengaruh besar dalam nilai suatu berita. adanya tokoh tersebut dapat membuat berita yang disampaikan menjadi lebih menarik di mata audiens.

4. Dampak

   Besarnya dampak yang diberikan oleh suatu peristiwa juga akan memberikan dampak tinggi pada pemberitaan. Maka sebelum membuat berita, seorang jurnalis harus memilah terlebih dahulu berita mana yang sekiranya akan memberikan dampak yang besar. Misalnya, pemberitaan tentang adanya teroris di suatu daerah atau negara.

5. Human interest

   Human interest merupakan berita tentang peristiwa yang terjadi mampu membuat perasaan siapa saja tersentuh. Misalnya, adanya penganiayaan yang terjadi terhadap anak dibawah umur.

6. Konflik

   Suatu peristiwa yang mengandung konflik akan membuat masyarakat tertarik untuk mengkonsumsi berita tersebut. Contohnya seperti berita peperangan, diharapkan adanya informasi yang disampaikan dapat membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam merespon informasi yang didapatkan.

7. Seks

   Kasus tentang pelecehan, pemerkosaan, prostitusi, dan tindakan asusila lainnya sangat menarik bagi audiens. Namun seorang jurnalis harus lebih teliti jika ingin mengangkat peristiwa ini dan memperhatikan kode etik.

8. Kemajuan

Dalam suatu peristiwa, biasanya terdapat kelanjutan konflik. Misalnya tentang kemenangan atau kekalahan dalam peperangan. Kemudian, terdapat kebijakan-kebijakan baru ataupun dampak dari peperangan tersebut.

9. Pengaruh

   Berita yang disebarkan oleh jurnalis memiliki pengaruh penting dan sangat dibutuhkan bagi masyarakat. Misalnya, terjadinya kenaikan harga sembako menjelang ramadhan. Selain memberikan informasi tentang kenaikan harga sembako, informasi yang disebarkan juga akan mempengaruhi aktivitas masyarakat luas.

10. Penting

    Kepentingan dari suatu berita akan menyangkut kepentingan banyak orang. Kepentingan ini tidak hanya berdasarkan kepentingan perorangan atau kelompok, tetapi harus memperhatikan kepentingan banyak orang. Misalnya, informasi mengenai kenaikan angka pasien Covid-19 di suatu daerah.

2.2.4 Analisis Framing

Analisis framing adalah pendekatan analisis wacana versi terbaru, khususnya untuk menganalisis teks media. Perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, dan juga menyediakan kategori – kategori standar untuk mengapresiasi realitas dimaknai sebagai struktur konseptual framing. Penjelasan mengenai framing kemudian dikembangkan dan ditafsirkan sebagai proses penyeleksian untuk menggambarkan penyorotan aspek – aspek khusus sebuah realitas media.

Analisis framing adalah analisis yang di pakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Pada dasarnya Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (story telling) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan. Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis framing mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi

kuantitatif, yang di tekankan adalah isi (content) dari suatu pesan atau teks komunikasi (Endah, 2020).

2.2.4.1 Metode Analisis Framing Zhongdang Pn dan Geralld M.Kosicki

Peneliti memilih menggunakan analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pesan yang termuat dalam sebuah berita. Peneliti ingin mengetahui bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa yang dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks tersebut. Selain itu model ini memiliki kemasan yang terstruktur dalam memahami sebuah pesan atau peristiwa yang ada dalam sebuah media (Humaira, 2016).

Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki adalah sebuah model analisis yang digunakan untuk melihat realitas di balik wacana dari media massa dan merupakan sebuah seni yang bisa jadi menghasilkan kesimpulan berbeda apabila analisis dilakukan oleh orang yang berbeda, kendati kasus yang diteliti sama. Selain itu berbagai ahli juga memiliki definisi lain dari framing ini yang pada intinya memiliki titik singgung sama pada adanya sebuah pembentukan dan kontruksi media terhadap sebuah peristiwa. Dengan demikian akan ada sebuah penonjolan realitas sehingga mudah dikenal oleh khalayak. Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Dalam hal ini digunakanlah sebuah perangkat yang dapat dikonseptualisasikkan ke dalam elemen konkret dalam suatu wacana. Kemudian dapat disusun dan dimanipulasi oleh pembuat berita dan dapat dikomunikasikan dalam kesadaran komunikasi. Perangkat ini dapat dipretasikan ke dalam empat struktur besar; sintaksis, skrip, tematik, dan retoris (Ahdi, 2021).

2.2.5 Konstruksi Realitas Sosial

Menurut Laura Christina Luzar dari Universitas Binus dalam proses Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality) didefinisikan sebagai tahapan sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang 19 dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma

konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya, (Syaifudin, 2019).

Konstruksi realitas sosial atau disebut juga konstruksionisme sosial adalah teori pengetahuan dalam sosiologi dan teori komunikasi yang menekankan pada pemahaman dunia sebagai hasil konstruksi bersama yang membentuk dasar asumsi bersama tentang realitas yang dikenal sebagai tulpa. Inti dari teori konstruksi realitas sosial adalah bahwa manusia merasionalisasikan pengalamannya dengan menciptakan berbagai model dunia sosial dan menginterpretasikannya secara bersama-sama melalui bahasa sebagai alat komunikasi.

2.2.6 Kepemilikan Media

Menjadi prioritas penting untuk diperhatikan oleh kalangan pengelola media massa, karena harus diakui setiap media massa sesungguhnya tidak hidup dalam situasi yang vakum. Faktor eksternal maupun internal media ikut menentukan struktur penampilan isi media. Media memiliki kepentingan-kepentingan tertentu, entah itu ekonomi, politik, ideologis, atau apapun namanya merupakan motif dan kompas para pekerja media.

CNN Indonesia.com berada dibawah naungan PT Agranet Multicitra Siberkom yang juga bagian dari PT Corpora dibawah kepemilikan Chairul Tanjung melalui CT Corp. CNNIndonesia.com merupakan platform berita berbasis online yang resmi hadir bersamaan dengan awal mula terbentuknya CNN Indonesia. Selain itu CNN merupakan media internasional yang tentunya memilki pandangan yang lebih luas dalam memberitakan sebuah berita dengan gaya dan sudut pandang yang berbeda dengan media nasional.

Kompas.com adalah salah satu portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Kompas.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Kompas.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Berdiri sejak tahun 1995, Kompas.com menjadi bagian dari Kompas

Gramedia. Dengan banyaknya penghargaan yang sudah didapatkan oleh Kompas tentunya peneliti menggunakan portal berita tersebut untuk mengetahui bagaimana objektifitas media Kompas dalam membahas isu paskibraka lepas hijab.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

2.3 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Dapat diuraikan dari kerangka berpikir, penelitian terfokus pada isu paskibraka lepas hijab pada saat pelatihan upcara 17 Agustus 2024, yang dilaksanakan pada 13 Agustus 2024, media massa hingga media online ramai memberitakan terkait isu ini, peneliti menggunakan dua portal berita yaitu Cnnindonesia.com dan Kompas.com yang dianalisa menggunakan perangkat framing zongdang pan dan Gerald kosicki dengan empat struktur framing yaitu sintaksi, skrip, tematik dan retoris.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA