

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul   Penulis   Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan Skripsi ini
1	ANALISIS <i>FRAMING</i> PEMBERITAAN BOM TURKI DAN BOM BELGIA DI REPUBLIKA <i>ONLINE</i> , Dita Dwi Wulandari, 2017	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Pendekatan Kualitatif dengan menggunakan analisis <i>framing</i> Zhongdan dan Gerald M. Kosicki	Penelitian ini berfokus pada analisa pemberitaan bom turki dan bom belgia di republika <i>online</i> . Hasil penelitian ini mengungkap bagaimana Republika <i>Online</i> membingkai kedua peristiwa tersebut.	Berdasarkan hasil penelitian penulis menyarankan untuk Republika <i>Online</i> perlu menyajikan informasi yang lebih objektif dengan menampilkan tidak hanya satu fakta. Untuk masyarakat perlunya pemahaman meleak media yang harus dimiliki oleh masyarakat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya satu media berita, yang digunakan yaitu Republika <i>Online</i> . Sedangkan penelitian ini memilih dua media berita <i>online</i> .
2	PEMBINGKAIAN BERITA BOM BUNUH DIRI DI SOLO PADA SURAT KABAR JAWA POS DAN SURYA (Studi Analisis Framing berita bom bunuh diri di Solo pada Surat kabar Jawa Pos dan Surya edisi 26-29 September 2011), Nurma Ayu Budi Utami	Universitas Pembangunan Nasional (Veteran)	Pendekatan kualitatif dengan metode penelitian dengan menggunakan perangkat framing model Pan dan Kosicki.	Penelitian ini berfokus pada analisa Pemberitaan surat kabar harian Jawa Pos mempunyai pandangan bahwa bom bunuh diri di Solo terkait dengan	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penulis menyarankan media hendaknya dapat memposisikan diri sebagai pihak yang netral, dan dapat menyajikan berita yang	Perbedaan dengan penelitian ini objek penelitian

					kasus bom bunuh diri sebelumnya	valid kepada masyarakat.
3	KONSTRUKSI BERITA DALAM MAJALAH TEMPO (Analisis Framing Pemberitaan Terorisme di Majalah Tempo Edisi Januari-Februari 2016), Dhenny Dwi Kunhastian	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Pendekatan kualitatif dengan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis framing model Robert N. Entman	Penelitian ini berfokus pada analisa Pemberitaan Terorisme di Majalah Tempo Edisi Januari-Februari 2016	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya lebih berhati-hati	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya satu media.

## 2.2. Teori dan Konsep

### 2.2.1 Media Massa

Penyampaian Informasi yang berbentuk berita butuh sebuah saluran komunikasi yang disebut media. Media massa menyampaikan informasi tentang perubahan, bagaimana proses kerjanya, dan hasil yang dicapai maupun yang akan dicapai. Cangara dalam Yoserizal (2018, hal. 82) menjelaskan media massa adalah alat yang kegunaannya untuk menyampaikan pesan.

Media massa merupakan salah satu sarana yang digunakan manusia dalam memenuhi kebutuhan akan informasi maupun hiburan. Media massa sebagai saluran komunikasi massa yang dihasilkan dari produk teknologi modern. Saluran tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Media massa dikelompokkan berdasarkan bentuknya yaitu sebagai berikut: 1. Media cetak (*printed media*) yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya. 2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain – lain. Tidak berhenti hanya di situ, media massa kini berkembang dengan berbasis internet.

Adanya perkembangan dari media massa tersebut akhirnya mendominasi di kalangan masyarakat. Tanpa disadari media massa telah mempengaruhi masyarakat dalam memenuhi keseharian hidupnya. Media massa dapat memberikan informasi, hiburan, kesenangan, bahkan terkadang mengganggu khalayak. Media memiliki kemampuan untuk menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas.

Media massa merupakan institusi kunci dalam masyarakat tempat kita tinggal. Mereka mempengaruhi banyak aspek di dalam kehidupan kita seperti budaya, kebiasaan membeli, bahkan sampai politik kita. (Biagi, 2010, p. 13). Menurut Biagi (2010, p. 13) media massa ini memiliki tiga konsep penting yaitu :

1. Media massa merupakan usaha yang berpusat pada keuntungan
2. Perkembangan teknologi dapat mengubah cara pengiriman dan cara konsumsi media massa.
3. Media massa juga mencerminkan sekaligus mempengaruhi politik, masyarakat, dan budaya

Dewasa ini juga sudah ditemukan salah satu perkembangan baru dari media massa, yaitu media massa berbasis internet. Sehingga dapat diakses melalui jaringan internet. Hal ini tanpa disadari sangat mempengaruhi kehidupan keseharian manusia, yang di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Saat ini media massa sudah menjadi tempat utama untuk mencari informasi, hiburan, konten yang menyenangkan bahkan mengganggu khalayak, saat ini media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat dan membentuk realitasnya (Biagi, 2010, p. 13). Dalam penelitian ini media massa yang dipilih sebagai bahan analisis yaitu Tribunnews.com dan Tempo.co yang dapat dikategorikan sebagai media massa yang menggunakan internet sebagai sarana untuk pesebaran produk yang dibuatnya, dalam hal ini adalah berita. Tribunnews.com dan Tempo.co menyebarkan berita secara luas, hal ini disebabkan karena dibuat dengan menggunakan website dan aplikasi yang membutuhkan akses internet, sehingga para pembacanya dapat mengakses atau melihat berita – berita yang disajikan.

### 2.2.2 Media Online

Media *online* atau biasa disebut dengan media baru karena penyederhanaan istilah terhadap bentuk media di luar media massa konvensional seperti televisi, majalah, koran radio, dan film. Media baru merujuk pada perkembangan teknologi digital, akan tetapi bukan berarti sebagai media digital. Media baru memiliki tiga unsur yaitu ; multimedia, interaktif, dan intertekstual, dan juga media baru memiliki sifat cair, konektivitas, individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran *control* dan kebebasan (Romli, Jurnalistik online panduan mengelola media online, 2018, p. 35). Media baru atau disebut juga, media *online* (*online media*) atau disebut juga media cyber (*cybermedia*), media internet (*internet media*), secara singkat dapat diartikan sebagai media yang tersaji *online* di situs web (*website*) internet, dan secara teknis dapat diartikan sebagai media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (internet dan *computer*). Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak seperti majalah, tabloid, Koran, buku dan setelah media elektronik yaitu radio, televisi, dan film / video (Romli, Jurnalistik online panduan mengelola media online, 2018, p. 34).

Kemudahan yang diberikan oleh media *online* tentunya akan merubah kebiasaan dalam cara hidup seseorang, dikarenakan kemudahannya media baru ini membuat masyarakat akan cenderung untuk mengabdikan waktu luang mereka menggunakan media – media baru yang salah satunya adalah media *online*. Sesuai dengan penjelasan di atas, Tribunnews.com dan Tempo.co adalah salah satu media massa *online* yang ada di Indonesia, dua media *online* tersebut menggunakan situs web untuk menyebarkan berita – berita yang telah dibuat oleh mereka.

#### a. Kelebihan Media Online

Media *Online* memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih bersifat personal yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. tentu dengan syarat ada;ada saranya, berupa perangkat komputer dan jaringan internet.kelebihan lainnya informasi yang disebarkan dapat di up-date setiap saat bila perlu setiap detik. Lebih dari itu media onlien juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang dapat diakses dengan mudah

**b. Kekurangan Meida Online**

Kelemahan media *online* terletak pada peralatan dan kemampuannya penggunaannya. Media *online* harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang sampai saat ini biayanya cukup mahal khususnya di Indonesia, belum semua wilayah memiliki jaringan internet, disamping itu diperlukan keahlian khusus guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak yang menguasainya.

**2.2.2.1 Karakter Media Online**

Media *online* memiliki karakteristik yang menjadi keunggulan sekaligus pembeda dibandingkan dengan media konvensional (Cetak / elektronik) yaitu :

- A. Multimedia : Dapat menyajikan atau memuat konten berupa bentuk teks, video, grafis, audio, dan gambar secara bersamaan.
- B. Aktualitas : Karena kemudahan dan kecepatan penyajian, maka media online akan berisi informasi yang aktual.
- C. Cepat : Sesaat setelah konten diupload maka semua orang langsung bisa mengaksesnya.
- D. Update : Pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten ataupun dari redaksional, seperti salah ketik atau ejaan dimana belum ada istilah ralat di media online yang ada pada media cetak. Informasi yang diberikan juga disampaikan secara terus menerus.
- E. Kapasitas luas : Halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- F. Fleksibilitas : Editing dan pemuatan naskah, bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun, dan juga jadwal terbit bisa setiap saat.
- G. Luas : Menjangkau seluruh dunia bagi yang memiliki akses internet.
- H. Interaktif : Dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chatroom*.
- I. Terdokumentasi : Informasi yang telah disajikan tersimpan di bank data dan dapat ditemukan melalui link, artikel terkait, dan fasilitas cari.

J. Hyperlinked : Terhubung dengan sumber lain yang berkaitan dengan informasi yang disajikan (Romli, *Jurnalistik online panduan mengelola media online*, 2018, p. 37).

Berdasarkan karakteristik yang telah disebutkan di atas media *online* memiliki karakteristiknya sendiri yang sekaligus menjadi kelebihan dibandingkan media konvensional, seperti Tribunnews.com dan Tempo.co yang telah memenuhi semua karakteristik yang ada di atas sehingga Tribunnews.com dan Tempo.co dapat dikategorikan sebagai media *online*.

### 2.2.2.2 Jurnalistik

Jurnalistik atau *journalism* berasal dari kata *journal*, yang memiliki arti yaitu sebuah catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari – hari, atau juga bisa berarti sebuah surat kabar. *Journal* berasal dari bahasa latin yaitu “*diurnalis*” yang berarti harian atau setiap hari, dan dari kata tersebut tercipta kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik (Musman & Mulyadi, 2017, pp. 1 - 2). Jurnalistik sendiri memiliki pekerjaan yang melakukan proses peliputan, penulisan dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa, atau secara singkat jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa” (Romli, *Jurnalistik online panduan mengelola media online*, 2018, pp. 15 - 16). Jurnalistik merupakan kegiatan yang bermuara pada penyiaran berita mulai dari pengumpulan fakta, penulisan, sampai pada penyuntingan yang bertujuan untuk menyediakan informasi secara akurat dan terpercaya sehingga mereka dapat membantu berkembangnya masyarakat yang bebas dan bertanggung jawab (Musman & Mulyadi, 2017, p. 2).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat dikatakan bahwa jurnalistik adalah sebuah pekerjaan untuk mencari, membuat, dan menyebarkan sebuah informasi yang memiliki standar yang telah ditentukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

### 2.2.2.3 Jurnalistik *Online*

Setelah munculnya jurnalistik konvensional seperti jurnalistik media cetak dan jurnalistik penyiaran, yang kemudian berkembang menjadi jurnalistik *online* atau yang sering disebut *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web menjadi jurnalistik baru yang muncul dari sebuah proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya berupa website (Romli, *Jurnalistik online panduan mengelola media online*, 2018, p. 16). Berdasarkan penjelasan di atas jurnalistik *online* adalah model jurnalistik terbaru yang mengandalkan media internet untuk penyebaran informasinya, maka *Tribunnews.com* dan *Tempo.co* berdasarkan pengertian di atas termasuk kedalam kategori jurnalistik *online*.

### 1. Prinsip Jurnalistik Online

Jurnalistik *online* menurut (Romli, *Jurnalistik online panduan mengelola media online*, 2018, pp. 17 - 18) memiliki lima prinsip dasar yang biasa disingkat yaitu B-A-S-I-C yang memiliki arti sebagai berikut:

#### A. *Brevity* (keringkasan) :

Berita *online* menjadi singkat karena mengikuti kehidupan manusia yang tingkat kesibukannya semakin tinggi, dan para pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan hanya langsung mencari inti dari informasi saja.

#### B. *Adaptability* (Kemampuan beradaptasi)

Berita dituntut untuk dapat menyesuaikan diri di tengah preferensi publik. Dengan kemajuan teknologi dan tingginya persaingan, para pembuat berita *online* dapat menyajikan berita dengan cara yang beragam yaitu seperti ditambahkan gambar, video, suara yang menarik.

#### C. *Scannability* (Dapat dipindai)

Sebuah situs berita *online* memiliki sifat dapat dipindai agar pembaca tidak merasa terpaksa membaca informasi yang ada di dalamnya.

#### D. *Interactivity* (Interaktivitas)

Sebuah situs berita *online* memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi, karena pihak medianya memberikan tempat untuk ruang komunikasi yang beragam dan mudah untuk meningkatkan interaktivitas sehingga membuat pembacanya merasa dihargai.

## E. *Community and Conversation* (Komunitas dan Percakapan)

Karena tingginya tingkat interaktivitas, maka media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya sebagai penjangkaran komunitas.

Berdasarkan penjelasan di atas Tribunnews.com dan Tempo.co adalah sebuah jurnalisme *online* karena dua media *online* ini telah memenuhi semua prinsip jurnalisme *online* pada produk – produk jurnalistiknya.

## 2. **Karakteristik Jurnalistik Online**

Beberapa karakteristik jurnalistik *online* dan sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional menurut (Romli, Jurnalistik online panduan mengelola media online, 2018, p. 19) adalah :

- A. *Immediacy* : Kesegeraan atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan TV memang bisa cepat menyampaikan berita, namun biasanya harus memotong acara yang sedang berlangsung atau yang sering disebut *breaking news*. Jurnalistik *online* bisa memposting sebuah berita dalam hitungan detik.
- B. *Multiple Pagination* : Bisa berupa ratusan halaman, bisa terkait satu sama lain, dan juga bisa dibuka tersendiri (*new tab / new window*).
- C. *Multimedia* : Dapat menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video dan grafis sekaligus yang tidak bisa dilakukan oleh jurnalistik konvensional.
- D. *Flexibility Delivery Platform* : Wartawan bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja.
- E. *Archiving* : Berita yang sudah terbit dapat diarsipkan, para pembaca yang ingin mencarinya dimudahkan dengan sudah dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci, dan juga tersimpan dalam waktu yang lama dan dapat diakses kapan saja.
- F. *Relationship With Reader* : Tingkat interaktivitas yang tinggi karena kontak atau interaksi dengan pembaca dapat “langsung” saat itu juga melalui kolom komentar dan lain – lain.

Berdasarkan karakteristik yang telah diuraikan di atas, Tribunnews.com dan Tempo.co yang peneliti pilih sebagai dua media *online* yang akan di analisis adalah



sebuah media jurnalistik *online* karena telah memenuhi semua kriteria yang telah disebutkan diatas.

Dari karakteristik jurnalistik *online* yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat keunggulan jika dibandingkan dengan media cetak, yaitu :

a. Multimedia

Setiap media online, salah satu hal yang menjadikan berita tersebut menarik untuk dibaca yaitu dengan memberikan berita – berita yang disertakan dengan gambar, audio, video dan grafis yang menarik yang menjadikan ketertarikan sendiri bagi setiap pembaca.

b. Aktualitas

Salah satu hal yang menjadikan tantangan bagi media online salah satunya yaitu aktualitas. Aktualitas memang harus diberikan media online dan konvensional untuk membuat informasi berita sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Selain itu juga harus sesuai dengan sumber yang tepat atau sesuai. Hal ini agar tidak menimbulkan berita palsu.

c. Cepat

Media online yang mana dalam menyampaikan sebuah berita cepat dilakukan apabila terhubung dengan internet. Berbeda dengan media konvensional, media online memang dituntut cepat dalam menyampaikan informasi. Cepat dimaksudkan dengan ketika terhubung dengan media yaitu internet akan memudahkan jurnalis dalam menyebarluaskan berita terkini dengan mudah. Hal tersebut juga dapat dilakukan dengan pembaca yang dapat dengan mudah dan cepat membaca berita online apabila telah terhubung dengan internet.

d. Update

Salah satu tantangan media online selanjutnya adalah update. Dapat dikatakan pembaruan setiap berita dan atau isu terkini untuk menambah atau menyempurnakan sebuah berita yang telah disampaikan kepada pembaca. Pembaruan ini dapat dilakukan dengan cepat dengan melihat konten dan

redaksionalnya dalam melihat kesalahan ketik atau ejaan yang telah dibuat misalnya. Informasipun dilakukan secara terus menerus guna meralat atau meminimalisir kesalahan yang terjadi.

e. Kapasitas Luas

Kapasitas luas, sudah jelas dapat dilihat bahwa media online memiliki kapasitas yang tidak tentu ketika dibandingkan dengan media konvensional yang dibatasi dengan kolom halaman serta durasi waktu. Menjadikan keunggulan di media online untuk memberikan berita – berita dengan ulasan – ulasan panjang yang tidak ada batasnya seperti kolom dan durasi waktu.

f. Fleksibilitas

Karakteristik ini juga menjadi keunggulan media online. Juga membuat media online dapat mengikuti situasi dan kondisi dimana dan kapan akan melakukan pembaruan dalam konten dan ataupun membuat berita apa yang telah direncanakan. Pun menjadikan jurnalis dan tim yang terkait dapat dengan mudah melakukan menulis naskah kapan dan dimana saja sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

g. Luas

Media online yang terhubung dengan internet tentu dapat menjangkau keseluruhan dunia. Hal tersebut akan terjadi ketika memang terhubung dan memiliki akses internet. Dan ini akan berbeda dengan media konvensional seperti contohnya media cetak, media cetak tidak bisa menjangkau keseluruhan dunia karena tidak terhubung dengan internet Maka media konvensional hanya menjangkau ke daerah – daerah tertentu saja.

h. Interaktif

Keunggulan dari media online selain dari karakteristik – karakteristik di atas yaitu interaktif. Interaktif di sini salah satunya dapat dilihat dengan bagaimana tampilan yang dibuat juga dengan adanya fasilitas kolom komentar bagi pembaca

atau fasilitas lainnya yang memang menjadikan pembaca dapat terlibat. Dimana pengakses atau pembaca dapat dengan langsung memberikan komentar tentang apa yang berkaitan dengan isu yang diangkat atau diberitakan.

i. Terdokumentasi

Berita – berita yang telah disampaikan kepada pembaca secara otomatis akan tersimpan di dalam bank data berupa arsip dan dapat ditemui melalui link yang tersedia. Akan menjadikan pembaca dengan mudah mengakses berita yang diinginkan dengan mudah.

j. Hyperlinked

Karakteristik dan pembeda dari media konvensional yaitu dengan adanya hyperlinked. Dengan informasi atau berita yang dibuat yang disajikan terhubung langsung dengan sumber lainnya dan juga berkaitan dengan berita tersebut. Akan memudahkan pembaca mengakses informasi lain yang serupa atau berkaitan.

Dari uraian tentang keunggulan karakteristik jurnalistik yang telah dijelaskan sebelumnya Tribunnews.com dan Tempo.co memiliki karakteristik keunggulan tersebut.

### 3. **Kritik Jurnalistik *Online***

Jurnalisme *online* di Indonesia pada praktiknya menjadikan sebuah berita hanya untuk mengejar *traffic* semata, hal ini dikarenakan semakin tingginya kebutuhan akan sebuah informasi, sehingga menjadikan sebuah informasi yang belum tentu jelas asal usulnya dan tidak terjamin menjadi sebuah pemberitaan. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa media *online* hanya mengundang "klik" tanpa melihat serta memperdalam isu yang terjadi.

Di mana media *online* di Indonesia seperti Tribunnews.com dan Tempo.co memberitakan pemberitaan tentang bunuh diri hanya mengejar *traffic* saja. Dapat dilihat dari seberapa seringnya pemberitaan tentang bunuh diri diberitakan dibandingkan dengan situs berita lain. Ditambah dengan media online yang

sekarang ini dapat dengan mudah diakses bukan hanya jurnalis dan media saja, tetapi warga biasa juga dapat dengan mudah mengaksesnya yang terkadang informasi atau berita tidak datang dari jurnalis atau media, namun dari warga biasa yang belum tau berita yang disebarkan sudah jelas atau belum.

#### **2.2.2.4 Manajemen Media *Online*/Redaksional**

Manajemen media *online* atau disebut juga sebagai manajemen redaksional sangat diperlukan oleh setiap media yang tujuannya untuk memproduksi berita yang baik dan nantinya akan disebarluaskan. Tidak hanya itu, manajemen redaksional dibutuhkan untuk dapat mengikuti tren yang ada dan memunculkan berbagai inovasi baru khususnya media *online*. Kemudian yang tidak kalah penting manajemen redaksional diperlukan agar berbeda dari portal berita *online* lainnya.

Dalam sebuah media *online* tidak dapat berjalan dengan sendirinya, oleh karena itu dibutuhkan seseorang yang dapat memimpin, orang tersebut disebut sebagai pimpinan redaksi. Pimpinan redaksi tersebut melakukan kebijakan redaksional sesuai dengan apa yang telah disepakati dalam merencanakan sebuah penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama (*head line*), berita pembuka halaman (*opening news*). Pimpinan redaksi dalam sebuah perusahaan memiliki tugas utama untuk mengatur setiap hal atau aktivitas yang berkaitan dengan keredaksian dan atau memberikan tugas kepada timnya juga membuat tajuk rencana pada berita tertentu.

Dalam sebuah manajemen redaksional, untuk membantu pimpinan redaksi dalam proses surat atau dalam keadministrasian redaksional. Seorang pimpinan redaksi dibantu oleh sekretaris redaksi. Seperti halnya ketika menerima surat - surat mengenai keredaksional, yang nantinya sekretaris redaksi tersebut akan memberikan surat - surat yang isinya berkaitan dengan undangan peliputan kepada redaktur sesuai dengan bidangnya masing - masing.

Pola kerja redaksional sebuah media dimana pimpinan redaksi mengatur baik atau buruknya isi mengenai sebuah pemberitaan yang diproduksi. Dalam memproduksi sebuah berita pimpinan redaksi dibantu oleh redaktur pelaksana,

editor dan asisten redaktur serta wartawan yang bertugas peliputan dilapangan atau yang dimana ada sebuah peristiwa yang krusial. Redaktur pelaksana merupakan eksekutif yang bertanggung jawab mengenai berita apa yang akan disajikan. Dimana dalam perencanaan sebuah berita, biasanya di bawah redaktur pelaksana terdapat staf - staf yang mengerjakan lebih detailnya. Seperti ketika di dalam media online tersebut berita yang disajikan memiliki bidangnya masing - masing. Dan redaktur tersebut membaginya ke dalam redaktur kota, redaktur olahraga, redaktur hiburan/kebudayaan, dan redaktur ekonomi. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2016, hal. 71-89). Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumanningrat dalam buku *Jurnalistik Teori dan Praktik* (2016) menjelaskan bahwa tugas redaktur yaitu memilih bahan berita yang sesuai dan layak untuk dimuat serta disebarluaskan.

Redaktur menyeleksi dari bahan- bahan yang telah didapatkan atau diperoleh dari wartawan yang bertugas juga bahan berita yang didapat dari kantor berita, dari narasumber yang telah diwawancara bahkan press release dari sebuah lembaga, organisasi, perusahaan swasta serta instansi pemerintah. Sebelum bahan - bahan berita tadi diseleksi oleh redaktur, seorang wartawan mempunyai tugas dimana harus mencari, mengumpulkan dan mengolah mengenai informasi atau berita yang didapaknya yang nantinya akan dijadikan sebuah berita. Walaupun dalam struktur redaksi, seorang wartawan merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan. Dimana wartawan yang setiap harinya mencari dan menyuplai bahan - bahan berita untuk disebarluaskan kepada khalayak. Dalam hal ini *Tribunnews.com* dan *Tempo.co* memiliki kebijakannya masing-masing dari pimpinan redaksi atau redaktur.

#### **2.2.2.5 Pemberitaan**

##### **a. Pengertian Berita**

Berita menurut Newsom dan James A. Wollert, seperti dikutip oleh Sumadiria (2010) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Indonesia*, berita adalah

apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Sedangkan menurut Williard C. Bleyer yang juga dikutip oleh Sumadiria (2010), berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dapat menarik para pembaca. Seperti yang dikutip oleh Barus (2010) dalam William S. Maulsby mendefinisikan berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Berita dalam definisi jurnalistik dapat diartikan sebagai laporan laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu surat kabar untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca karena penting, mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan. Berita juga bisa didefinisikan sebagai laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, yang disebarluaskan melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet (Sumadiria, 2010, hal. 64-65).

#### **b. Unsur Layak Berita**

Sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik dijelaskan bahwa berita harus akurat, adil dan berimbang. Berita juga harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Syarat praktis tentang penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas, jelas, dan hangat (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2016, hal. 47-57).

##### 1) Berita Harus Akurat

Wartawan harus berhati-hati dalam melakukan tugas jurnalistik dimulai dari kecermatannya terhadap ejaan nama, angka, tanggal dan usia serta disiplin untuk memeriksa ulang keterangan dan fakta yang ditemui. Akurasi juga berarti benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan, dari 34 penyajian detail-detail fakta dan dari tekanan yang diberikan pada fakta-faktanya. Seorang wartawan yang baik senantiasa menyangsikan kebenaran yang didengar dan dilihatnya, sehingga dalam

dirinya tertanam kewaspadaan untuk berhati-hati dan bersikap cermat. Karena kredibilitas sebuah media sangat ditentukan oleh akurasi beritanya sebagai konsekuensi dari kehati-hatian para wartawan dalam membuat berita.

2) **Berita Harus Lengkap, Adil dan Berimbang**

Wartawan harus menjamin keakuratan arti dan keakuratan fakta. Artinya dalam penulisan berita harus lengkap dan tidak menghilangkan fakta yang seharusnya ada. Sikap adil dan berimbang adalah seorang wartawan harus melaporkan apa sesungguhnya yang terjadi. Selain itu, dalam penulisan berita wartawan harus memberikan kesempatan yang sama adilnya kepada pihak yang dirugikan untuk mendapatkan tanggapannya. Hal ini yang disebut dengan pemberitaan yang berimbang.

3) **Berita Harus Objektif**

Selain harus memiliki ketepatan (akurasi) dan kecepatan bekerja, seorang wartawan dituntut untuk bersikap objektif dalam menulis berita. Dengan sikap objektifnya, berita yang ditulis pun akan objektif. Artinya berita itu sesuai dengan kenyataan, tidak berat sebelah dan bebas dari prasangka. Dalam pengertian objektif ini meliputi keharusan wartawan menulis dalam konteks peristiwa secara keseluruhan dan tidak dipotong-potong dalam kecenderungan subjektif.

4) **Berita Harus Ringkas dan Jelas**

Berita yang disaikan harus dapat dicerna dengan cepat. Artinya, berita harus ringkas, jelas, dan sederhana. Tulisan berita harus tidak banyak menggunakan kata-kata, harus langsung dan padu.

5) **Berita Harus Hangat**

Peristiwa-peristiwa hari ini belum tentu benar esok hari. Penekanan pada konteks waktu dalam berita kini dianggap sebagai hal yang harus diperhatikan. Pembaca berita menginginkan informasi segar dan hangat. Oleh karena itu, media berita sangat memperhatikan hal-hal yang berkenaan dengan faktor-faktor waktu untuk menunjukkan bahwa berita-berita yang ditulis bukan hanya hangat tetapi juga paling baru.

### c. Nilai Berita

Kriteria nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan oleh wartawan untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana berita terbaik yang akan disebarluaskan kepada masyarakat. Kriteria umum nilai berita menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, dan Don Ranly seperti dikutip oleh Yunus (2012, hal. 5) dalam Jurnalistik Terapan adalah sebagai berikut:

1) Keluarbiasaan (*Unusualness*)

Menurut pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa yang biasa, tetapi suatu peristiwa luar biasa. Lord Northcliffe, editor di Inggris abad 18, menegaskan apabila orang digigit anjing maka itu tidak berita, tetapi apabila orang menggigit anjing, maka itu berita (*if a dog bites a man it is not news, but if a man bites dog, it is news*). Prinsip seperti itu hingga saat ini masih berlaku dan dijadikan acuan para wartawan dan editor.

2) Kebaruan (*Newness*)

Semua hal yang baru, apapun namanya pasti memiliki nilai berita. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti merupakan berita. Berita adalah semua apa yang terbaru dan apa saja yang disebut hasil karya terbaru.

3) Akibat (*impact*)

Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu berita tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Dampak suatu berita bergantung pada beberapa hal, diantaranya: seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak, dan segera tidaknya efek berita tersebut dapat dirasakan khalayak media (Sumadiria, 2010, hal. 81-82).

4) Aktual (*Timeliness*)

Aktual adalah berita yang sedang hangat terjadi. Aktualitas yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru ditemukan. Aktualitas dibagi menjadi dua, yaitu aktual secara objektif dan aktual secara subjektif. Aktual secara objektif berkaitan dengan kejadian-kejadian yang benar-benar



baru terjadi. Sementara aktual secara subjektif berkaitan dengan posisi pembaca (Nurudin, 2009: 62).

5) Kedekatan (*Proximity*)

Kedekatan adalah kejadian yang dekat dari pembaca. Kedekatan ini bisa bersifat geografis dan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat peristiwa yang terjadi dengan domisili pembaca, maka semakin tertarik pembaca untuk menyimak dan mengikutinya. Sebagai upaya mendekatkan peristiwa dengan pembaca, maka sekarang banyak media pers yang memberi tempat lebih banyak kepada berbagai peristiwa di dalam atau sekitar kota. Sedangkan pendekatan psikologis lebih berdasarkan pada tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau kejiwaan pembaca dengan sebuah kejadian. Ada dua hal yang harus menjadi pertimbangan dalam menentukan berita bernilai kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Pertama, suatu peristiwa atau kejadian akan dianggap lebih penting sebagai berita bagi orang atau kelompok masyarakat yang berdekatan dengan tempat peristiwa terjadi. Kedua, suatu peristiwa akan tetap memiliki daya tarik dan dianggap penting oleh khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa, jika peristiwa itu berkaitan langsung dengan apa yang dipikirkan, dirasakan, diingat, atau dikenangnya (Nurudin, 2009: 63).

6) Informasi (*Information*)

Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm yang dikutip Sumadiri (2005: 87) menyebutkan, informasi adalah segala bahasa yang bisa menghilangkan ketidakpastian. Tidak semua informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Menurut pandangan jurnalistik, informasi yang tidak memiliki nilai berita tidak layak untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita atau memberi banyak manfaat kepada publik yang patut mendapat perhatian media.

7) Konflik (*Conflict*)

Konflik adalah sumber berita yang tidak pernah kering dan tidak pernah habis. Konflik dimana pun dan kapan pun selalu menarik untuk diperhatikan

dan dikaji. Dengan kata lain, konflik menjadi bagian dari ketertarikan manusia, karena konflik menyangkut perasaan manusia. Konflik juga bisa diartikan kompetisi, kriminalitas, perang, dan sebagainya. Di tengah kehidupan manusia selalu ada konflik yang memang sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Jadi, ada banyak berita yang bisa dibuat (Nurudin, 2009: 66).

8) Orang Penting (*Public Figure, News Maker*)

News is about people, berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, atau figur publik. Orang-orang penting, orang-orang terkemuka selalu menimbulkan berita baik dari ucapan, tingkah laku bahkan hanya dari namanya saja. Kehidupan para public figure dijadikan ladang sumber berita bagi pers dan media massa.

9) Kejutan (*Surprising*)

Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, tidak direncanakan, di luar dugaan, di luar perhitungan, dan tidak diketahui sebelumnya. Kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan. Bisa juga menyangkut binatang, perubahan yang terjadi pada lingkungan alam, dan bendabenda mati. Semua bisa menjadi informasi. Semua orang menyukai kejutan yang menyenangkan, sebaliknya menolak kejutan yang menyangkut hal-hal yang tidak menyenangkan (Sumadiria, 2005: 88-89).

10) Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*)

Human interest atau ketertarikan manusiawi adalah kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi pembaca. Kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa. Human interest jika diartikan secara harfiah berarti menarik minat orang. Berita yang mengandung human interest akan melibatkan perasaan manusia. Perasaan adalah sesuatu yang terdapat dalam diri seseorang, maka seseorang tersebut akan tertarik untuk membaca dan melihatnya. Terdapat bentuk-bentuk human interest, di antaranya adalah ketegangan, ketidaklaziman, minat pribadi, simpati dan kemajuan (Nurudin, 2009: 69).

11) Seks (*Sex*)

Seks adalah kata yang sangat menarik perhatian manusia. Pemberitaan seks memang menarik, tetapi juga penuh dengan resiko. Jika tidak berhati-hati bisa saja wartawan yang terkena akibatnya (Nurudin, 2009: 64-69).

#### **d. Kode Etik Jurnalistik**

Kode, menurut kamus ilmiah populer kode adalah tanda, sandi, tulisan rahasia, kitab undang-undang (Dermawan, dkk, 2011: 310). Istilah kode berasal dari kata code, yang diberi arti sistem aturan-aturan dan prinsip-prinsip yang telah disetujui dan diterima oleh masyarakat atau kelas tertentu atau kelompok tertentu. Pada masa lalu, dimana orang belum mengenal tulisan, belum ada hukum-hukum tertulis yang berfungsi sebagai undang-undang, segala aturan hidup bermasyarakat masih berdasarkan pada kehidupan sehari-hari (Mauida, 2014: 43). Sedangkan kode etik ialah peraturan kesusilaan dan kebijaksanaan yang menjadi patokan atau pedoman yang harus ditaati.

Etika berasal dari bahasa Yunani, ethos. Artinya karakter, sifat, atau kebiasaan. Etika diartikan sebagai suatu soal internal dari karakter kebijakan yang memotivasi orang untuk bertindak secara benar (Salam, 2002: 1). Etika biasanya berkaitan erat dengan moral yang merupakan istilah dari bahasa latin yaitu mos dan dalam bentuk jamaknya adalah mores, yang berarti juga kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik dan menghindari perbuatan yang buruk (Ruslan, 2007: 31). Secara intrinsik kata ethic berkaitan dengan masalah perilaku yang benar di tengah kehidupan bermasyarakat. Sedangkan secara etimologis, etik mengindikasikan suatu fokus menjadi orang-orang baik, berkarakter yang handal, dan berperilaku yang tepat.

#### **e. Urgensi Kode Etik Jurnalistik**

Kode etik sebagai landasan moral profesi semakin penting dijadikan acuan serta pedoman pers sekarang. Seperti halnya pada tahun 1950-an, dimana kebebasan pers sangat liberal, disaat itulah disadari bahwa pers perlu dibentengi dengan kode etik (Sumadiria: 2005: 251). Demikian juga dengan era reformasi sekarang. Hakikat kode etik jurnalistik di era reformasi sekarang perlu dijiwai

seutuhnya untuk kemudian dilaksanakan secara konsekuen dan konsisten. Seperti diketahui, Kode etik jurnalistik merupakan landasan moral profesi dan rambu-rambu serta kaidah penuntun sekaligus pemberi arah kepada wartawan apa yang harus dilakukandan apa yang tidak boleh dilakukan. Bagi masyarakat terbuka dan demokratis, jurnalistik harus diatur dengan kode etik. Mengingat jurnalistik memberi banyak manfaat dan menjalankan fungsi-fungsi penting dalam masyarakat demokratis.

#### **f. Isi Kode Etik Jurnalistik**

Dunia jurnalistik di Indonesia, juga memiliki kode etik seperti halnya profesi-profesi yang lainnya. Terdapat beberapa kode etik jurnalistik yang dirumuskan dan diberlakukan oleh organisasi-organisasi kewartawanan yaitu Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) serta Kode Etik Jurnalistik yang dibuat bersama yaitu Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI). Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) merupakan kode etik yang disepakati semua organisasi wartawan cetak dan elektronik. Kode etik ini awal mulanya disusun oleh 26 organisasi wartawan di Bandung pada tanggal 1 September 1999 kemudian disempurnakan kembali oleh 29 organisasi wartawan dan organisasi pers pada tanggal 14 Maret 2006 di Jakarta, dan Kode Etik Jurnalistik ini dimuat sebagai lampiran SK Dewan Pers No. 03/SK-DP/III 2006 tentang kode etik jurnalistik tertanggal 24 Maret 2006 (Yunus: 2012: 116).

Isi dari kode etik jurnalistik yang disepakati bersama berjumlah 11 pasal beserta tafsirannya. Berikut adalah isi dari kode etik jurnalistik dari situs resmi dewan pers sebagai pengawas organisasi pers yang berlaku secara umum <http://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>: KODE ETIK JURNALISTIK (KEJ) Kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya

kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama.

Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme.

#### **g. Penerapan Kode Etik**

Kode etik jurnalistik dibuat bukan hanya sekedar aturan tertulis, tetapi harus dilaksanakan oleh seluruh insan pers. Aplikasi kode etik jurnalistik merupakan hal penting karena dapat menjadi penentu arah industri jurnalistik yang dikembangkan oleh bangsa Indonesia. Seluruh pihak memiliki tanggung jawab moral untuk mengawal pelaksanaan kode etik jurnalistik bagi insan pers dan media massa.

Aplikasi menurut KBBI *online* dalam <http://kbbi.web.id/> aplikasi .html adalah karya hias dalam seni jahit-menjahit dengan menempelkan (menjahitkan) guntingan-guntingan kain yang dibentuk seperti bunga (buah, binatang, dan sebagainya) pada kain sebagai hiasan. Aplikasi juga diartikan sebagai penerapan dan penggunaan. Mengaplikasikan dapat diartikan sebagai menerapkan dan menggunakan di praktik. Menerapkan adalah cara dalam bertindak, khususnya bagaimana seseorang mengelola dirinya, menangani objek, memperlakukan subjek, mendeskripsikan sesuatu, dan memahaminya. Menurut Reckwitz yang dikutip oleh Georgi Ritzer (2014: 627) dalam buku *Teori Sosiologi Modern*, telah menggarisbawahi karakteristik dari teori penerapan atau praktik ini, yaitu paling tidak dalam bentuk ideal. Maksudnya adalah apabila sebagian tindakan dari suatu fokus gagasan telah dilakukan. Reckwitz menggambarkan seperti tubuh, dalam teori lain, tubuh dianggap dikontrol oleh pilihan rasional atau sistem normatif. Tetapi menurut teori penerapan atau praktik adalah setidaknya sebagian dari

performa tubuh yang difokuskan. Praktik muncul sebagai hasil dari tubuh yang dilatih secara tertentu (Ritzer, 2014:107).

Penerapan kode etik jurnalistik yang konsisten dan penuh komitmen akan menghasilkan persepsi masyarakat tentang praktik dan perilaku jurnalistik yang objektif dan profesional. Indikator tersebut akan terlihat dari penyajian berita yang memiliki kualitas tinggi dan berbobot, adanya independensi yang terpelihara, dan menciptakan tatanan masyarakat yang sadar informasi yang bebas dan bertanggung jawab. Jika demikian, maka upaya untuk mewujudkan peran dan fungsi jurnalistik dapat dikatakan telah tercapai (Yunus, 2012:111). Disamping menyajikan informasi kepada khalayak, wartawan juga harus menjunjung tinggi objektivitas dan profesionalisme. Caranya, harus berpegang pada sistem nilai dan norma yang disepakati dalam kode etik jurnalistik. Aktivitas jurnalistik harus mengedepankan prinsip-prinsip moral profesi sebagai acuan untuk membedakan hal yang tidak etis dan hal yang etis atau cara yang salah dan cara yang benar.

Di Indonesia, pers memiliki undang-undang dan Kode Etik Jurnalistik. Kehadiran kedua peraturan ini merupakan benteng kemerdekaan pers di Indonesia dan dapat menunjukkan bahwa pemahaman terhadap dasar-dasarnya bukan hanya saja perlu tetapi juga penting dalam praktik kegiatan jurnalistik. Sebagai pengawas independen yang terlepas dari pemerintah, Dewan Pers memiliki salah satu fungsi utama yang dituangkan dalam Pasal 15 ayat (2) c yakni menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik, selain juga mengawasi pemberitaan yang berkembang di masyarakat. Kehidupan di masyarakat pun menjadi sorotan penuh bagi pemburu berita, termasuk gencarnya kasus-kasus yang memiliki kaitan dengan psikologis, yaitu bunuh diri.

Media massa di Indonesia harus selalu mengacu kepada Kode Etik Jurnalistik pasal 4 dalam memberitakan topik yang berkaitan dengan bunuh diri. Pasal ini berisi tentang wartawan Indonesia yang tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul, namun dalam prakteknya, media massa siber masih mendapat banyak teguran dari Dewan Pers terkait peliputan kasus bunuh diri. Peran seorang jurnalis tidak hanya memulihkan kemerdekaan pers, namun juga menuntut melaksanakan profesionalisme jurnalistik, baik menyangkut aspek jurnalistik maupun aspek

pengelolaan pers di masyarakat. Hal ini agar tercipta pencapaian pers yang sehat setelah sebelumnya pers Indonesia berada di bawah naungan pemerintah dan akhirnya disahkan menjadi badan independen. Dewan Pers sebagai badan independen seharusnya dapat memperbaharui kehidupan pers Indonesia sebaik mungkin sesuai dengan UU Pers No. 40 Tahun 1999 yang memuat ketentuan mengenai perusahaan pers untuk menjamin mutu dan performa pers Indonesia.

### **2.2.3 Agenda Setting**

Menurut Wilcox dkk. (2003), Agenda Setting adalah media menentukan dan mengarahkan apa yang dipikirkan oleh publik sesuai dengan keinginan perusahaan atau organisasi. Dengan menentukan berita yang menjadi halaman utama dan headline program berita, media tersebut dapat mengarahkan topik utama yang menjadi bahan perbincangan masyarakat yang melihatnya.

#### **2.2.3.1 Teori Konstruksi Realita**

Teori konstruksi realitas sosial merupakan teori mengenai bagaimana sebuah realitas dipandang sebagai sebuah hasil konstruksi. Analisis framing termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini memiliki pandangan terhadap media dan teks berita yang dihasilkan. Peter L. Berger seorang sosiolog interpretative memperkenalkan konsep mengenai konstruksionisme.

Konstruksi sosial (social construction) berasal dari teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009:111).

#### **2.2.3.2 Framing**

Analisis framing pada dasarnya adalah sebuah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita dilakukan dengan “cara melihat” realitas yang dijadikan berita. Analisis framing digambarkan sebagai analisis untuk dapat mengetahui bagaimana realitas peristiwa, aktor, kelompok

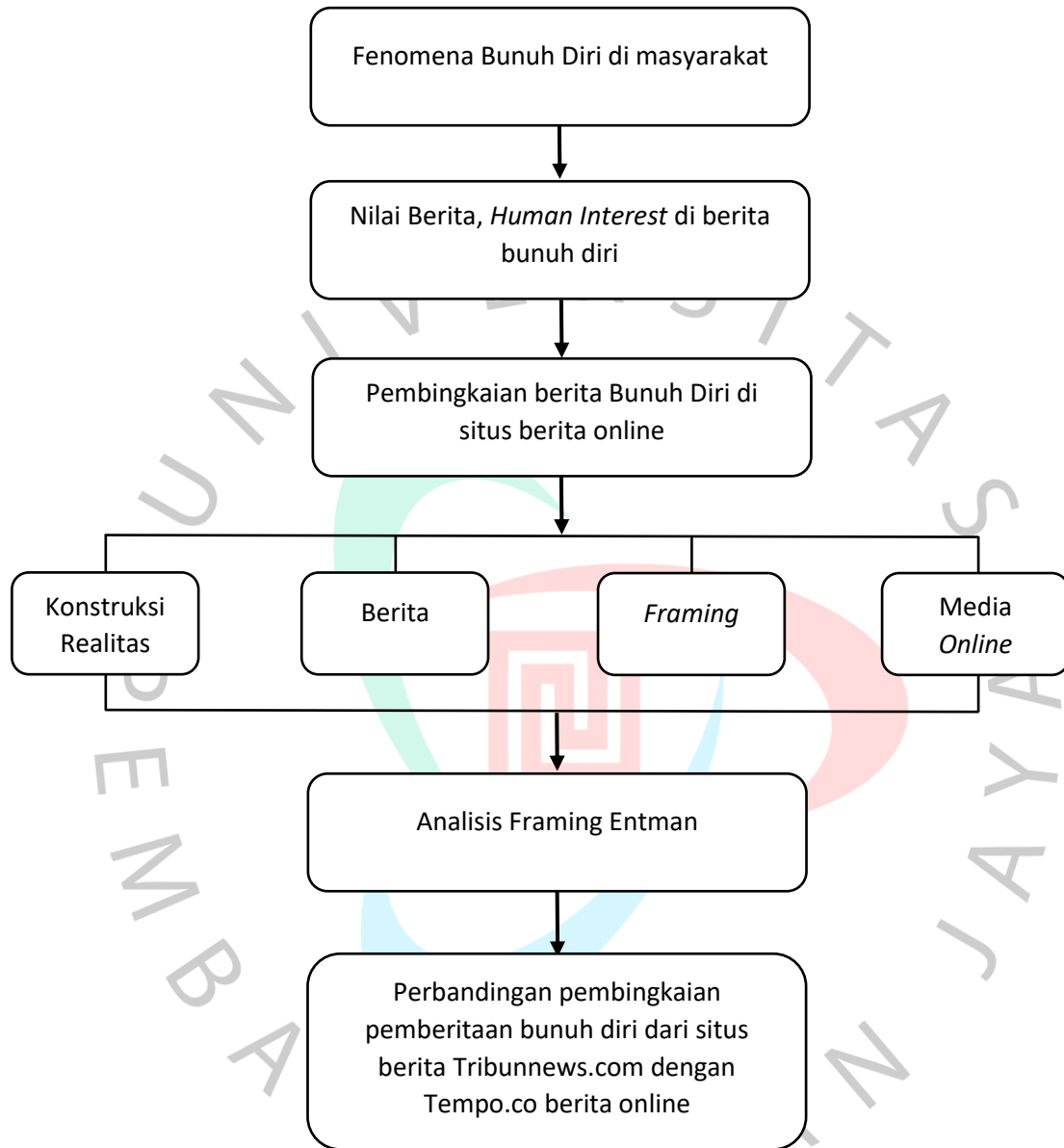
dibingkai oleh sebuah media. Pembingkai ini tentu saja melalui konstruksi. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan tujuan tertentu. Semua elemen tidak hanya bagian dari teknik jurnalistik akan tetapi menandai bagaimana sebuah peristiwa dimaknai dan di tampilkan (Eriyanto, 2002: 8). Terdapat dua esensi utama dari framing, pertama yaitu, bagaimana peristiwa dimaknai. Maksudnya adalah bagian mana yang diliput dan bagian mana yang tidak diliput. Kedua yaitu, bagaimana fakta ditulis, hal ini berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat atau gambar untuk mendukung sebuah gagasan. Analisis framing ini mempunyai karakteristik yang berbeda dari analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif berfokus pada isi (content) dari suatu pesan atau teks komunikasi. Sedangkan dalam analisis framing, yang menjadi fokusnya yaitu pembentukan pesan dari teks. Framing melihat bagaimana peristiwa dikonstruksi oleh media dan bagaimana jurnalis mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak (Eriyanto, 2002: 11).

### **2.2.3.3 Framing Robert N. Entman**

Menurut Robert N. Entman framing memberi tekanan lebih pada suatu teks dengan menampilkan bagian yang menonjol atau dianggap penting oleh pembuat teks. Menurut Robert N. Entman, framing adalah menyajikan sudut pandang atau segi-segi tertentu dari sebuah realitas yang mampu dipahami dan membuatnya lebih menonjol dengan cara menentukan secara spesifik masalah yang sebetulnya terjadi (problem definition), penyebabnya (causal interpretation), penilaian moral yang muncul (moral evaluation), atau solusi bagi persoalan tersebut (Entman, 1993: 51). Maka realitas yang disajikan dan diterima oleh kita dalam suatu berita bukanlah realitas yang utuh dari sebuah peristiwa, itu merupakan sebuah potongan realitas dengan sudut pandang tertentu.



### 2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

