

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 penelitian saya |
|----|---|---|--|--|---|--|
| 1 | Konstruksi Realitas Sosial Di Media Massa (Analisis Framing Pemberitaan Konflik Antara Organisasi Papua Merdeka (OPM) Dengan Aparat Keamanan Republik Indonesia (RI) di Kompas.com Edisi Oktober – November 2017) | Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta | Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis <i>framing</i> model Robert Entman | Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan bahwa kedelapan berita terkait kasus konflik di Papua antara Organisasi Papua Merdeka (OPM) dengan aparat keamanan RI dibingkai oleh Kompas.com dengan mendefini | Sebagai media nasional, Kompas.com dalam memberitakan kasus konflik yang terjadi di Papua antara Organisasi Papua Merdeka dengan aparat keamanan RI, hendaknya Kompas.com lebih mengutamakan prinsip keberimbangan. Bukan hanya aparat keamanan saja yang diberikan ruang untuk | Perbedaan dengan penelitian saya terdapat pada metode penelitian, saya menggunakan metode penelitian framing dengan model Zongdan dan Pan Kosicki sedang pada penelitian ini menggunakan Robert Entman |

| | | | | | | |
|---|--|-------------------------------------|---|---|--|---|
| | | | <p>sikan masalah tersebut sebagai gangguan terhadap stabilitas keamanan yang dilakukan oleh OPM dengan menembak pos brimob dan menahan 1.300 warga di Papua</p> | <p>memberikan informasi terkait perkembangan kasus konflik yang terjadi di Papua.</p> | | |
| 2 | <p>Analisis Framing Media Kompas Dan New York Times Terhadap Pemberitaan konflik Kelompok Kriminal Bersenjata Di Papua</p> | <p>Universitas Islam Kalimantan</p> | <p>Penelitian ini menggunakan metode analisis framing yang memfokuskan diri ada konstruksi realitas dalam Konflik kelompok Kriminal Bersenjata di Papua. Wacana untuk menunjukkan bahwa isi media massa dipengaruhi</p> | <p>Dari liputan peristiwa-peristiwa Konflik Kelompok Kriminal Bersenjata di Papua adalah realitas atau peristiwa yang dimaknai secara berbeda oleh Kompas dan New York Times, kedua media dipengaruhi oleh karakteristik-</p> | <p>Dari segi nara sumber atau objek yang dijadikan berita juga berbeda, New York Times lebih cenderung mengambil dari nara sumber yang berada dalam pihak yang pro dalam pembebasan Papua Barat sementara Kompas, cenderung menggunakan narasumber yang berasal dari</p> | <p>Perbedaan dengan penelitian saya terdapat pada metode penelitian, saya menggunakan metode penelitian framing dengan model Zongdan Pan Kosicki sedang pada penelitian ini menggunakan model</p> |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|---|
| | | | hi oleh pelbagai komponen yang terdapat dalam institusi media itu sendiri. Analisis tekstual ini menggunakan framing model Gamson dan Modigliani. | karakteristik masing-masing, begitu pula dalam melakukan pengemasan dan pembingkai-an berita terhadap realitas Konflik Kriminal Bersenjata di Papua. | Pemerintah Indonesia. | Gamson dan Modigliani |
| 3 | Analisis Framing Pemberitaan (Kasus Demonstrasi Mahasiswa Papua dalam Rencana Aksi Damai Mendukung PEPERA dalam Harian Tribunnews.com dan Harianjogja.com periode 14 – 27 Juli 2016) | Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia | Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Analisis framing dilakukan menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman. | Setelah melakukan analisis pada <i>Sembilan</i> pemberitaan Tribunnews.com dan Harianjogja.com periode 14-27 Juli 2016, terhadap isu Kasus Demonstrasi Mahasiswa Papua dalam Rencana Aksi Damai Mahasiswa Papua | Untuk mengembangkan penelitian ini, dapat dikembangkan isu mengenai demonstrasi mahasiswa dalam menyampaikan sebuah aspirasi atau tuntutan yang seharusnya didapatkan untuk masyarakat luas dan berpengaruh bagi khalayak. Selanjutnya dari segi | Penelitian ini menggunakan model framing Robert Entman sedangkan penelitian saya menggunakan Zongdan dan Pan Kosicki serta hanya menganalisis sembilan berita sedangkan |

| | | |
|--|--|---|
| <p>dan Aktivis Pro- Demokrasi Mendukung Persatuan Pergerakan Pembebasan untuk Papua Barat maka dapat diambil kesimpulan sebagai penutup dalam penelitian kali ini.</p> <p>Pegawai ke Papua” di Balai Wyata Guna pada Selasa, (13/07/2021): berbeda. Ditinjau dari empat elemen analisis Pandan Kosicki: Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris, frame Suara.com menunjukkan bahwa pernyataan Risma tentang “Memindah</p> | <p>media yang dipilih dapat mengkombinasikan dengan media yang berskala lokal lalu dipasangkan dengan media yang khusus membahas religi, suku, atau ras. Sehingga memungkinkan peneliti mendapatkan hasil perbedaan yang lebih variatif dengan menggunakan analisis framing.</p> | <p>penelitian saya mengana- lisis 20 berita</p> |
|--|--|---|

kan
Pegawai ke
Papua”
merupakan
pernyataan
kontroversi
al, sensitif,
sebuah
reprentasi
pikiran
yang buruk
terhadap
Papua.

(Sumber:Olahan Peneliti.2022)

Dalam Penelitian terdahulu, peneliti menentukan langkah sistematis dari teori dan konsep yang akan digunakan. Pada penelitian terdahulu terdapat kesamaan yaitu menggunakan metode analisis *framing*. Berikut merupakan perbedaan dan perbandingan dalam penelitian yang dilakukan peneliti yaitu:

Pada penelitian pertama yang berjudul “ Konstukrsi Realitas Sosial Di Media Massa (Analisis Framing Pemberitaan Konflik Antara Organisasi Papua Merdeka (OPM) Dengan Aparat Keamanan Republik Indonesia (RI) di Kompas.com Edisi Oktober – November 2017) “ Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah Kompas yang membahas mengenai konflik antara organisasi Papua merdeka dengan menggunakan analisis *framing* Robert Entman.

Pada penelitian kedua yang berjudul “Analisis Framing Media Kompas Dan New York Times Terhadap Pemberitaankonflik Kelompok Kriminal Bersenjata Di Papua” Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah Kompas dan New York Times yang membahas mengenai pemberitaan konflik kelompok kriminal bersenjata di Papua dengan menggunakan analisis *framing* Robert Entman.

Pada penelitian ketiga yang berjudul “ Analisis Framing Pemberitaan (Kasus Demontrasi Mahasiswa Papua dalam Rencana Aksi Damai Mendukung PEPERA dalam Harian Tribunnews.com dan Harianjogja.com periode 14 – 27 Juli 2016)” Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah Tribunnews dan Harianjogja yang membahas mengenai kasus demonstrasi mahasiswa Papua dalam rencana aksi damai mendukung PEPERA dengan menggunakan analisis *framing* Robert Entman.

Perbedaan dalam penelitian yang akan diteliti oleh peneliti terkait dengan bagaimana Pembingkaihan Penyerangan Tenaga Kesehatan Pada Konflik Papua portal berita lokal Kabarpapua.co dan portal media berita nasional Kompas.com pada periode September 2021. Peneliti menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk melihat bagaimana pembingkaihan oleh kedua media tersebut.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Konflik Kemanusiaan

Konflik merupakan suatu peristiwa yang saat ini menjadi perhatian dunia atas segala dampak dan akibat yang ditimbulkannya. Munculnya konflik pada awal abad ini diawali runtuhnya Menara Kembar WTC September 2001 yang menjadi pemantik bagi AS memporak-porandakan Irak. Wilayah yang ribuan tahun lalu adalah peradaban adiluhung Babilonia.

Konflik hingga perang besar selalu mewarnai perjalanan sejarah manusia. Sepanjang itu pula manusia mencoba menjawab hakikat konflik, sehingga teori-teori konflik bermunculan. Beberapa tipe konflik yang ada di dunia mencakup perang sipil, kekerasan kriminal, konflik antar negara, ketidakstabilan politik, sektarian, sengketa wilayah, teroris, dan konflik non-konvensional.

Munculnya konflik kemanusiaan di dunia ini tidak lain dipicu karena sifat-sifat arogansi dan egoisme oleh manusia terhadap manusia lainnya, kelompok tertentu terhadap kelompok lainnya, bahkan suatu negara terhadap negara lainnya. Berbicara masalah konflik kita akan masuk ke dalam dimensi ruang yang dihiasi dengan peperangan, penghancuran dan atas dasar tujuan untuk mencapai kemenangan atau kejayaan oleh pihak tertentu.

Konflik yang terjadi di dunia ini tidak akan pernah ada ujungnya, karena setiap pemikiran manusia, pemimpin suatu kelompok, pemimpin suatu negara selalu dipenuhi dengan ambisi yang tinggi, menunjukkan kekuatan negaranya, bahkan ingin menunjukkan bahwa kelompok yang kuat akan mampu mengalahkan kelompok yang lemah.

Konflik yang terjadi di dunia ini tidak akan pernah ada ujungnya, karena setiap pemikiran manusia, pemimpin suatu kelompok, pemimpin suatu negara selalu dipenuhi dengan ambisi yang tinggi, menunjukkan kekuatan negaranya, bahkan ingin menunjukkan bahwa kelompok yang kuat akan mampu mengalahkan kelompok yang lemah (Lokantara, 2017).

2.2.2 Konstruksi Realitas Sosial

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.

Konstruksi realitas sosial itu sendiri diartikan sebagai proses sosial yang terjadi melalui tindakan dan interaksi di mana individu atau kelompok individu secara permanen menciptakan realitas bersama dan dialami secara subjektif. Istilah konstruksi sosial yang diperkenalkan oleh Berger dan Luckman ke dalam berbagai ilmu sosial sangat dipengaruhi oleh Alfred Schutz, yang sebelumnya telah merumuskan landasan teori baru bagi sosiologi pengetahuan. Schutz menggabungkan fenomenologi dan sosiologi Weberian untuk menempatkan sosiologi pengetahuan di tempat baru dan mendefinisikan kembali konsep dasar dan perspektif yang mendukungnya. Konstruksi sosial atau konstruksionisme sosial memiliki beberapa prinsip dasar yaitu :

1. realitas dibentuk secara sosial
2. realitas diungkapkan melalui Bahasa
3. pengetahuan diperoleh melalui proses-proses sosial, dan
4. menekankan pada refleksi manusia.

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 tulp. 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.

2.2.3 Framing

Penelitian yang berfokus pada pengaruh dan efek media massa dalam konteks komunikasi massa memiliki sejarah yang sangat panjang. Berbagai teori komunikasi massa khususnya teori efek media massa pun muncul untuk menjelaskan beragamnya fenomena yang terjadi. Beberapa diantaranya adalah teori uses and gratifications yang menitikberatkan pada apa yang khalayak massa lakukan terhadap media massa; teori spiral keheningan yang mendeskripsikan kaitan antara efek media dengan terbentuknya pendapat umum dan perilaku demokratis; dan teori agenda setting yang berfokus pada pengaruh media massa terhadap persepsi terdapat konsep yang disebut dengan *Framing*. *Framing* merupakan salah satu teori efek media massa yang menitikberatkan pada bagaimana isi media disajikan, jadi tidak hanya berpusat pada efek yang terjadi pada khalayak (Amb17).

Menurut Eriyanto (2011, hal. 3) analisa *framing* dapat diartikan secara sederhana sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana suatu realitas yang ada seperti peristiwa, aktor, kelompok, dan lainnya yang dibingkai oleh suatu media. Di mana sebuah pembingkaiian tersebut melalui sebuah proses kontruksi, realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna-makna tertentu. Sehingga hasilnya, pemberitaan pada media pada sisi tertentu, menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan oleh media. Dalam hal ini, bagaimana sebuah media memahami dan memaknai sebuah realitas dan dengan tanda apa yang muncul dari suatu realitas itu merupakan sebuah pusat perhatian dari sebuah analisis *framing*. Menurut Eriyanto (2011) terdapat beberapa jenis definisi terkait *framing*. Definisi tersebut disampaikan oleh beberapa ahli, yaitu :

1. Robert Entman

Framing merupakan sebuah proses seleksi yang dilihat dari berbagai aspek sebuah realitas yang memiliki peristiwa lebih menonjol dibandingkan dengan aspek lainnya dan juga informasi-informasi yang terdapat dalam sebuah konteks yang khas sehingga mendapatkan alokasi lebih besar dari sisi lainnya

2. Todd Gitlin

Framing merupakan sebuah strategi bagaimana sebuah realitas atau dunia dibentuk serta disederhanakan sedemikian rupa untuk ditayangkan kepada khalayak luas. Peristiwa-peristiwa yang ditayangkan dalam pemberitaan tersebut agar terlihat menonjol dan juga dapat menarik perhatian khalayak luas yang membacanya. Hal ini dilakukan dengan proses seleksi, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari sebuah realitas.

3. David Snow & Robert Benford

Framing merupakan sebuah pemberian makna untuk ditafsirkan peristiwa dari kondisi yang relevan atau saling berkaitan. *Framing* mengorganisasikan sebuah sistem kepercayaan dan mewujudkannya dalam sebuah bentuk kata-kata kunci tertentu, seperti citra tertentu, sumber informasi dalam kalimat tertentu, maupun anak kalimat.

4. Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki

Framing merupakan sebuah konstruksi dan pemrosesan berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam pengkodean informasi, sssjuga konbvensi pembentukan media.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *framing* dengan metode analisis Zongdang Pan dan Gerald M. Kosiki untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian berita pada konflik papua atas penyerangan pada tenaga kesehatan.

2.2.2 Metode Analisis Framing Zhongdang Pan dan Kosicki

Terdapat dua konsep menurut Zhondang Pan & Gerald M. Kosicki dalam *framing*, yaitu konsep sosiologis dan konsep psikologis. Dalam konsep sosiologis, *framing* melihat terhadap bagaimana suatu realitas dikonstruksi. *Framing* di sini

dipahami sebagai suatu proses terkait seseorang mengorganisasikan, menafsirkan pengalaman sosialnya, dan mengklasifikasikannya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. Hal ini bertujuan untuk membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi dan dimengerti serta dipahami karena sudah berikan label tertentu (Eriyanto, 2011).

Sedangkan secara psikologis, *framing* lebih menekankan terhadap bagaimana seseorang dapat memproses informasi dari dalam dirinya. Hal ini berkaitan dengan struktur dan juga proses kognitif mengenai bagaimana setiap individu mengolah sejumlah informasi serta dapat menunjukkannya dalam skema tertentu. *Framing* di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik dan menempatkan elemen-elemen tertentu dari sebuah isu dengan meletakkan yang lebih dalam kognisi individu.

Terkait dengan elemen-elemen yang diseleksi dari sebuah peristiwa menjadi lebih penting dalam hal mempengaruhi pertimbangan untuk membuat sebuah keputusan mengenai realitas. Dari kedua konsep tersebut terdapat kelainan, yaitu di yang pertama *framing* diketahui menjadi sebuah perangkat yang melekat pada suatu wacana politik ataupun sosial, sedangkan yang kedua yaitu *framing* dipahami diketahui sebagai struktur internal alam pikiran suatu individu (Eriyanto, 2011, hal. 291).

2.3 Media Online

Media Online merupakan sarana untuk berkomunikasi secara daring atau online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet saja dan berisikan teks, foto, video dan suara, pengertian media online secara umum mencakupi semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, situs lembaga/instansi, blog, forum komunitas, media sosial situs jualan online (Maysari, 2021). Media online disebut juga cybermedia (media siber), internet media (media internet), dan new media (media baru)-dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (printed media)- koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (electronic media)-radio, televisi, dan film/video (Yovanda, 2018). Peneliti menggunakan metode

analisis Framing Zhongdang Pan dan Kosicki dikarenakan perangkat yang ada pada *framing* Zhongdang Pan dan Koisicki sesuai dengan metode analisis yang peneliti lakukan.

2.2.4 Berita

Menurut para ahli, berita memiliki beberapa arti. Pengertian berita adalah informasi baru, atau informasi tentang sesuatu yang sedang terjadi, yang disampaikan kepada orang ketiga atau kepada banyak orang melalui pers tertulis, radio, internet atau dari mulut ke mulut. Berita merupakan informasi yang penting, menarik perhatian dan menggugah minat khalayak (menurut Paul de Massenner). Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, tren, situasi, keadaan interpretasi yang penting, menarik, baru dan harus disampaikan kepada publik sesegera mungkin (menurut Charnley dan James M. Neal).

Berita adalah pemberitaan besar-besaran tentang fakta atau gagasan yang dapat menarik perhatian pembaca karena sesuatu yang luar biasa, penting, menyangkut kepentingan manusia seperti humor, emosi, dan ketegangan (menurut Assegaf, dalam Sumadiria 2005: 6465). Sedangkan Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III (HoltReinhart & Winston, New York, 1975 halaman 44) menyebutkan berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau keduanya bagi masyarakat luas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton.

2.2.4.1 Nilai Berita

Berita merupakan suatu laporan yang berisi informasi mengenai sesuatu yang baru, atau sedang terjadi. Berita bisa disampaikan dalam bentuk cetak, siaran, internet atau dari mulut ke mulut. Berita sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat luas. Namun tidak semua informasi mengenai sesuatu yang terjadi di dunia ini layak diangkat menjadi sebuah berita. Ada nilai – nilai tertentu yang harus

dipenuhi agar sebuah berita dianggap penting untuk disiarkan melalui media massa.

1. **Magnitude**

Luasnya pengaruh suatu berita bagi masyarakat (Magnitude) menentukan apakah berita bernilai atau tidak. Contohnya berita tentang gempa bumi di Aceh akan lebih bernilai daripada berita kecelakaan motor di jalan raya. Sebab gempa bumi di Aceh memiliki pengaruh yang lebih luas bagi masyarakat dibandingkan sebuah kecelakaan pengendara motor biasa.

2. **Kedekatan**

Kedekatan suatu berita dengan pembacanya (*Proximity*) akan mempengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap suatu berita. Ada dua macam kedekatan, yaitu kedekatan secara geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis contohnya berita tentang kebakaran di pasar Minggu Jakarta, tentu akan lebih menarik bagi orang-orang yang tinggal di Jakarta daripada bagi penduduk pulau Sumatra. Pendekatan Psikologis contohnya, berita tentang pengeboman gereja yang akan lebih menarik perhatian penganut agama Kristen.

3. **Aktual**

Keaktualan sebuah berita sangat penting. Berita akan jauh lebih menarik perhatian masyarakat ketika berita tersebut masih hangat dibicarakan, belum lama/ sedang terjadi. Semakin aktual sebuah berita, semakin tinggi pula nilai berita tersebut. Terdapat tiga kategori aktual, yaitu aktual kalender, aktual waktu dan aktual masalah. Aktual kalender contohnya berita tentang peringatan hari Kartini, atau peringatan Kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus. Aktual waktu contohnya berita quick count hasil pemilihan presiden. Berita tersebut tidak akan menarik lagi ketika presiden telah terpilih. Peristiwa yang terjadi bulan lalu tentu juga akan kalah menarik dibanding peristiwa yang tengah terjadi hari ini. Aktual masalah contohnya berita tentang pembunuhan, selama pelaku belum terungkap dan kasusnya belum tuntas, berita yang berkaitan dengan hal ini masih bernilai tinggi sebab masih hangat dibicarakan.

4. **Dampak**

Seberapa besar dampak (*impact*) suatu kejadian; seberapa banyak orang yang terkena dampak, seberapa luas, seberapa lama pula dampak tersebut dirasakan. Semakin besar dampak dari suatu peristiwa, maka akan semakin tinggi pula nilai beritanya. Contohnya berita mengenai bom Bali, menarik banyak perhatian seluruh dunia dalam jangka waktu cukup lama di waktu lalu. Sebab dampaknya sangat besar, menimbulkan kekhawatiran akan keamanan dari serangan teroris, terutama di Indonesia. Hingga untuk beberapa waktu jumlah wisatawan mancanegara yang berlibur ke Bali turun drastis.

5. **Keluarbiasaan**

Sesuatu yang unik, aneh dan tidak biasa (*unusualness*) tentu akan lebih menarik banyak perhatian dibanding hal yang umum terjadi. Keluarbiasaan suatu kejadian dapat dilihat dari aspek lokasi, waktu terjadinya, dan dampak yang ditimbulkannya. Contoh aspek lokasi, pohon sakura yang berbunga di Indonesia akan lebih menarik dari pada pohon sakura di Jepang. Dari segi waktu terjadi, contohnya pohon mangga yang berbuah sepanjang tahun akan lebih menarik daripada pohon mangga yang hanya berbuah pada musimnya saja. Contoh lain misalnya berita mengenai fenomena Gerhana Matahari Total, penemuan kota tua, atau ular berkepala Sembilan.

6. **Ketokohan**

Berita mengenai public figure seperti artis, kepala negara/ daerah, ilmuwan, atau seseorang yang dianggap sebagai pahlawan merupakan berita yang bernilai. Semakin terkenal seseorang, maka beritanya akan semakin bernilai. Contohnya berita tentang kunjungan Raja Arab Saudi bersama pangeran-pangerannya ke Indonesia yang cukup membuat heboh. Hal tersebut tidak akan terjadi jika yang datang hanya warga biasa dari Arab Saudi. Berita mengenai tindakan seseorang yang dianggap sebagai pahlawan juga memiliki nilai tinggi, misalnya berita penyelamatan seorang anak yang terjebak dalam kebakaran oleh seorang pemadam kebakaran.

7. **Kemanusiaan**

Berita mengenai kemanusiaan selalu menimbulkan ketertarikan masyarakat (human interest). Berita dengan nilai kemanusiaan mampu menyentuh perasaan pembacanya. Nilai kemanusiaan biasanya terletak pada perbedaan dari seorang individu atau kelompok individu dibandingkan masyarakat umum. Contoh berita dengan nilai kemanusiaan adalah berita mengenai perjuangan seorang anak warga Palestina di jalur Gaza dalam mempertahankan hidupnya ditengah infansi militer dari Israel.

8. **Konflik**

Konflik selalu terjadi dalam kehidupan manusia. Konflik merupakan sumber berita yang tak pernah ada habisnya. Contohnya konflik antara artis Mulan Jamela dan Maia mantan istri Ahmad Dhani, berita tentang Mulan Jamela selalu menarik perhatian para hatersnya. Atau berita mengenai konflik antara Indonesia dan China di perairan Natuna, akan terus menarik selama putusan pengadilan Internasional belum disetujui kedua belah pihak.

9. **Kejutan**

Peristiwa yang mengejutkan, yang tidak disangka – sangka akan terjadi (suprising) merupakan sebuah berita yang bernilai. Contohnya mengenai kemenangan Timnas Bridge Indonesia Indonesia di CCBA Open Team di Tiongkok pada 16-19 April 2016 lalu. Atau kemenangan pelajar Indonesia dalam Olimpiade Matematika Internasional.

10. **Sex**

Sex adalah berita dalam dunia jurnalistik (sex is news). Segala sesuatu yang berhubungan dengan sex mampu menarik perhatian orang banyak. Contohnya berita perselingkuhan pejabat dengan seorang artis, atau berita tentang terjadinya pelecehan seksual pada murid di sebuah Sekolah Dasar, atau tindakan asusila lainnya

11. **Informasi**

Informasi dalam berita sangat penting, berita harus memberikan informasi yang jelas dan dapat dipercaya bagi pembacanya. Informasi dapat menghilangkan ketidakpastian yang terjadi di masyarakat. Contohnya informasi mengenai naiknya tarif listrik bagi pelanggan listrik 900 Va

karena subsidiya dicabut pemerintah dalam tiga tahap mulai tahun 2017. Atau informasi mengenai besaran suatu gempa, dan dampak yang ditimbulkannya.

2.2.5 Jurnalisme Online

Jurnalisme Online adalah seorang jurnalis pada media online seperti website, blog, forum dan sosial media. Seorang jurnalis online juga harus tetap mengikuti dan mentaati kode etik jurnalistik dan melakukan tugas-tugas jurnalis pada umumnya, yang membedakan hanya media yang digunakan dalam menyajikan berita. Menurut Adinegoro Dalam buku “Hukum Komunikasi Jurnalistik“ yang diterbitkan pada tahun 1984, Adinegoro mendefinisikan Jurnalistik sebagai sebuah kepandaian dalam hal mengarang menyusun kata yang tujuan pokoknya adalah untuk memberikan kabar/ informasi pada masyarakat umum secepat mungkin dan tersiar seluas mungkin. Menurut Adinegoro, Jurnalistik mempelajari seluk beluk penyiaran berita, dalam berbagai media pers, termasuk juga dalam teater, film, atau rapat (Ivony, 33 Pengertian Jurnalistik Menurut Para Ahli, 2017).

Jurnalisme Online merupakan jurnalis generasi ketiga. Jurnalistik generasi pertama adalah jurnalistik cetak, yang menyajikan berita melalui media cetak seperti surat kabar atau majalah. Jurnalisme generasi kedua adalah jurnalisti elektronik, yang menyajikan berita dalam media elektronik seperti radio atau televisi.

Jurnalisme Online sering disebut juga sebagai Jurnalis Internet *Internet Journalism*, Jurnalis Website *Web Journalism*, Jurnalis Digital *Digital Journalism*, Jurnalis Siber *Cyber Journalism*, atau juga Jurnalis Judul *Heading Journalism*. Setiap jurnalis dewasa ini dituntut untuk bisa menjadi jurnalis online, karena hampir semua media cetak dan media elektronik kini telah memiliki versi media online agar bisa diakses oleh pembaca dari seluruh dunia (Ivony, Jurnalistik Online Pengertian, Prinsip, dan Karakteristik, 2017).

2.2.5.1 Prinsip Jurnalistik Online

Menurut Paul Bradshaw ada lima prinsip dasar Jurnalisme Online. Yang disingkat dengan *BASIC*, yaitu *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Intercreativity*, *Community*.

1. *Brevity* (Ringkas)

Tulisan yang diringkas tidak Panjang dan bertele-tele. Sebaiknya tulisan panjang, diringkas menjadi beberapa tulisan pendek agar dapat dibaca dan dipahami dengan cepat (Ivony, 2017).

2. *Adaptability* (Mampu Beradaptasi)

Wartawan harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi di bidang komunikasi saat menyajikan berita/informasi. Oleh karena itu, jurnalis tidak hanya perlu menulis berita, tetapi juga harus mampu menyajikan berita dengan berbagai cara. Tidak hanya dalam bentuk tulisan, tetapi juga disertai dengan gambar, atau dapat ditampilkan dalam format video atau suara. Jurnalis harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pembacanya (Ivony, 2017)..

3. *Scannability* (Dapat Dipindai)

Website/halaman web jurnalistik harus bisa di-crawl, untuk memudahkan pembaca. Karena sebagian besar pengguna situs melakukan pencarian spesifik, merayapi halaman web. Pembaca akan mencari judul, sub judul, tautan, dll. untuk membantu menavigasi teks sehingga mereka tidak perlu menatap monitor dalam waktu lama. Oleh karena itu, penentuan judul cerita sangat penting untuk menarik minat pembaca, terutama dua kata pertama dari judul tersebut (Ivony, 2017).

4. *Interactivity* (Interaktivitas)

Pembaca dapat menjadi pengguna dalam arti pembaca bebas memberikan komentar atau komunikasi lainnya kepada wartawan melalui halaman-halaman website. Dengan cara ini, pembaca akan merasa disertakan dan dihargai, dan akan lebih nyaman membaca situs web tersebut (Ivony, 2017).

5. *Community and Conversation* (Komunitas dan Percakapan)

Pembaca media online tidak hanya pasif ketika membaca berita, seperti membaca berita di koran atau di televisi. Karena media online memungkinkan

pengguna melakukan percakapan singkat untuk bereaksi terhadap konten berita, misalnya melalui kolom komentar. Sebagai imbalannya, jurnalis juga harus bereaksi terhadap interaksi antara pembaca ini untuk menciptakan komunitas dan percakapan (Ivony, 2017).

2.2.6 Agenda Setting

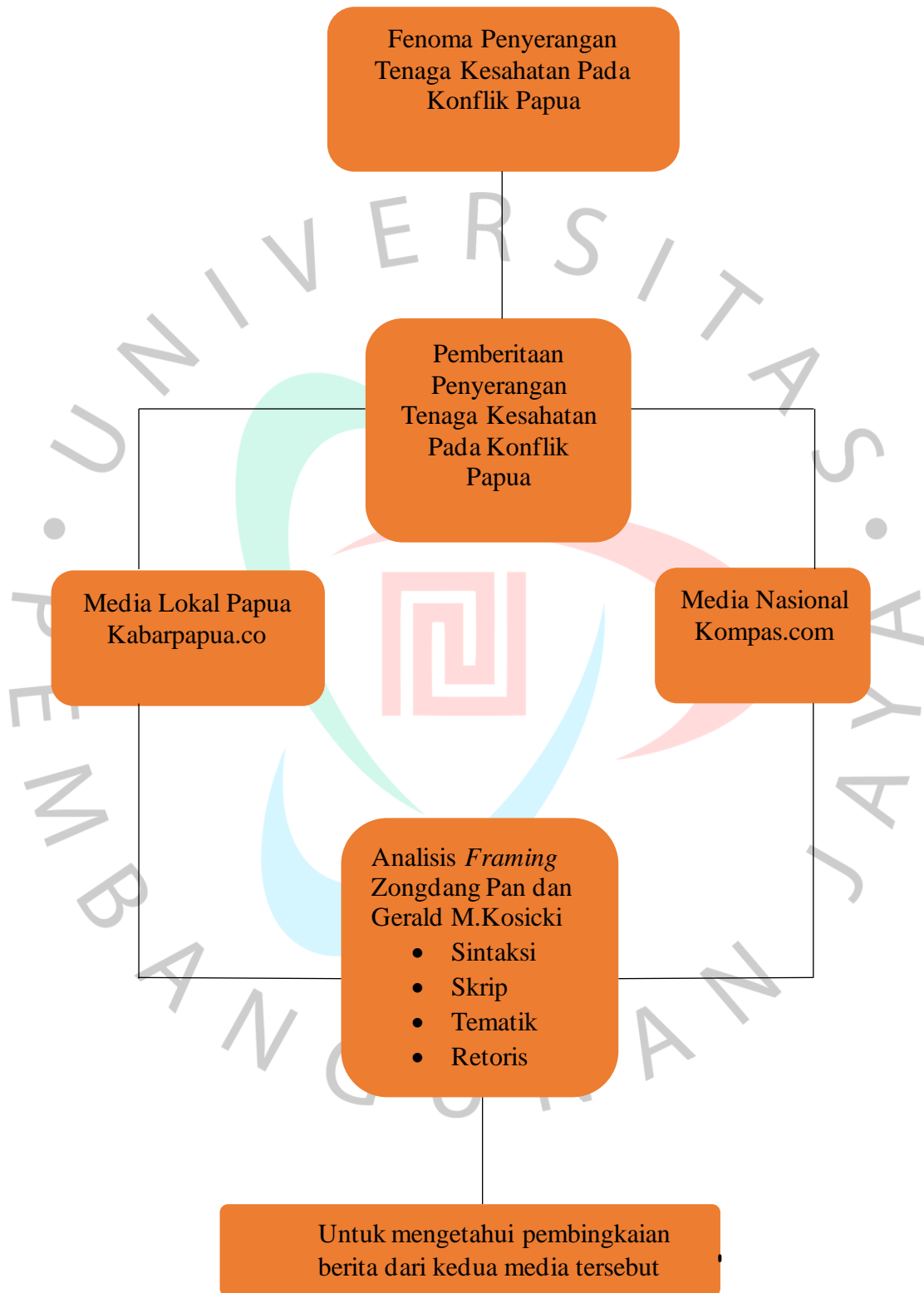
Agenda setting McCombs dan Shaw adalah “Media memiliki kemampuan untuk menerjemahkan makna item-item dalam agenda berita mereka ke dalam agenda publik” (Griffin, 2010). Pemahaman ini menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi bahkan membentuk pola pikir khalayak yang terpapar informasi. Media memberikan agenda- agenda melalui pemberitaan sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung (Rizal, 2015).

1. Agenda media terdiri dari dimensi-dimensi berikut:
 - a. *Visibility* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
 - b. *Audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
 - c. *Valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
 - a. *Familiarity* (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
 - b. *Personal salience* (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
 - c. *Favorability* (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi berikut.

- a. *Support* (dukungan), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
- b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan. *Freedom of action* (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah



2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir