

## 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	Analisis framing pemberitaan tentang penyelenggaraan formula E di Jakarta oleh Indosport Maharani Adhyarianti, Maharani 2021	Universitas Sahid Jakarta.	Metode yang digunakan adalah Metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data Model Robert Entman.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di awal pemberitaan penyelenggaraan formula E di Jakarta yang dilakukan oleh Indosport lebih banyak menonjolkan kebanggaan dari gelaran Formula E. Seiring berjalannya proses pemberitaan mengenai penyelenggaraan Formula E ini, Indosport lebih memfokuskan sisi kritisnya, mulai dari anggaran dana yang dipermasalahkan oleh beberapa pihak, jalur yang dibangun di dalam kawasan cagar budaya, dampak yang dihasilkan dari adanya balap mobil listrik ini sampai komentar negatif dari	Indosport lebih memfokuskan sisi kritisnya, mulai dari anggaran dana yang dipermasalahkan oleh beberapa pihak, jalur yang dibangun di dalam kawasan cagar budaya	Perbedaan dengan penelitian saya terdapat pada metode penelitian dimana penelitian saya menggunakan metode penelitian kualitatif framing zongdan dan kosicki

			masyarakat DKI			
2	Analisis Framing Kebijakan Pembelajaran Tatap Muka Di Media Cnn Indonesia  Salmi Miftah Hidayah  2022	Universitas Islam Riau	Penelitian menggunakan metode analisis kualitatif dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Etnman. Subjek penelitian ini media online CNN Indonesia, sedangkan objek penelitiannya yaitu berita tentang kebijakan pembelajaran tatap muka Juli 2021	Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis lakukan dengan menggunakan perangkat framing Robert N. Etnman maka pembingkaiannya yang dilakukan oleh media online CNN Indonesia yaitu framing konstruksi CNN Indonesia terhadap kebijakan pembelajaran tatap muka memaparkan sebab aki-bat, pemicu, dan penanganan pandemi covid-19. Value berita berasal dari kualitas yang disukai, dimanfaatkan, diinginkan, dan berguna sebagai objek kepentingan (Com, 2021).	eputusan moral (make moral judgement) yang diambil oleh media online CNN Indonesia mengenai rencana pembelajaran tatap muka Juli 2021 yaitu masa depan indonesia sangat bergantung pada Sumber Daya Manusia (SDM), maka dari itu perlu dilakukan pembelajaran tatap muka untuk memperbaiki SDM Indonesia karena pembelajaran jarak jauh selama satu tahun terakhir dinilai sudah tidak efektif meskipun belum ada evaluasi dari Kemendikbud Ristek.	Perbedaan dengan penelitian saya terdapat pada metode penelitian dimana penelitian saya menggunakan metode penelitian kualitatif framing zongdang pan dan kosicki
3	Framing Media Online CNNIndonesia.com dan Detik.com Mengenai Kebijakan Transisi di DKI Jakarta  Umi Nurul Fadilah 2020	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Hasil dari penelitian ini memberi kesimpulan bahwa media Detik.com mengkonstruksi pemberitaan Anies Baswedan dengan netral, sedangkan media cnnindonesia.com mengkonstruksi pemberitaan Anies Baswedan dengan	Berita ini ditulis hanya berdasarkan pernyataan dari Anies Baswedan yang disampaikan pada konferensi pers	Yang berbeda dengan penelitian saya adalah kebijakan yang terkait pada penelitian tersebut

(Sumber: Olahan Penelitian)

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 “ Efektivitas Iklan Cetak Mobil Listrik Nissan Leaf One Tone EV di Indonesia “ Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah keefektivitasan iklan cetak mobil listrik Nissan di Indonesia dengan menggunakan menggunakan metode paradigma positivistis, pendekatan kuantitatif, dan bersifat deskriptif.

Pada penelitian kedua yang berjudul “ Analisis Framing Kebijakan Pembelajaran Tatap Muka Di Media Cnn Indonesia “ Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah pembelajaran tatap muka di media Cnn Indonesia dengan menggunakan analisis framing Robert N Entman.

Pada penelitian ketiga yang berjudul “ Framing Media Online CNNIndonesia.com dan Detik.com Mengenai Kebijakan Transisi di DKI Jakarta” Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah kebijakan transisi di DKI Jakarta oleh Cnn Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode framing Zongdang Pan & Gerald M Kosikcii

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Media Online**

Media Online adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi secara online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet. Berisikan teks, suara, foto dan video. 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 (e-commerce/online store) dan aplikasi chattingan (Maysari, 2020)

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, Pengertian Media Online serta Kelebihan & Kekurangannya, 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 Kosicki sesuai dengan metode analisi yang peneliti lakukan. Jenis-jenis media online yang kita kenal dan ketahui hingga saat ini dapat diklasifikasikan menjadi berikut ini :

1. Mesin Pencari (Search Engine)

Situs web yang menjadi gerbang/pintu masuk menuju berbagai informasi yang anda diinginkan atau butuhkan, seperti Google, Bing, dan Yahoo.

2. Portal Berita

Jenis media online yang kedua ini adalah media online dalam pengertian khusus, yakni media massa yang tersaji di internet. Portal berita yaitu website yang menyediakan beraneka ragam jenis informasi, yaitu portal berita (news portal) atau situs berita seperti Detikcom, Republika Online, Okezone, Tribunnews, dan sebagainya.

3. Media Sosial atau Jejaring Sosial

Situs web yang menjadi sebuah forum online untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, mengobrol atau bertegur sapa, seperti Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram, LinkedIn, MySpace, Path, kaskus dan lain sebagainya.

4. Surat Elektronik (Electronic Mail, Email)

Akun di sebuah situs web yang menyediakan sarana untuk bertukar pesan atau informasi melalui internet, seperti Yahoo Mail dan Google Mail (Gmail).

### 2.2.3 Berita

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.<sup>1</sup> 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 (Ardi, 2016).

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).

JB Wahyudi melengkapi definisi berita, yaitu laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masi baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik. Unsur perlengkap definisi sebelumnya karya jurnalistik harus dipublikasikan melalui media massa periodik.

Mengutip dari buku Rambu-Rambu Jurnalistik (Bagaimana Menulis Berita yang Layak Baca) (2020) karya Bagus Samsito Edi Wahono, istilah berita berasal dari bahasa Sanskerta, vrit. Ada pula yang menyebutnya vritta, berarti kejadian atau hal apa pun yang telah terjadi. Secara umum, berita bisa diartikan sebagai laporan tentang fakta ataupun ide terbaru yang sifatnya menarik, benar, atau penting bagi sebagian besar masyarakat (Putri V. K., 2022).

Unsur unsur berita menjadi suatu hal yang penting untuk diketahui apabila Anda akan membuatnya. Jika Anda tak memahami unsur apa saja yang terdapat dalamnya, akan membuat berita yang dibuat kurang informatif. Mengingat berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau suatu peristiwa yang sedang disorot atau menjadi perbincangan hangat. Berita yang baik serta informatif tentu mengandung beberapa unsur di dalamnya. Umumnya, dalam sebuah berita akan terdapat sebanyak 6 unsur yang sering disebut 5W + 1H. Yakni terdiri dari what, who, where, when, why dan how (Adytya, 2020).

### 2.2.3.1 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 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. **Kejutatan**

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

#### 2.2.4 **Jurnalisme Online**

Jurnalisme Online adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online di internet. Jurnalisme online didefinisikan sebagai pelaporan fakta yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Jurnalisme online bukan hanya proses publikasi berita melalui internet (media online), tapi juga proses peliputan (*news gathering*, *news hunting*) banyak dilakukan secara online. Observasi status update media sosial, trending topic, viral, lalu diolah menjadi sebuah berita merupakan hal baru di dunia jurnalistik atau kewartawanan (Romeltea, 2018).

Media publikasi karya jurnalisme online disebut media online (*online media*), media siber (*cyber media*), atau situs berita (*news site*). Jurnalistik online disebut juga Jurnalisme Daring (*Dalam Jaringan*) –merujuk pada terjemahan kata “online” dalam bahasa Indonesia, yakni “daring“. Menurut KBBI, daring artinya “dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya”. Dalam buku *Jurnalistik Online*, saya menyebutkan jurnalistik online adalah

jurnalisme “generasi ketiga” setelah jurnalistik cetak (*print journalism*) – surat kabar, tabloid, majalah– dan jurnalistik elektronik (*electronic journalism*) atau jurnalisme penyiaran (*broadcast journalism*) –radio, televisi, dan film.

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, Jurnalistik mempelajari seluk beluk penyiaran berita, dalam berbagai media pers, termasuk juga dalam teater, film, atau rapat (Ivony, 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 jurnalistik 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).

### **2.2.2.1 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)

### 2.2.5 Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi realitas sosial pertama kali dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge* yang memiliki akar dari fenomenologi dan interaksi simbolik

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 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, (Syarifudin, 2019)

Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Menurut Berger & Luckman, terdapat 3 (tiga) bentuk realitas sosial, antara lain:

1. **Realitas Sosial Eksternalisasi**  
Merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta
2. **Realitas Sosial Objektifikasi**  
Merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.
3. **Realitas Sosial Internalisasi**  
Realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Atau bisa disebut dengan bagaimana orang menyerap apa yang mereka lihat.

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 Teori Analisis Framing**

Pada dasarnya, analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media (Sobur, 2001:161). Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974 yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Media framing mencerminkan produk media sekaligus produk dari para wartawannya ketika harus mengidentifikasi dan mengklarifikasi, kemudian menyampaikan informasi dan opini kepada khalayak (Pawito, 2007:188).

Secara luas dalam literatur komunikasi, framing digambarkan sebagai proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis ini digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media dalam mengkonstruksi fakta, menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Pada dasarnya metode yang digunakan untuk melihat gaya bercerita atau mengenai media tentang suatu peristiwa atau realitas. Eriyanto (2002:3) mendefinisikan bahwa analisis framing dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. 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. Koss  
*Framing* merupakan sebuah konstruksi dan pemrosesan berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam pengkodean informasi, sssjuga konbvensi pembentukan media.

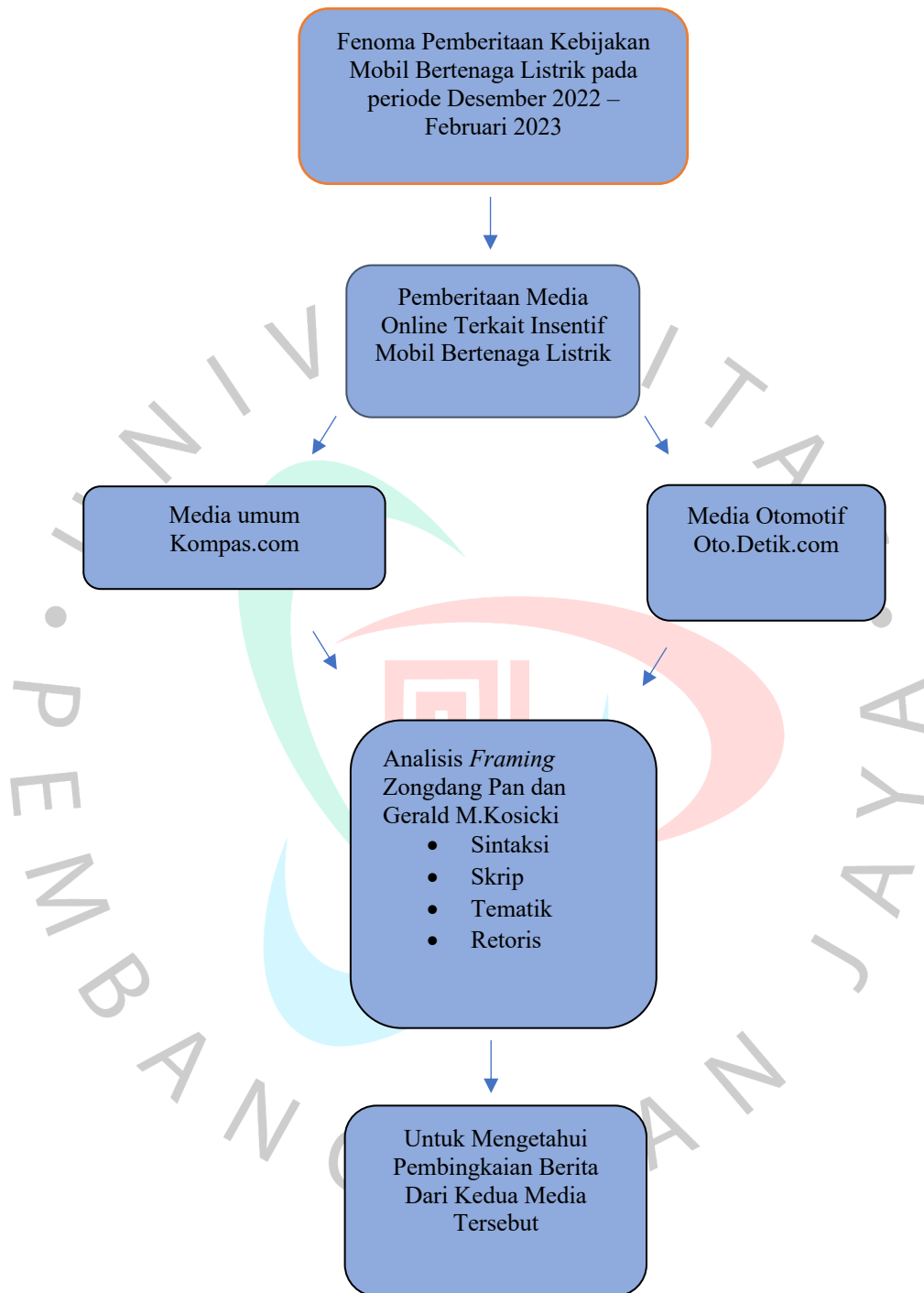
Pada penelitian ini peneliti menggunakan *framing* dengan metode analisis Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosiki untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian berita pada konflik papua atas penyerangan pada tenaga Kesehatan

#### **2.2.6.1 Metode Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald 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 kemasn 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.

### 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir



Kerangka Berpikir pada penelitian ini didasari atau diawali dengan fenomena pemberitaan kebijakan mobil bertenaga listrik pada periode Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Lalu turun menjadi pemberitaan media online terkait insentif yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat Indonesia, dengan perbandingan media online Kompas.com dan Oto.Detik.com . Dianalisa dengan menggunakan Analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki untuk mengetahui pembingkaiian dari kedau media tersebut. Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki mendefinisikan framing sebagai strategi komunikasi dalam memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita. Dalam framing model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki, unit pengamatan terhadap teks nya lebih komprehensif dan memadai, karena selain meliputi seluruh aspek yang terdapat dalam teks (kata, kalimat, parafrase, label, ungkapan), perangkat tersebut juga mempertimbangkan struktur teks dan hubungan antar kalimat (Sidik, 2016).