

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 ini
1	ANALISIS <i>FRAMING</i> PEMBERITAAN “DESTINASI WISATA HALAL” PADA MEDIA <i>ONLINE</i> KOMPAS.COM DAN DETIK.COM Dina Ariyani 2019	Universitas Islam Indonesia	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan wawancara	Pemberitaan destinasi wisata halal pada kompas.com lebih mengangkat tentang isu – isu positif. Berita yang diangkat pun lebih pada strategi yang sudah dilakukan dan strategi yang akan dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata halal dengan sasaran stakeholder secara langsung. Karena berita adalah produk yang dihasilkan dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas maka dapat disimpulkan bahwa kompas membentuk persepsi pembaca bahwa destinasi wisata halal	Penelitian mengenai Analisis <i>Framing</i> Destinasi Wisata Halal pada Media <i>Online</i> Kompas.com dan Detik.com ini masih banyak kekurangan. Dengan begitu, rekomendasi penelitian selanjutnya yaitu tentang tema yang diangkat mungkin bisa lebih mengerucut pada satu permasalahan. Penelitian dapat dilakukan dengan meneliti objek media yang lebih banyak dan berita yang lebih banyak agar terkumpul hasil yang lebih baik.	Penelitian ini metode yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan dengan menggunakan analisis <i>framing</i> Zhongdan g Pan & Gerald M. Kosicki.

sudah dilaksanakan dengan baik. Untuk pemberitaan destinasi wisata halal pada detik.com masih banyak ditemukan judul berita dan kalimat-kalimat yang digunakan dalam berita yang mengajak pembaca terprovokasi tentang isu-isu negatif. Kembali lagi pada pengertian berita dalam jurnalisme *online*, adanya berita yang di publikasikan media *online* juga menimbulkan pemaknaan tersendiri bagi konsumen media tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa detik.com lebih mengangkat pemberitaan yang kontennya lebih disukai masyarakat Indonesia yaitu tentang isu – isu sosial termasuk isu persaingan. Dan mengesampingkan objektivitas dalam pembuatan berita.

2	<p>Pemberitaan Peresmian Sirkuit Mandalika dalam Media Kompas.com dan detik.com: Analisis <i>Framing</i> Faisal Reza Baihaqi, Hendra Setiawan 2021</p>	<p>Universitas Singaperbangsa Karawang</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan model analisis <i>framing</i> yang dikemukakan oleh Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.</p>	<p>Pada Penelitian ini, Kompas.com dan detik.com memiliki perbedaan dalam membingkai berita. Perbedaan tersebut merupakan penyeleksian isu dan tentunya penekanan isu. Pada media Kompas.com isu yang diambil adalah tentang pencapaian ITDC dalam membangun sirkuit Mandalika, sedangkan pada detik.com isu yang diambil adalah tentang politikus yang menyindir presiden Jokowi terkait peresmian sirkuit Mandalika.</p>	<p>untuk penelitian selanjutnya agar menggali informasi lebih banyak dari segi ideologi media, topik berita yang diteliti, dan siapa saja yang terlibat di dalamnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.</p>	<p>Penelitian ini lebih membahas mengenai bagaimana <i>framing</i> dari media terhadap isu peresmian sirkuit Mandalika dalam Media Kompas.com dan Detik.com. Sedangkan penelitian milik peneliti menonjolkan isu Sports Tourism pada sirkuit Mandalika</p>
3	<p>PEMBINGKAIAN BERITA PENYELENGGARAAN FORMULA E JAKARTA PADA PROGRAM AIMAN KOMPAS TV Ilham Ega Safari, Erwin Kartinawati, Hari Wiryawan 2022</p>	<p>Universitas Sahid Surakarta</p>	<p>penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teori analisis <i>framing</i> milik Robert N. Entman.</p>	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa program Aiman membingkai episode "Di Balik Gaduh Balapan Ibu Kota" dengan menonjolkan sikap penolakan tidak setuju dengan Pemprov DKI Jakarta yang menggunakan anggaran APBD 1,6 Triliun dan lokasi Monas</p>	<p>bisa memilih narasumber yang sejak awal terkait penyelenggaraan ini, yaitu Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan untuk mendapatkan informasi secara rinci, jelas, dan detail mengenai masalah penyelenggaraan Formula E DKI Jakarta dari awal, karena Gubernur Anies</p>	<p>Penelitian ini menganalisis pembingkaiannya pada program AIMAN Kompas TV dan menggunakan teori analisis Robert N. Entman. Sedangkan penelitian yang dilakukan dengan</p>

<p>sebagai sirkuit untuk menyelenggarakan balapan Formula E. t cara Kompas TV melalui tayangan Aiman dalam mengkritik dan memberikan solusi. Berdasarkan rekomendasi program Aiman masyarakat di Indonesia harus dikenalkan balapan Formula E terlebih dahulu hingga balapan mobil listrik Formula E populer di kalangan masyarakat Indonesia sebagai ajang balapan mobil listrik bukan sebagai ajang yang memicu konflik permasalahan seperti yang terjadi di tahun 2020, sehingga penyelenggaraan Formula E berikutnya akan lebih dapat diterima masyarakat dan pihak penyelenggara dapat meminimalisir masalah yang timbul.</p>	<p>Baswedan terlebih dahulu melakukan pertemuan dengan pihak Formula E di New York, Amerika.</p>	<p>menganalisis pemberitaan pada media <i>online</i> dan dengan menggunakan teori analisis <i>framing</i> milik Zhongdan g Pan & Gerald M Kosicki</p>
--	--	---

Pada penelitian terdahulu, peneliti mencari penelitian yang relevan dengan *framing* pada media untuk digunakan sebagai acuan untuk penelitian ini. Penelitian terdahulu juga memiliki kesamaan dan perbedaan untuk menjadi

perbandingan dengan penelitian ini yang berjudul “Peningkatan Pemberitaan Sirkuit Mandalika Sebagai Destinasi *Sports Tourism* di Media online”. Terdapat tiga penelitian terdahulu yang dapat menjadi pembanding dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan yaitu:

Pada penelitian pertama milik Dina Ariyani tahun 2019 berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan “Destinasi Wisata Halal” Pada Media *Online* Kompas.com dan Detik.com”. Objek dari penelitian ini adalah Bagaimana bingkai pemberitaan “Destinasi Wisata halal” pada media *online* kompas.com dan detikcom?.com. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan datanya dengan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam pemberitaan destinasi wisata halal pada kompas.com lebih mengangkat isu yang positif. Berita yang diangkat lebih pada strategi yang sudah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam pengembangan wisata halal dengan stakeholder secara langsung. Sedangkan pada media detik.com masih banyak ditemukan judul berita dan kalimat-kalimat yang digunakan dalam berita yang mengajak pembaca terprovokasi tentang isu-isu yang negatif.

Pada penelitian kedua milik Faisal Reza Baihaqi dan Hendra Setiawan tahun 2021 berjudul “Pemberitaan Peresmian Sirkuit Mandalika dalam Media kompas.com dan detik.com: Analisis *Framing* ”. Objek dari penelitian ini adalah mengetahui media online kompas.com dan detik.com dalam meningkatkan pemberitaan peresmian sirkuit Mandalika. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan model analisis *framing* yang dikemukakan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil dari penelitian ini adalah media kompas.com mengangkat isu tentang ITDC dalam membangun sirkuit Mandalika, sedangkan pada detik.com isu yang diambil adalah politikus yang menyindir Jokowi terkait peresmian sirkuit Mandalika.

Pada penelitian ketiga milik Ilham Ega Safari, Erwin Kartinawati, dan Hari Wirawan tahun 2022 berjudul “Peningkatan Berita Penyelenggaraan Formula E Jakarta Pada Program Aiman Kompas TV”. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tayangan berita investigasi pada tayangan Aiman mengenai masalah pro

dan kontra penyelenggaraan balapan mobil listrik Formula E Jakarta pada episode "Di Balik Gaduh Balapan Ibu Kota" yang diunggah pada 21 Februari 2020 menjadi 5 bagian dengan durasi 6 hingga 10 menit pada channel YouTube Kompas TV. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan dengan menggunakan teori analisis *framing* milik Robert N. Entmand. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa program Aiman membingkai episode "Di Balik Gaduh Balapan Ibu Kota" dengan menonjolkan sikap penolakan tidak setuju dengan Pemprov DKI Jakarta yang menggunakan anggaran APBD 1,6 Triliun dan lokasi Monas sebagai sirkuit untuk menyelenggarakan balapan Formula E. t cara Kompas TV melalui tayangan Aiman dalam mengkritik dan memberikan solusi.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Media Online

Media *online* merupakan segala sesuatu yang tersaji di dalam situs web dan hanya dapat diakses melalui internet yang di dalamnya terdapat teks, foto, video, dan suara. Media *online* juga dapat diartikan sebagai sarana berkomunikasi secara daring atau *online* melalui sebuah website atau aplikasi. Dari pengertian media *online* tersebut, maka email, website, blog, dan media sosial termasuk dalam kategori media *online*. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang didasarkan dengan telekomunikasi dan multimedia yang di dalamnya terdapat portal, situs web (website), radio-*online*, TV-*online*, pers *online*, mail-*online*, dan lain sebagainya dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna dalam memanfaatkannya (Pamuji, 2019)

Media *online* dapat disebut sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (printed media)- koran, majalah, buku, tabloid dan media elektronik (electronic media)- radio, televisi, dan film video (Yovanda, 2018). Romli (2017) menyebutkan beberapa karakteristik media *online* yaitu:

1. *Multimedia* Menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.

2. *Aktualitas* Memuat informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. *Cepat* Ketika berita diposting, semua orang dapat langsung mengaksesnya.
4. *Update* Pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat dari sisi konten ataupun redaksional, contohnya dalam kesalahan pengetikan.
5. *Kapasitas luas* Halaman web dapat menampung naskah yang sangat panjang.
6. *Fleksibilitas* Naskah dapat diakses dan diedit kapan saja dan di mana saja, juga waktu terbit (update) bisa kapan saja.

2.2.2 Jurnalisme Online

Jurnalisme merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan untuk mencari informasi yang akurat dari sebuah peristiwa, informasi yang sudah didapatkan kemudian dikemas dan disebarluaskan ke masyarakat luas (Iskandar, 2022) Jurnalistik *online* sendiri dapat disebut juga sebagai *online journalism* atau “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional yang menyebarkan berita melalui internet terutama website (Romli, 2018) Jurnalisme memiliki potensi dan beberapa kekuatan sebagai sumber informan utama bagi masyarakat. Kekuatan yang dimaksud yaitu: pertama, informasi dapat disalurkan secara cepat kepada masyarakat (*Immediacy*); kedua, berita yang disampaikan dapat bersifat independet atau berdiri sendiri; ketiga, berita mudah tersimpan dan dapat diakses kembali oleh masyarakat (*storage and retrieval*); keempat; jumlah berita yang disampaikan lebih lengkap secara keseluruhan (*unlimited space*); kelima, pengguna lebih bebas dalam memilihtema berita yang diinginkan (*audience control*); keenam, redaksi dapat menyertakan teks, suara, gambar, animasi, video, dan komponen lainnya ke dalam berita (*multimedia capability*); ketujuh, adanya interaksi antara jurnalis dengan audiens (*interactivity*) (Wendratama, 2017).

Di zaman digital yang berkembang dengan pesat, Jurnalis diharuskan memiliki kemampuan yang lebih dibandingkan pada zaman media cetak. (Wendratama, 2017) menjelaskan bahwa terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang jurnalis *online*. Pertama, jurnalis media *online* dituntut untuk dapat mengoperasikan berbagai alat multimedia untuk mendukung

penyampaian sebuah cerita. Alat multimedia dapat beragam, seperti unggahan ke situs website lebih menambahkan fakta terkait. Dalam unggahannya ke website dapat memperbanyak foto, video, infografik, peta interaktif, dan GIF (*Graphics Interchange Format*). Media *online* memiliki sifat sangat visual, oleh sebab itu gambar, warna, dan tampilan di layar memiliki peran yang sangat penting. Kedua, jurnalis dituntut untuk menuliskan teks secara singkat dan efisien. Bahasa media seiring berjalannya waktu menjadi lebih informal, namun pesan yang disampaikan harus dapat dengan mudah diterima oleh khalayak. Ketiga, jurnalis harus bisa bekerja dengan cepat. Walaupun kecepatan berita bukan satu-satunya keunggulan media *online*, namun di era sekarang kecepatan berita sangat dibutuhkan bagi masyarakat karena ingin mendapatkan informasi secara cepat.

2.2.2.1. Prinsip Jurnalisme Online

Dalam perkembangan teknologi khususnya pada bidang komunikasi dan informasi menghadirkan jurnalisme digital atau jurnalisme *online*. (Romli, 2018) menyebutkan terdapat lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat *BASIC* yaitu:

1. Keringkasan (*Brevity*).

Berita harus bersifat ringkas, untuk menyesuaikan dengan kehidupan masyarakat di era sekarang yang serba cepat dan kian hari memiliki waktu kesibukan yang tinggi, sehingga memiliki waktu untuk membaca sangat sedikit dan ingin dengan cepat mendapatkan informasi. Dengan adanya hal tersebut, jurnalisme *online* dituntut untuk mengemas sebuah informasi dengan tulisan yang singkat namun jelas. Hal tersebut juga sesuai dengan apa yang ada pada kaidah bahasa jurnalistik KISS, yaitu *Keep It Short and Simple*.

2. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*).

Jurnalis *online* dituntut untuk dapat beradaptasi dengan kebutuhan publik saat ini. Dengan kemajuan teknologi yang ada, jurnalis dapat menyajikan berita dengan menyertakan teks, audio, gambar, video, dan lain-lain dalam suatu berita.

3. Dapat dipindai (*Scannability*).

Website yang memiliki kaitan dengan jurnalistik *online* memiliki sifat dapat dipindai, yang memiliki tujuan supaya para pembaca tidak memiliki paksaan dalam membaca sebuah informasi.

4. Interaktivitas (*Interactivity*).

Interaksi antara pembaca dengan kepada jurnalis yang mengemas berita sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Hal tersebut saat ini menjadi bagian yang penting, karena pembaca secara tidak langsung dilibatkan serta merasa lebih dihargai karena dapat menyampaikan pendapat dan menjadi lebih senang dalam membaca sebuah berita.

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

- Media *online* memiliki peran besar dibandingkan media konvensional lainnya, sebagai penjaring komunitas. Jurnalisme *online* dituntut untuk melakukan timbal balik atau interaksi jawaban dengan audiens.

2.2.3 Berita

Menurut para ahli dalam buku yang ditulis Musman & Mulyadi (2017) pengertian berita adalah laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi dan ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi pada kalangan pembaca, mengenai tokoh terkemuka akibat peristiwa yang berpengaruh terhadap pembaca . Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca dan menyangkut kepentingan suatu pihak.

2.2.3.1 Nilai Berita

Berita merupakan informasi dari suatu peristiwa yang terjadi yang dapat menarik perhatian. Berita dapat disampaikan dalam bentuk cetak, siaran, internet, dan mulut ke mulut. Suatu peristiwa bisa dianggap penting dan bernilai untuk diberitakan apabila mengandung nilai berita, nilai berita menurut Harris, Leiter,

dan Johnson Musman & Mulyadi (2017) menyebutkan nilai berita harus mengandung delapan unsur yaitu:

1. Konflik

Informasi yang menggambarkan pertentangan antara seorang, masyarakat, lembaga yang perlu dilaporkan kepada khalayak.

2. Kemajuan

Informasi mengenai kemajuan ilmu pengetahuan yang perlu dilaporkan kepada khalayak

3. Penting

Informasi yang penting bagi khalaya dalam rangka menjalankan kehidupan mereka sehari-hari yang perlu informasikan kepada khalayak.

4. Dekat

- Informasi yang memiliki kedekatan emosi dan jarak geografis dengan khalayak perlu disebarluaskan

5. Aktual

Informasi mengenai sebuah peristiwa yang baru terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak.

6. Unik

Informasi tentang suatu peristiwa yang unik, yang jarang terjadi layak disebarluaskan ke khalayak

7. Manusiawi

Informasi yang dapat menyentuh emosi khalayak, seperti dapat membuat tangis, haru, bahagia, dan sebagainya.

8. Berpengaruh

Informasi mengenai suatu peristiwa yang berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak perlu dilaporkan kepada khalayak

2.2.4 Konstruksi Realitas Sosial

Media pada dasarnya merupakan hasil dari konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Dalam hal ini bahasa bukan hanya untuk mempresentasikan realitas tetapi juga menentukan bentuk seperti apa yang akan

32 tercipta dari realitas tersebut. Maka dari itu media massa mempunyai peluang besar untuk mempengaruhi makna maupun gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikan. Pekerjaan suatu media pada hakikatnya yaitu mengkonstruksikan realitas. Dalam hal ini isi dari suatu media adalah hasil para pekerja media yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilih. Disebabkan sifat maupun faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, oleh sebab itu isi media adalah suatu realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya yaitu penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita (Sobur, 2018). Sebagai tahapan sosial melalui tindakan dan interaksi di mana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang dihasilkan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Dalam dunia sosial yang dikonstruksi, individu menjadi penentunya berdasarkan kehendaknya yang dalam banyak hal memiliki kebebasan bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya (Sobur, 2018).

Dalam proses sosial, manusia dilihat sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Menurut, (Syarifudin, 2019), terdapat 3 (tiga) bentuk realitas sosial, yaitu:

1. Realitas Sosial Eksternalisasi
Merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam keseharian individu dan dihadapi sebagai fakta.
2. Realitas Sosial Objektifikasi
Merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang secara umum khalayak mengetahuinya dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.
3. Realitas Sosial Internalisasi
Ialah realitas sosial yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik dan merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki

individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Hal tersebut dapat dikatakan dengan bagaimana orang menyerap apa yang mereka lihat.

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

2.2.5 Framing

Framing berita adalah lanjutan dari teori agenda setting, yaitu teknik yang digunakan oleh jurnalis untuk menghadirkan wacana yang akan ditangkap oleh khalayak. Menurut (Eriyanto, 2015) analisis *framing* dapat digambarkan secara sederhana sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu juga peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu pula. Hasilnya, pemberitaan media pada bagian tertentu atau wawancara dengan orang tertentu. Semua elemen tersebut bukan hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi juga menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang mampu mengungkap kebenaran dibalik perbedaan bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Melalui analisis *framing* ini dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, siapa melawan siapa, mana yang merupakan teman mana yang merupakan lawan, mana patron dan mana klien, siapa yang diuntungkan siapa yang dirugikan, siapa yang menindas dan yang tertindas, dan seterusnya. Keadaan seperti ini sangat mungkin diperoleh karena analisis *framing* ialah suatu seni, kreativitas yang di dalamnya terdapat kebebasan untuk menafsirkan realitas dengan menggunakan teori dan metodologi tertentu. Terdapat dua aspek dalam *framing* yaitu, memilih fakta dan menuliskan fakta. Dalam memilih fakta terkandung dua kemungkinan, apa yang dipilih (bagian berita), apa yang

diabaikan (bagian mana yang tidak diberitakan). Hal tersebut sangat bergantung pada bagaimana media melihat sisi menarik berita. Menurut (Eriyanto, 2015) terdapat beberapa jenis definisi terkait *framing* yang dikemukakan oleh beberapa ahli, yaitu Robert Entman, Todd Gitlin, Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki dan David Snow & Robert Benford. Pada penelitian ini menggunakan analisis *framing* milik Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki dengan bertujuan untuk mengetahui *framing* pemberitaan dari media *online* Detik.com dan Kompas.com mengenai *Sports Tourism* di sirkuit Mandalika.

2.2.5.1. Analisis Framing Model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki

Peneliti memilih untuk menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki untuk mengetahui sebuah realitas pada peristiwa yang terjadi melalui pembingkai berita pada media massa berdasarkan dengan menggunakan struktur-struktur yang terdapat pada analisis *framing* model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Menurut Zhongdang Pan dan Kosicki, *framing* adalah proses untuk menghasilkan suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lainnya, sehingga pembaca lebih fokus pada berita tersebut. Pendekatan sintaksis, skrip, tematik, dan retorik merupakan model analisis *framing* yang digunakan Zhongdang Pan dan Kosicki. Bingkai berita yang terkandung dalam model ini ialah suatu ide yang diimbangkan dengan elemen yang berbeda dalam suatu teks berita seperti pemakaian kata atau kalimat tertentu, kutipan sumber, dan latar informasi ke dalam teks secara menyeluruh (Eriyanto, 2015). Menurut Zhongdang Pan dan Kosicki (dalam Sobur, 2015) mengoperasionalkan empat dimensi struktural sebuah teks berita sebagai perangkat *framing* yaitu, sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

1. Sintaksis.

Berhubungan dengan cara wartawan menyusun peristiwa-pernyataan, , pengamatan atas peristiwa ke dalam susunan umum berita. Dengan demikian struktur ini dapat dilihat dari bagan berita (*lead* yang digunakan,

latar *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Singkatnya, Struktur ini mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara menyusun fakta menjadi bentuk umum berita.

2. Skrip

Struktur ini berkaitan dengan bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur skrip berfokus pada strategi wartawan dalam mengemas sebuah peristiwa menjadi sebuah berita.

3. Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan menyampaikan sudut pandangnya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang dapat membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini melihat bagaimana pemahaman tersebut diwujudkan dalam bentuk yang lebih sederhana.

4. Retoris

Struktur retorik berkaitan dengan bagaimana seorang wartawan menekankan makna tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai wartawan bukan hanya mendukung tulisan tetapi juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Tabel 2 .2 Skema Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
Sintaksis	Skema Berita	<i>Headline, Lead</i> Berita, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, dan Penutup.
Skrip	Kelengkapan Berita	5W+1H
Tematik	Detail Koherensi Bentuk kalimat Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat.
Retoris	Leksikon Grafis Metafora	Kata, idiom, gambar, foto, grafik

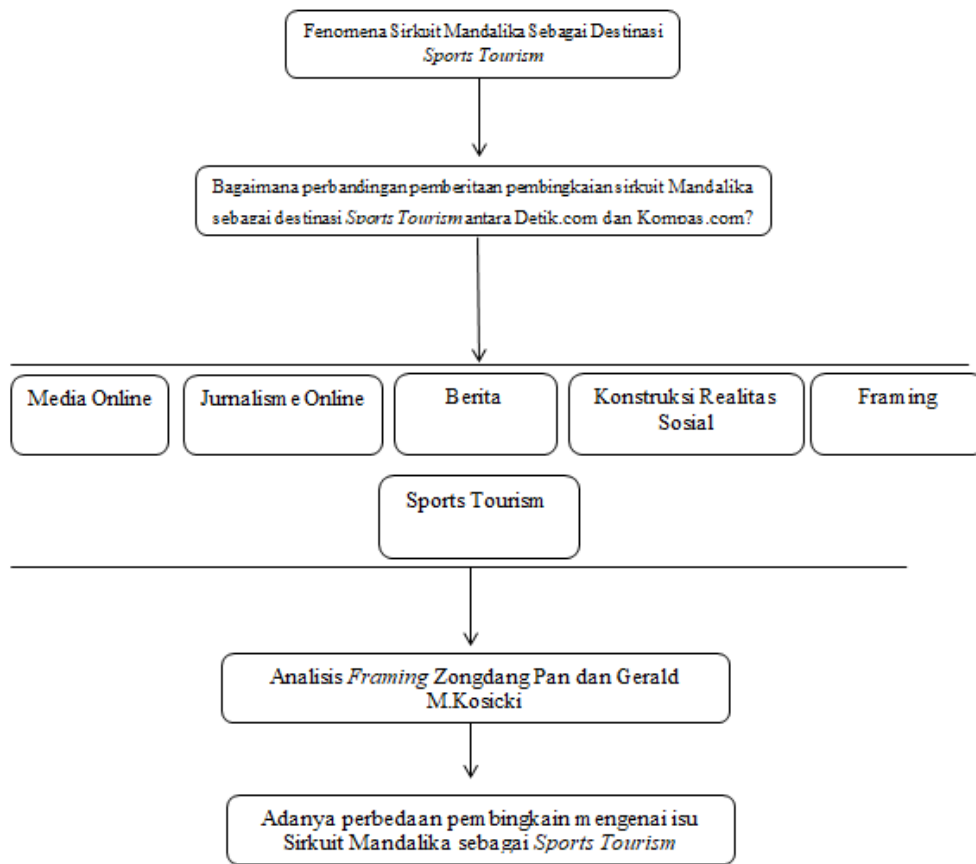
Keempat struktur tersebut membentuk tema yang menghubungkan komponen-komponen semantik narasi sebuah berita dalam koherensi global. Model ini menyatakan bahwa setiap berita pasti memiliki bingkai yang menjadi pusat ide. Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda teks berita ke dalam teks berita secara menyeluruh dan berkaitan dengan

makna, bagaimana seseorang mengartikan peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang ditampilkan dalam teks.

2.2.6 *Sports Tourism*

Sports Tourism merupakan perjalanan olahraga yang menghubungkan budaya terkait. Pariwisata yang berkaitan dengan olahraga dalam perjalanan pariwisata yang berhubungan dengan lingkungan, alam sejarah budaya, cerita rakyat dan menggunakan adat istiadat dan lingkungan terbuka (Isnaini, 2020). Dilansir dari website deputi3kemenpora.go.id (2021) menjelaskan bahwa Sports Tourism dibagi menjadi dua yaitu hard Sports Tourism dan soft Sports Tourism. Hard Sports Tourism adalah kegiatan lomba resmi yang bersifat reguler yang masuk dalam agenda lomba seperti Sea Games, World Cup, Asian Games, dan lain-lain. Sedangkan, soft Sports Tourism merupakan kegiatan olahraga wisata yang berkaitan dengan gaya hidup manusia pada suatu daerah, dimana olahraga yang dilakukan tidak hanya dilakukan oleh atlet olahraga profesional, melainkan masyarakat umum dapat ambil bagian dalam olahraga tersebut seperti lari, rafting, surfing, dan lain-lain. Olahraga dan pariwisata dapat memberikan keuntungan satu sama lain. *Sports Tourism* diselenggarakan di daerah wisata dengan tujuan untuk memberikan hiburan tambahan baik wisatawan, maupun sebaliknya. Salah satu segmen industri pariwisata yang berkembang sangat pesat adalah perjalanan yang berkaitan dengan olahraga dan aktivitas fisik. *Sports Tourism* sebagai bentuk keterlibatan aktif dan pasif dalam kegiatan olahraga dengan cara yang teratur untuk alasan nonkomersial/komersial, yang mengharuskan perjalanan jauh dari rumah dan wilayah kerja, secara umum terdapat tiga kategori yang luas dari Sports Tourism: menonton acara olahraga, mengunjungi tempat-tempat terkait olahraga, dan partisipasi aktif (Masjhoer, 2020)

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2 1 Kerangka Berfikir

Dapat dilihat dari kerangka berpikir penelitian diatas, berawal dari fenomena mengenai Sirkuit Mandalika sebagai destinasi Sports Toursim. Dengan melihat bagaimana pembingkaiian pemberitaan dari dua media antara Detik.com dan Kompas.com pada periode Maret 2022 – Maret 2023. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan media online, jurnalisme online, berita, konstruksi realitas sosial, framing dan sports tourism. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis framing milik Zhongdang Pan & Gerrald M. Kosicki. Hasil penelitian ini untuk mengetahui perbedaan pembingkaiian pemberitaan isu Sirkuit Mandalika sebagai destinasi *Sports Tourism*.