

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan analisis *framing* untuk dijadikan referensi dan pegangan, yaitu sebagai berikut:

- 1. Skripsi berjudul Analisis *Framing* Pemberitaan Seputar Kasus Pembakaran Bendera Tauhid Pada Kompas.com dan Republika.co.id Edisi Oktober 2018, oleh Muhammad Gani Ray tahun 2020, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.**

Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa, terdapat perbedaan hasil analisis pada kedua media *online* dalam memberitakan kasus pembakaran bendera tauhid. Kompas.com mengartikan kasus tersebut sebagai kasus hukum yang terjadi di luar kesengajaan pelaku, dan melalui berita-beritanya, Kompas.com mengajak publik untuk tidak terprovokasi sembari menunggu proses hukum sedang berjalan. Sedangkan Republika.co.id mendefinisikan kasus ini sebagai hukum dan menilai sumber masalah pada kasus ini adalah pelaku yang membakar bendera tauhid dengan sengaja, serta menuntut proses hukum terhadap pelaku.

Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu model Robert N. Entman pada berita di media *online*.

Perbedaannya terletak pada kajian yang dilakukan, di mana penulis menganalisis pembingkaiian berita demonstrasi Undang-Undang Cipta Kerja pada media *online* Idntimes.com. Sedangkan penelitian sebelumnya mengungkap perbedaan pembingkaiian berita mengenai kasus pembakaran bendera tauhid pada Kompas.com dan Republika.co.id.

2. Skripsi berjudul Analisis *Framing* Independensi Pemberitaan Media *Online* Detik.com Pasca Pemungutan Suara Pemilihan Presiden 17 April 2019, oleh Nur Hidayat tahun 2019, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hasil penelitian tersebut yaitu, media *online* Detik.com dalam pemberitaannya berusaha untuk tidak berpihak pada salah satu pasangan calon nomor urut 01 maupun 02, dan Detik.com juga membingkainya dalam bentuk berita yang objektif dan dalam pemberitaan tersebut, beritanya dikemas menjadi bentuk fakta dari narasumber sebagai penyelesaian masalah.

Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu model Robert N. Entman pada berita di media *online*. Perbedaannya terletak pada kajian yang dilakukan, di mana penulis menganalisis pembingkaiian berita demonstrasi Undang-Undang Cipta Kerja pada media *online* Idntimes.com. Sedangkan penelitian sebelumnya mengungkap pembingkaiian independensi pemberitaan setelah pemungutan suara pemilihan presiden 17 April 2019 pada Detik.com.

3. Skripsi berjudul Analisis *Framing* Model Robert N. Entman Tentang Pemberitaan *Hoax* Ratna Sarumpaet di Detik.com Rentang Waktu 3-31 Oktober 2018, oleh Nurul Huda tahun 2019, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Hasil penelitian tersebut yaitu, Detik.com memberitakan kasus *hoax* Ratna Sarumpaet dengan berupaya membentuk opini publik mengenai bagaimana pengakuan dan pemrosesan hukum yang dilaksanakan oleh Jatanras Polda Metro Jaya. Berita yang dirilis Polda Metro Jaya lebih ditonjolkan dan dibingkai oleh Detik.com, sementara itu pemberitaan yang dirilis Detik.com seolah-olah membenarkan berita tentang Ratna yang ditetapkan sebagai tersangka. Dan dari berita yang dirilis tersebut, Detik.com terkesan lebih memojokkan *hoax* Ratna Sarumpaet terhadap masalah penetapan status tersangka Ratna Sarumpaet.

Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu model Robert N. Entman pada berita di media *online*. Perbedaannya terletak pada kajian yang dilakukan, di mana penulis menganalisis pembingkaiian berita demonstrasi Undang-Undang Cipta Kerja pada media *online* Idntimes.com. Sedangkan penelitian sebelumnya mengungkap pembingkaiian pemberitaan *hoax* Ratna Sarumpaet pada Detik.com.

4. Skripsi berjudul *Komparasi Frame* Berita Tentang Kasus Ustadz Abdul Somad dalam Republika dan Detik.com, oleh Dilla Nurrida tahun 2019, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.

Hasil penelitian tersebut yaitu, perbandingan 6 berita kasus Ustadz Abdul Somad pada media *online* Republika dan Detik.com berbeda dalam penyajiannya. Dalam penyajian informasinya, terdapat perbedaan yang tampak jelas antara kedua media tersebut. Pemberitaan pada Detik.com menggambarkan Ustadz Abdul Somad sebagai sosok tokoh yang menginspirasi. Sementara itu pemberitaan kasus tersebut pada Republika cenderung biasa saja. Perbandingannya terletak pada pernyataan yang dikutip, di mana pernyataan UAS pada Detik.com dikutip lebih rinci, sedangkan Republika lebih dominan mengungkapkan pernyataan UAS yang bersifat umum terkait penanganan masalahnya.

Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu model Robert N. Entman pada berita di media *online*. Perbedaannya terletak pada kajian yang dilakukan, di mana penulis menganalisis pembingkai berita demonstrasi Undang-Undang Cipta Kerja pada media *online* Idntimes.com. Sedangkan penelitian sebelumnya mengungkap perbedaan pembingkai berita pada Republika dan Detik.com tentang kasus Ustadz Abdul Somad.

B. Kerangka Teori

Analisis *framing* adalah model terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya terkait dengan analisis teks media. Ide tentang *framing*, mulanya disampaikan oleh Beterson pada tahun 1955. Awalnya, *frame* diartikan sebagai struktur abstrak atau alat keyakinan yang menyusun pendapat politik, kebijakan, dan wacana, dan menyajikan kelompok-kelompok umum guna menafsirkan realita. Tahun 1974, Goffman mengembangkan ide tersebut lebih lanjut, dengan mengibaratkan *frame* seperti serpihan-serpihan tingkah laku (*strips of behavior*) yang mengarahkan seseorang dalam melihat realitas. Belakangan, ide *framing* dipakai secara luas dalam daftar acuan ilmu komunikasi guna menjelaskan proses pemilihan dan penonjolan bagian-bagian tertentu dari sebuah realita oleh media.

Dari pandangan komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk mengupas kiat-kiat media ketika mengemas fakta. Analisis ini mengamati strategi pemilihan, penekanan, dan pertalian fakta pada sebuah berita agar lebih menarik, mempunyai makna lebih, dan mengena dalam pikiran, guna menggiring penafsiran masyarakat sesuai sudut pandangnya. Dapat disimpulkan, *framing* merupakan pendekatan guna memahami perspektif yang dipakai wartawan saat memilih sebuah isu dan menuliskannya menjadi berita. Perspektif itulah yang nantinya menetapkan fakta yang dipilih, sisi mana yang akan ditonjolkan dan dibuang, serta ke mana berita tersebut hendak dibawa. Gamson dan Modigliani mengatakan perspektif itu sebagai paket yang berisi konstruksi makna dari isu/peristiwa yang akan dijadikan berita.¹

¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), cet. ke-7, h. 161-162.

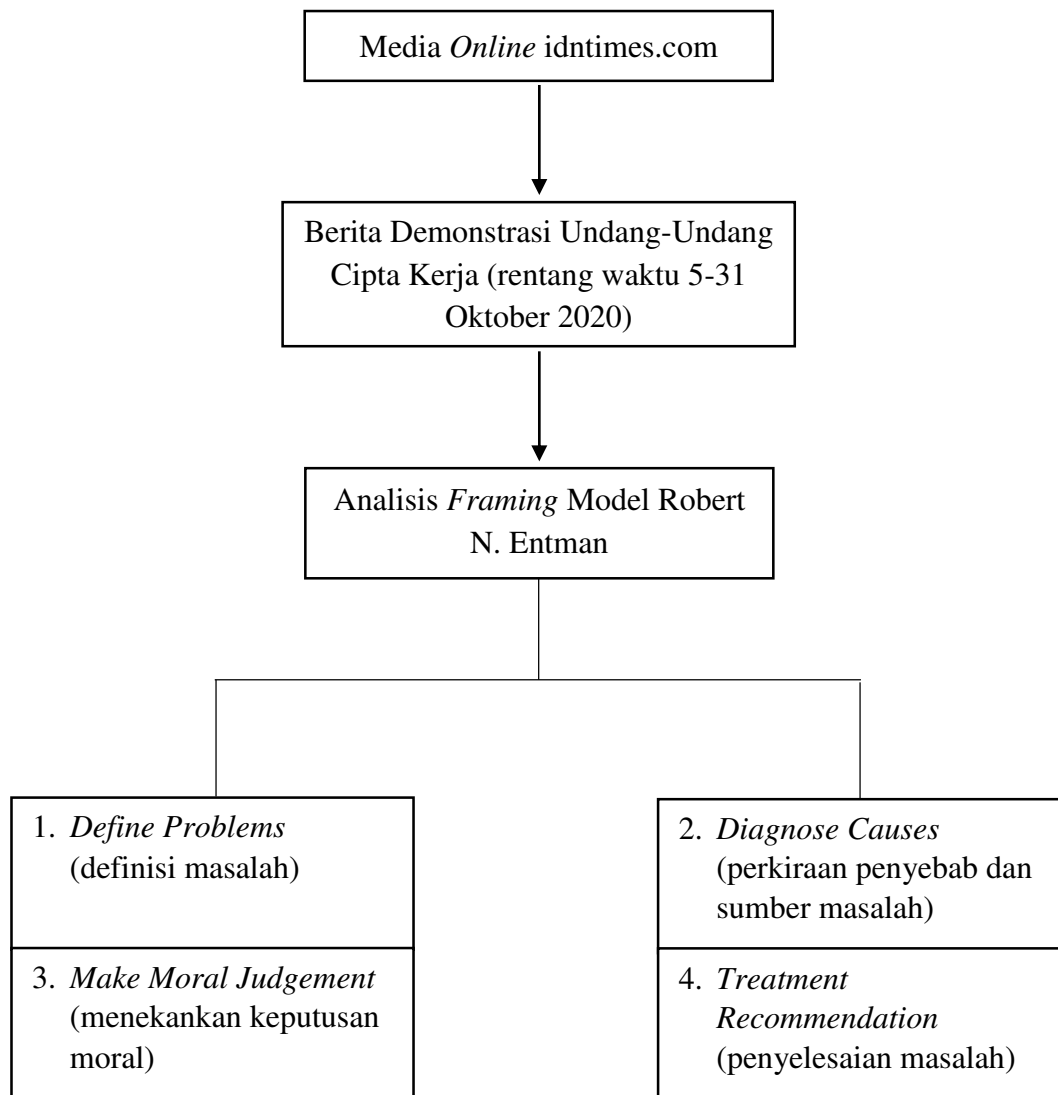
Frame menurut pandangan mereka merupakan cara berkisah atau kumpulan konsep yang tersusun sedemikian rupa serta menampilkan konstruksi makna dari isu/peristiwa yang berhubungan dengan objek sebuah wacana.

Robert N. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu pemilihan isu dan penonjolan bagian-bagian tertentu dari realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses pemilihan isu yang pantas untuk ditampilkan dan penonjolan isi beritanya. Sudut pandang wartawan yang akan menentukan fakta mana yang dipilih, ditonjolkan, dan dibuangnya. Pengambilan keputusan mengenai bagian mana yang akan ditonjolkan tentunya melibatkan nilai dan pemikiran wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita. Penonjolan merupakan proses membuat informasi menjadi lebih terlihat jelas dan bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih mudah mendapatkan perhatian dan memengaruhi masyarakat dalam memahami realitas.

Framing dalam suatu media dijalankan dengan memilih isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan bagian isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana dan penempatan yang menarik perhatian pembaca (menempatkan di *headline*, halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, penggunaan gambar untuk memperkuat penonjolan, penggunaan label tertentu saat menjelaskan orang atau peristiwa yang diberitakan. Menurut Entman, konsep *framing* mengajukan sebuah cara untuk mengungkap kekuatan dari komunikasi teks. Dalam hal ini, *framing* merupakan pemilihan beberapa bagian atau sudut pandang dari pemahaman atas realitas, kemudian membuat bagian tertentu lebih

menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan hasil berupa definisi masalah yang khusus, penafsiran penyebab, keputusan moral, dan menawarkan penyelesaiannya.²

Tabel 2.1
Kerangka Teori Penelitian



² *Ibid*, h. 162-165.

1. *Define problems*, merupakan elemen utama yang dipakai untuk menekankan pada bagaimana suatu peristiwa dipahami (didefinisikan) oleh wartawan.
2. *Diagnoses causes*, merupakan elemen yang dipakai untuk membingkai siapa (*who*), namun dapat juga sebagai apa (*what*). Bagaimana suatu peristiwa dipahami, dan juga melibatkan apa dan siapa yang menjadi sumber masalah.
3. *Make moral judgement*, merupakan elemen yang dipakai untuk membenarkan atau memberikan argumen pada pendefinisian masalah, kemudian penyebabnya sudah ditentukan, maka dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut.
4. *Treatment recommendation*, merupakan elemen terakhir yang dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan untuk menyelesaikan masalah, penyelesaian ini bergantung bagaimana peristiwa itu dipahami, siapa yang menjadi penyebabnya, dan bagaimana argumen yang diajukan.³

³ Eriyanto, *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), h. 225-227.

C. Landasan Teori

1. Media *Online*

a. Definisi Media *Online*

Media *online* atau *cyber media*, *internet media*, dan *new media* merupakan media yang tersedia secara *online* di internet dalam bentuk situs web. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) dari Dewan Pers mendefinisikan media siber sebagai "segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers". Media *online* dapat disebut juga media turunan ketiga setelah media cetak dan media elektronik. Media *online* adalah hasil karya jurnalistik *online* yang diartikan sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet".

Dari sudut pandang komunikasi massa, media *online* menjadi obyek tinjauan konsep media baru, merupakan sebutan yang mengacu pada permohonan untuk mengakses konten tanpa batasan waktu dan tempat, dalam tiap-tiap piranti digital dan *feedback* pengguna yang saling berinteraksi, keterlibatan kreatif, serta komunitas yang dibentuk sekitar konten media, dan dari segi generasi *real time*. Media baru adalah sebutan yang disederhanakan terhadap bentuk media selain 5 media massa konvensional, koran, majalah, radio, televisi, dan film. Media baru mengacu

pada teknologi digital yang terus berkembang, tetapi media baru tidak dapat diartikan sebagai media digital.⁴

b. Jenis-Jenis Media Online

Kategori yang tergolong ke dalam media *online* yaitu portal, *website* (seperti media sosial dan blog), email, radio serta TV *online*. Sekarang ini, dalam pelaksanaan jurnalistik modern, situs *website* berita merupakan media *online* yang umum digunakan.⁵ Situs web merupakan halaman yang berupa satu alamat domain berisikan data, informasi, gambar, audio, video, menampilkan beragam aplikasi, hingga tautan dari web lainnya.⁶

Terdapat 5 kategori pengelompokan media *online* yang berbentuk situs berita, yaitu sebagai berikut:⁷

- 1) Situs berita berupa "edisi *online*" dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *media-indonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, *tribunjabar.co.id*, dan lain sebagainya.
- 2) Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Netherland (*rnw.nl*)
- 3) Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran televisi, seperti *CNN.com*, *metrotvnews.com*, dan *liputan6.com*.
- 4) Situs berita *online* "murni" yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *detik.com*, dan VIVA news.
- 5) Situs "indeks berita" yang hanya memuat *link-link* berita dari situs berita lain, seperti Yahoo! News, *plasa.msn.com*, NewsNow, dan Google News.

⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), cet. ke-3, h. 34-35.

⁵ *Ibid.*

⁶ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), cet. ke-1, h. 25.

⁷ *Op.cit.*, Asep Syamsul M. Romli, h. 36.

c. Karakteristik Media *Online*

Karakteristik yang juga menjadi keunggulan dari media *online* dibandingkan media konvensional, yaitu: ⁸

- 1) Multimedia, yaitu dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, grafis, video, dan gambar secara bersamaan.
- 2) Aktualitas, yaitu berisi informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) Cepat, yaitu ketika informasi yang diupload atau disebar, langsung bisa diakses oleh semua orang.
- 4) *Update*, yaitu pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan.
- 5) Kapasitas luas, yaitu halaman web yang bisa menampung naskah sangat panjang.
- 6) Fleksibilitas, yaitu pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- 7) Luas, yaitu menjangkau seluruh dunia yang mempunyai akses ke internet.
- 8) Interaktif, yaitu dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi, yaitu informasi akan tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui *link*, artikel terkait, dan mesin pencari (*search engine*).
- 10) *Hyperlinked*, yaitu terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Selain itu, terdapat karakteristik yang menjadi kekurangannya, yaitu antara lain: ⁹

- 1) Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet.
- 2) Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh "sembarang orang" yang tidak memiliki keterampilan menulis, dan dapat menjadi pemilik media *online* dengan isi berupa "copy-paste" dari informasi situs lain.
- 3) Adanya kecenderungan mata mudah lelah saat membaca media *online*, khususnya naskah yang panjang.
- 4) Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media *online* biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata.

⁸ *Ibid*, h. 37.

⁹ *Ibid*.

2. Jurnalisme *Online*

a. Definisi Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *online* merupakan laporan faktual yang diproduksi serta disebarluaskan melalui Internet. Jurnalistik *online* atau *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web adalah generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional, yaitu jurnalistik media cetak (seperti koran dan surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (media elektronik seperti radio dan televisi). Jurnalistik dipahami sebagai proses melaporkan, menulis dan menyebarkan informasi atau berita (aktual) melalui media massa. *Online* didefinisikan sebagai keadaan ketersambungan (konektivitas) yang mengacu pada internet atau *world wide web* (www). *Online* merupakan bahasa internet yang artinya “informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet.

Online meliputi berbagai *venue* seperti email, web, *Bulletin Board System* (BBS), IRC, dan lainnya. Dari *venue* tersebut, web adalah *venue* yang memungkinkan penyelenggara jurnalisme *online* untuk menyediakan konten dengan fungsi yang sangat kaya dengan cara yang paling mudah. Jurnalisme *online* menjadi berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (koran, majalah, radio, TV) bukan semata-mata karena menempati banyak *venue* yang berbeda, melainkan karena jurnalisme ini dijalankan pada sebuah media baru yang memiliki

karakteristik yang berbeda dalam hal format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya.¹⁰

b. Karakteristik Jurnalisme *Online*

Adapun karakteristik jurnalisme *online*, yaitu antara lain:¹¹

- 1) Sifatnya *real time*. Berita, kisah-kisah, peristiwa-peristiwa, bisa langsung disebarkan saat kejadian berlangsung.
- 2) Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi *real time* itu lebih leluasa tanpa dibatasi periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran: kapan saja dan di mana saja selama terhubung ke jaringan internet, maka penerbit bisa mempublikasikan berita saat itu juga.
- 3) Menyertakan unsur-unsur multimedia. Jurnalisme *online* mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih banyak dibanding jurnalisme di media tradisional.
- 4) Bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan *hyperlink* yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisme *online* dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain.
- 5) Tidak membutuhkan organisasi resmi berikut legal formalnya sebagai lembaga pers.
- 6) Tidak membutuhkan penyunting/redaktur seperti yang dimiliki surat kabar konvensional sehingga tidak ada orang yang mampu membantu masyarakat dalam menentukan informasi mana yang masuk akal atau tidak.
- 7) Tidak ada biaya berlangganan kecuali langganan dalam mengakses internet sehingga audiens memiliki kebebasan dalam memilih informasi yang diinginkan.
- 8) Relatif yang terdokumentasi karena tersimpan dalam jaringan digital.

c. Jenis-Jenis Jurnalisme *Online*

Seseorang yang menghasilkan konten terutama untuk internet, serta lebih khusus untuk *website*, bisa dikatakan bekerja untuk satu atau lebih diantara 4 jenis jurnalisme *online*, yaitu antara lain:¹²

¹⁰ Andini Nur Bahri, *Diktat Jurnalistik*, h. 26-27. Diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/5526/1/Diktat%20Jurnalistik%20Fix.pdf>, pada 05 Desember 2020 pukul 20:00.

¹¹ Andi Fachruddin, *Journalism Today*, (Jakarta: Kencana, 2019), h. 27-28.

¹² *Ibid*, h. 28-29.

1) *Mainstream News Sites*

Jenis ini mengajukan pilihan konten editorial, baik yang disiapkan oleh media utama yang terpaut dengannya maupun yang dibuat untuk *website*. Tingkat komunikasi untuk partisipasinya tergolong kecil atau tertutup, contohnya, situs MSNBC, CNN, BBC, dan berbagai media berita *online* lainnya. Pada dasarnya, situs ini tidak mempunyai perbedaan dengan jurnalisme yang diaplikasikan di media konvensional, terkait dengan penyajian berita, nilai pada berita, serta kaitannya dengan pembaca.

2) *Indeks & Category Sites*

Situs ini kerap kali dihubungkan dengan mesin pencari seperti Yahoo atau Altavista, perusahaan riset pemasaran seperti Moreover, atau agensi seperti Newsindex. Pada situs ini, jurnalis *online* mengajukan tautan yang menyeluruh ke berbagai situs yang ada di mana pun di *website* internet. Tautan tersebut terkadang dikelompokkan dan tim editorial memberi catatan di dalamnya. Situs-situs tersebut lazimnya tidak menyajikan beragam konten editorial yang dihasilkan sendiri, namun sering kali menyediakan ruang untuk bertukar pesan atau berita, berbagi tips, dan tautan untuk khalayak.

3) *Meta & Comment Sites*

Situs jenis ini berupa media berita serta isu-isu media secara umum. Terkadang ditujukan sebagai pengamat media, dan terkadang menjadi situs kategori dan indeks yang diperlebar seperti European Journalism

Center Medianews. Berbagai jurnalis kerap kali memproduksi konten editorialnya dan pada dasarnya mengulas konten lain, yang didapatkan di mana pun di internet. Konten sejenis itu dibahas dalam rangkaian prosedur produksi media. "Jurnalisme tentang jurnalisme" atau *meta-journalism* sejenis ini lumayan berkembang luas.

4) *Share & Discussion Sites*

Situs ini memanfaatkan permintaan khalayak bagi konektivitas, dengan menghadirkan sebuah wadah untuk membahas konten yang ada di mana pun di internet. Keberhasilan internet pada hakikatnya diakibatkan oleh khalayak yang ingin berhubungan dan terhubung dengan orang lain, dalam jangkauan yang luas dan tidak terbatas. Situs seperti ini menggunakan keunggulan internet, sebagai media untuk bertukar cerita, berbagi ide, dan lainnya. Terkadang memilih topik khusus, seperti: aktivitas anti-globalisasi berskala dunia (situs Independent Media Center), atau berita-berita tentang komputer (situs Slashdot).

d. Kelebihan dan Kekurangan Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *online* mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan jurnalisme konvensional, yaitu sebagai berikut:¹³

- 1) Kapasitas luas halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- 2) Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- 3) Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- 4) Cepat, begitu di-*upload* langsung bisa diakses semua orang.
- 5) Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 6) Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.

¹³ *Op.cit*, Andini Nur Bahri, h. 32.

- 7) *Update*, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- 8) Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dan sebagainya.
- 9) Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
- 10) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Sedangkan kekurangan jurnalisme *online*, yaitu antara lain:¹⁴

- 1) Tidak ada ukuran pasti tentang siapa penerbit berita *online*, sehingga dapat diklaim oleh beberapa pihak.
- 2) Adanya kecenderungan mudah lelah saat membaca sajian di berita-berita *online* yang panjang.
- 3) Tidak selalu tepat, karena mengutamakan kecepatan berita yang dimuat di media *online* biasanya tidak seakurat media lainnya.
- 4) Banyak terjadi kesalahan penulisan yang dikarenakan ketergesasaan dalam proses penulisan.
- 5) Berpotensi mengakibatkan *cyber crime* (kejahatan dunia maya) seperti penculikan, penipuan, dan berbagai tindak kriminal lainnya.
- 6) Menurunnya minat baca di perpustakaan akibat lebih praktisnya media *online*.
- 7) Meningkatkan plagiat akibat mudah dicurinya karya-karya yang tersaji di media *online*.

3. Berita dan Ruang Lingkupnya

a. Definisi Berita

Kata berita pada awalnya berasal dari istilah *vrit* dalam bahasa Sanskerta yang mempunyai arti ada atau terjadi. Kemudian kebanyakan masyarakat Indonesia melafalkan kata *vrit* menjadi *vritta* atau berita.¹⁵ Berita atau dalam bahasa Inggris disebut *news* merupakan laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi (aktual), mengenai fakta-fakta terbaru,

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa*, (Yogyakarta: PT Citra Aji Parama, 2018), h. 2.

mengundang perhatian, dianggap penting, atau fenomenal.¹⁶ Menurut Mitchel V. Charnley, berita merupakan laporan terbaru mengenai fakta yang penting dan menarik untuk masyarakat. Jakob Oetama mendefinisikan berita sebagai laporan mengenai beragam fakta setelah ditampilkan di media massa. Berita harus bersifat faktual, yaitu berdasarkan kenyataan dan bersifat aktual, yang berarti kekinian atau baru. Di samping itu, sifat objektif juga menjadi keharusan dalam berita, yaitu disajikan tanpa adanya pendapat pribadi dan emosi dari penulisnya. Berita bisa ditemukan di media massa, seperti koran, televisi, radio, dan internet.¹⁷

b. Nilai Berita

Dalam sebuah berita, terdapat nilai-nilai yang bermanfaat bagi kepentingan khalayak. Nilai berita tersebut yaitu, antara lain:¹⁸

1) Keluarbiasaan

Keluarbiasaan menjadi salah satu nilai yang ada pada sebuah berita, karena berita dilihat sebagai hal yang besar dan fenomenal. Suatu peristiwa tidak bisa disebut sebagai berita, jika peristiwa yang terjadi menampilkan keluarbiasaan.

2) Kebaruan (Aktual)

Berita erat kaitannya dengan aktualitas atau kebaruan terjadinya peristiwa. Suatu peristiwa dapat dikatakan sebagai berita jika peristiwa

¹⁶ Isnawijayani, *Menulis Berita di Media Massa & Produksi Feature*, (Yogyakarta: Andi, 2019), h. 75.

¹⁷ *Loc.cit*, Inung Cahya S, h. 2-3.

¹⁸ *Ibid*, h. 9-12.

tersebut baru terjadi. Kebaruan berita mempunyai 3 kategori, yaitu sebagai berikut:

- a) Aktual Kalender
- b) Aktual Waktu
- c) Aktual Masalah

3) Kedekatan

Kedekatan berita terbagi menjadi dua macam, yaitu kedekatan geografis yang mengacu pada lokasi di mana peristiwa itu terjadi. Berita akan menarik untuk dibaca jika peristiwa yang diberitakan dekat dengan khalayak. Dan, kedekatan psikologis yang berhubungan dengan kedekatan perasaan, kejiwaan, dan pikiran khalayak dengan peristiwa yang terjadi.

4) Ketertarikan Manusia (*Human Interest*)

Informasi-informasi dari peristiwa yang bisa mengundang berbagai bentuk emosi khalayak saat mendengar atau menyaksikannya perlu diberitakan.

5) Orang Penting

Berita yang menyajikan beragam informasi yang berhubungan dengan orang-orang yang mempunyai kedudukan dan dianggap penting bagi khalayak.

6) Menimbulkan Dampak Bagi Masyarakat

Berita bersumber dari sebuah peristiwa yang memiliki dampak yang nyata bagi kepentingan masyarakat.

7) Informatif

Informasi merupakan kebutuhan utama masyarakat, dan karena itulah, media massa berupaya mencari, menghimpun, dan membagikan berbagai informasi yang menjadi kebutuhan khalayak.

c. Unsur-Unsur Berita

Dalam penulisan berita, terdapat unsur-unsur yang menjadi acuan bagi wartawan. Unsur-unsur berita tersebut, yaitu sebagai berikut: ¹⁹

- 1) *What*: apa yang terjadi dalam suatu peristiwa ?
- 2) *Where*: di mana peristiwa itu terjadi ?
- 3) *When*: kapan peristiwa itu terjadi ?
- 4) *Who*: siapa saja yang terlibat dalam peristiwa itu ?
- 5) *Why*: kenapa peristiwa itu terjadi ?
- 6) *How*: bagaimana peristiwa itu terjadi ?

d. Jenis-Jenis Berita

Berdasarkan sifatnya, berita diklasifikasikan menjadi berita ringan (*soft news*), yaitu berita yang menyajikan informasi ringan dan bersifat menghibur. Berita sedang (*middle range news*), yaitu berita yang informasinya mempunyai dampak psikologis yang bersifat umum. Dan berita berat (*hard news*), yaitu berita yang mempunyai dampak besar bagi psikologis, karena lebih dapat menguras pikiran dan emosi khalayak.

Secara umum, jenis berita diklasifikasikan menjadi 5 jenis, yaitu antara lain: ²⁰

¹⁹ Khoirul Muslimin, *JURNALISTIK DASAR: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*, (Jepara: UNISNU PRESS, 2020), h. 17.

²⁰ *Op.cit*, Inung Cahya S, h. 13-15.

1) Berita Langsung (*Straight News*)

Berita langsung adalah bentuk laporan peristiwa secara langsung, yang secepat mungkin harus disebarkan kepada khalayak. Berita langsung terbagi menjadi 3 jenis, yaitu sebagai berikut:

- a) *Matter of fact news* merupakan berita yang menekankan fakta pokok dalam peristiwa.
- b) *Action news* merupakan berita yang menceritakan perbuatan yang terjadi dalam suatu peristiwa.
- c) *Quote news* merupakan berita yang disajikan dengan kutipan pernyataan pelaku peristiwa dari hasil wawancara.

2) Berita Mendalam (*Depth News Report*)

Berita jenis ini merupakan berita laporan suatu peristiwa yang memerlukan informasi secara mendalam. Bertujuan guna mendapatkan penjelasan dan menyingkap kebenaran yang belum terungkap dari peristiwa tersebut. Pada media massa, berita langsung umumnya berbentuk ulasan utama, kabar utama, atau laporan khusus.

3) Berita Menyeluruh (*Comprehensive News Report*)

Berita yang sifatnya menyeluruh dengan menyajikan informasi yang ditinjau dari berbagai sisi. Adanya berita ini dinilai sebagai pelengkap berita langsung.

4) Berita Pelaporan Interpretatif (*Interpretative News Report*)

Berita yang biasanya memfokuskan pada masalah, isu, atau peristiwa yang sifatnya kontroversial. Wartawan yang memberitakannya

dituntut untuk bisa menganalisis dan memaparkan permasalahan yang terjadi secara jelas dan tetap berpegang pada pertimbangan nilai dan fakta yang ada.

5) Berita Pelaporan Cerita Khas (*Feature Story Report*)

Berita ringan yang disajikan secara mendalam, namun tetap menghibur, dan menarik untuk dibaca. Ciri khas *feature* yaitu mengandung unsur sastra, namun tetap bernilai informasi dan sesuai dengan fakta. Unsur-unsur tulisannya yaitu kreatif, mempunyai nilai informasi, mengandung hiburan, dan tidak terikat waktu.

4. Konstruksi Realitas Media dan Analisis *Framing* Robert N. Entman

a. Konstruksi Realitas Media

Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas (kenyataan). Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk memengaruhi makna dan citra yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.²¹ Ada berbagai cara media massa memengaruhi bahasa dan makna, antara lain: mengembangkan kata-kata beserta makna asosiatifnya; memperluas makna dari istilah-istilah yang ada; mengganti

²¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), cet. ke-7, h. 88.

makna lama sebuah istilah dengan makna yang baru; memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa. Dengan begitu, penggunaan bahasa tertentu jelas berimplikasi terhadap kemunculan makna tertentu. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan makna yang muncul darinya.

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*, dalam buku tersebut mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Berger dan Luckmann memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan realitas (kenyataan) sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik.

Menurut mereka, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial dalam pandangan mereka, tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Media massa khususnya komunikator massanya lazim melakukan berbagai tindakan dalam konstruksi realitas di mana hasil akhirnya berpengaruh kuat terhadap pembentukan makna atau

citra suatu realitas. Sekalipun media massa hanya bersifat melaporkan, tapi jika pemilihan kata, istilah atau sebuah simbol yang secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat, tentu akan menarik perhatian masyarakat tersebut.²²

b. Analisis *Framing* Robert N. Entman

Analisis *framing* adalah model terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya terkait dengan analisis teks media. Ide tentang *framing*, mulanya disampaikan oleh Beterson pada tahun 1955. Awalnya, *frame* diartikan sebagai struktur abstrak atau alat keyakinan yang menyusun pendapat politik, kebijakan, dan wacana, dan menyajikan kelompok-kelompok umum guna menafsirkan realita. Tahun 1974, Goffman mengembangkan ide tersebut lebih lanjut, dengan mengibaratkan *frame* seperti serpihan-serpihan tingkah laku (*strips of behavior*) yang mengarahkan seseorang dalam melihat realitas. Belakangan, ide *framing* dipakai secara luas dalam daftar acuan ilmu komunikasi guna menjelaskan proses pemilihan dan penonjolan bagian-bagian tertentu dari sebuah realita oleh media.

Dari pandangan komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk mengupas kiat-kiat media ketika mengemas fakta. Analisis ini mengamati strategi pemilihan, penekanan, dan pertalian fakta pada sebuah berita agar lebih menarik, mempunyai makna lebih, dan mengena dalam pikiran, guna menggiring penafsiran masyarakat sesuai sudut pandangnya. Dapat

²² *Ibid*, h. 90-92.

disimpulkan, *framing* merupakan pendekatan guna memahami perspektif yang dipakai wartawan saat memilih sebuah isu dan menuliskannya menjadi berita. Perspektif itulah yang nantinya menetapkan fakta yang dipilih, sisi mana yang akan ditonjolkan dan dibuang, serta ke mana berita tersebut hendak dibawa. Gamson dan Modigliani mengatakan perspektif itu sebagai paket yang berisi konstruksi makna dari isu/peristiwa yang akan dijadikan berita.²³ *Frame* menurut pandangan mereka merupakan cara berkisah atau kumpulan konsep yang tersusun sedemikian rupa serta menampilkan konstruksi makna dari isu/peristiwa yang berhubungan dengan objek sebuah wacana.

Robert N. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu pemilihan isu dan penonjolan bagian-bagian tertentu dari realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses pemilihan isu yang pantas untuk ditampilkan dan penonjolan isi beritanya. Sudut pandang wartawan yang akan menentukan fakta mana yang dipilih, ditonjolkan, dan dibuangnya. Pengambilan keputusan mengenai bagian mana yang akan ditonjolkan tentunya melibatkan nilai dan pemikiran wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita. Penonjolan merupakan proses membuat informasi menjadi lebih terlihat jelas dan bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih mudah

²³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), cet. ke-7, h. 161-162.

mendapatkan perhatian dan memengaruhi masyarakat dalam memahami realitas.

Framing dalam suatu media dijalankan dengan memilih isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan bagian isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana dan penempatan yang menarik perhatian pembaca (menempatkan di *headline*, halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, penggunaan gambar untuk memperkuat penonjolan, penggunaan label tertentu saat menjelaskan orang atau peristiwa yang diberitakan. Menurut Entman, konsep *framing* mengajukan sebuah cara untuk mengungkap kekuatan dari komunikasi teks. Dalam hal ini, *framing* merupakan pemilihan beberapa bagian atau sudut pandang dari pemahaman atas realitas, kemudian membuat bagian tertentu lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan hasil berupa definisi masalah yang khusus, penafsiran penyebab, keputusan moral, dan menawarkan penyelesaiannya.²⁴

Beberapa penelitian Robert N. Entman terkait *framing* media yang dituangkan dalam jurnal yaitu, penelitian berjudul “*Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*” yang terbit pada tahun 1993, jurnal penelitian berjudul “*Framing Bias: Media in the Distribution of Power*” yang terbit pada tahun 2007, dan masih banyak lagi penelitian yang

²⁴ *Ibid*, h. 162-165.

dilakukan oleh Robert N. Entman terkait *framing* media.²⁵ Berikut skema *framing* model Robert N. Entman:²⁶

Tabel 2.2
Skema Framing Robert N. Entman

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	Bagaimana suatu peristiwa dipahami? Sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan penyebab masalah)	Apa penyebab dari suatu peristiwa? Siapa yang dianggap sebagai sumber masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat pilihan moral)	Nilai moral apa yang diberikan untuk menerangkan suatu masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk membenarkan suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Penyelesaian masalah)	Penyelesaian apa yang diajukan untuk mengatasi masalah? Jalan apa yang ditempuh untuk menyelesaikan masalah?

Sumber: Eriyanto.

²⁵ <https://scholar.google.com/citations?user=5bPxb10AAAAJ>, diakses pada 16 Agustus 2021 pukul 15:30.

²⁶ Eriyanto, *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), h. 223-224.