

BAB II

FRAMING DAN PEMBERITAAN MEDIA MASSA ONLINE

A. Analisis Framing

Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa menjadi berita dan disebarkan khalayak, seorang ahli komunikasi erianto mendefinisikan *framing* adalah pembuatan atau proses suatu pesan lebih lebih terlihat daripada informasi yang diambil dari realitas sehingga khalayak tertuju pada pesan informasi. Menurut Pan dan Koscki terdapat dua *framing* yang saling berkaitan yang pertama, dalam konsepsi psikologi konsep preming yang menekankan cara seseorang memproses informasi pada dirinya, kedua, streaming yang berkaitan dengan struktur kognitif di mana cara seseorang mengolah sejumlah informasi yang ditunjukkan pada skema tertentu (Eriyanto, 2012).

Pendapat alex sobur mengatakan analisis *framing* adalah konsep yang digunakan untuk melihat perspektif atau cara pandang jurnalis dalam menyeleksi isu serta menulis berita. Alex Sobur melihat pada akhir-akhir ini ilmu komunikasi telah menggunakan konsep *framing* sebagai literatur studi dan juga digunakan untuk menggambarkan proses penyeleksi dan penyorotan aspek-aspek khusus pada media (Alex Sobur, 2018).

Dalam proses pembentukan dan mengkonstruksi realitas dalam berita memiliki bagian-bagian tertentu yang dilihatkan dan ada bagian-bagian berita disamarkan dan dihilangkan. Bagian yang dilihatkan oleh media akan diluapkan oleh khalayak yang Dimana media akan berfokus pada realita dua pemberitaan yang akan diberikan khalayak. Maka konstruksi sosial atau politik ditentukan dengan berita tersebut (Alex Sobur, 2018). Dimana dalam hal ii

media-media memberikan celah untuk realitas-realitas yang diambil kemudian akan diperlihatkan dalam suatu realita dan ada beberapa pertimbangan dari beberapa pihak yang memiliki kepentingan, analisis *framing* adalah metode yang paling penting untuk digunakan para jurnalis.

Analisis *framing* juga adalah suatu seni atau kreativitas yang kesimpulannya boleh jadi berbeda, walaupun memiliki kasus yang sama dikarenakan analisis merupakan seorang manusia aktif dan bebas menafsirkan. hal ini adalah suatu prinsip yang diikuti paradigma imperatif. Menurut Abrar mengemukakan pendapat dalam buku yang berjudul " Panduan Buat Pers Indonesia" dimana terdapat empat teknik berita yang digunakan oleh para jurnalistik. pertama, *Cognitive*, Kedua, Empati, Ketiga, *Packing*, keempat, Asosiasi. Sekurangnya ada tiga bagian berita yang dapat menjadi objek *framing* dimana seseorang jurnalistik yaitu, Judul Berita, Fokus Berita, dan penutup Berita (Eriyanto, 2012).

B. Framing Pemberitaan dalam Konteks Bencana Alam

Banjir kembali menggenangi wilayah Sumatera Selatan. Pada bulan April 2024 banjir melanda Wilayah Palembang. Berbagai media meliput peristiwa Banjir di Kota Palembang sebagai headline di portal webnya, termasuk media sripoku.com dan sumkes.co. Realitas bencana banjir di Kota Palembang telah dikonstruksikan dalam berbagai media, sehingga masyarakat perlu lebih berupaya untuk memahami berita yang disajikan oleh 29 media. Konstruksi berita yang disajikan oleh media memiliki dampak yang signifikan terhadap cara pandang dan pengetahuan masyarakat, terlebih dalamsuasana mencekam dan panik karena bencana (Bungin, 2018).

Pesatnya pertumbuhan media membuat arus media untuk saling bersaing dalam meningkatkan audiens. Semua metode diterapkan oleh media, salah satunya adalah penyajian topik yang menarik dalam situasi tertentu. Sehingga tidak ada peristiwa sosial yang luput dari perhatian media, baik itu peristiwa kecil, maupun mencuri emosi. Semua realitas ini dikonstruksi dan dihadirkan sebagai informasi yang memiliki nilai jual di khalayak (Alex Sobur, 2018).

Dalam hal ini media massa mempunyai bingkai dalam setiap pemberitaannya sesuai dengan ideologi yang mereka pilih. Banyak faktor yang mempengaruhi proses pembentukan berita. Berita yang dirilis ke public dengan fakta objektif, tetapi fakta yang diolah oleh media dan jurnalis di dapur redaksi. Cara media mengemas informasi mengenai peristiwa bencana yang disampaikan kepada public menggunakan metode *framing* yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang penyebab, dampak, dan pihak yang bertanggung jawab dalam situasi bencana. Media juga sering kali menggunakan berbagai strategi *framing* untuk menarik perhatian audiens dan membentuk pemahaman atau opini tertentu terhadap bencana tersebut (Bungin, 2018).

Framing pemberitaan bencana alam dalam media memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana publik memahami, merespon, dan bahkan 30 bertindak terhadap bencana alam. Dengan menggunakan pendekatan tertentu dalam *framing*, media dapat mengarahkan perhatian masyarakat pada aspek yang berbeda-beda, seperti emosi, penanggulangan, penyebab struktural, atau kesiagaan. Oleh karena itu, media perlu bersikap bijaksana dan bertanggung jawab dalam memilih *framing* yang mereka gunakan agar publik

mendapatkan informasi yang seimbang dan menyeluruh (Alex Sobur, 2018).

Pemahaman mengenai *framing* dalam pemberitaan bencana ini juga penting bagi pembuat kebijakan dan pelaku penanggulangan bencana untuk menyesuaikan strategi komunikasi mereka dalam meitimidasi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif pemberitaan di masyarakat (Bungin, 2018).

C. Peran Media sebagai Agen Konstruksi

Pandangan konstruksi mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivis dalam menilai media. Pandangan Positivis media dilihat sebagai saluran. Media sebagai sarana bagaimana pesan dapat disebar dari komunikator ke penerima. Media juga dapat dilihat sebagai saluran untuk transaksi pesan dari semua pihak yang terlibat. Pandangan ini tentu saja melihat media bukan sebagai agen, melainkan hanya saluran. Kalau ada berita yang menyebutkan kelompok tertentu atau menggambarkan realitas dengan citra tertentu, gambaran semacam ini merupakan hasil dari sumber berita komunikator yang menggunakan media untuk mengemukakan pendapatnya. Media disini tidak berperan membentuk realitas, tetapi hanya saluran untuk menggambarkan realitas atau peristiwa (Bungin, 2018).

Setiap media dibuat konstruksi realitas, dikarenakan realitas informasi berita tergantung pada kebijakan redaksional yang sudah ditentukan oleh politik media itu sendiri. Menganalisis Media yang sudah dibenak oleh media, maka analisis *framing* merupakan jalan untuk memahami dan membuat sebuah realitas.

Ada dua ciri-ciri pendekatan konstruksionis yang pertama, pendekatan konstruksionis menekan pada politik pemaknaan dan

proses bagaimana seseorang membuat sebuah Gambaran tentang sebuah realitas. Makna bukanlah konsep statis yang mutlak ditemukan dalam satu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam sebuah pesan. Yang Kedua, pendekatan konstruktivis melihat sebuah kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis, pendekatan konstruktivis mengkaji pesan dibentuk dari sisi komunikator, dan sisi komunikan yang melihat bagaimana cara makna dibangun oleh individu yang menerima pesan, yang mana pesan tidak dilihat sebagai cermin realitas yang menunjukkan fakta atau keadaan yang apa adanya (Eriyanto, 2012).

D. Media Massa *Online*

Perkembangan media komunikasi yang cukup pesat sehingga sangat memerlukan perhatian besar baik di Masyarakat maupun organisasi. Media massa dapat dilihat dari kemampuannya dengan menarik perhatian manusia (Masyarakat), ketiga jenis media massa sama-sama memiliki strategi untuk menarik perhatian khalayak. Dalam hal ini media sosial yang merupakan bagian dari media *online* bisa lebih aktif dalam mengalihkan perhatian masyarakat dari media massa dan hanya tertuju pada media sosial.

Media dalam kehidupan masyarakat memiliki peran penting dengan seiring hadirnya banyak media ditengah Masyarakat (Nur, 2021). Media *online*, sangat digemari seluruh kalangan baik dewasa, remaja maupun anak-anak. Beberapa contoh penggunaan media *online* misalnya ketika berada diluar rumah dan tidak bisa menonton televisi, disitulah peran media *online* berfungsi sehingga kedudukan atau posisinya menjadi penting bagi Masyarakat. Peran media massa juga tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri. Ketika menjalankan perannya, media massa harus

memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (social control) pengawas perilaku publik dan penguasa. Keberhasilan media massa dalam berperan sebagai agent of change dapat dilihat dari pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat (Nur, 2021).

Media tidak hanya dapat mempengaruhi apa yang seseorang telah ketahui melainkan juga mempengaruhi bagaimana seseorang belajar tentang dunianya dan berinteraksi satu sama lain. Pengaruh media massa meliputi tiga aspek; Pertama, aspek kognitif, yang artinya dari tidak tahu menjadi tau. Kedua, aspek afektif yang berarti dari tidak suka menjadi suka. Pada aspek ini juga dapat meningkatkan atau menurunkan dukungan moral. Ketiga, aspek konatif yaitu merubah sikap dan perilaku media massa sangat berperan dalam perkembangan bahkan perubahan tingkah laku suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa sangat penting (Nur, 2021).

Media *online* telah membawa transformasi besar dalam dunia pemberitaan, mengubah cara informasi disajikan, dikonsumsi, dan dipahami oleh Masyarakat. Dengan seiring perkembangan teknologi digital dan internet, media *online* semakin mendominasi dunia informasi, menggantikan peran media tradisional. Transformasi sendiri adalah perubahan yang dilakukan berdasarkan suatu saran atau masukan yang berujung berupa output perubahan (Goldhaber, 1993). Fenomena makin berkembangnya media sosial dan pergeseran pola masyarakat dalam mengonsumsi informasi yang tidak dapat diabaikan begitu saja oleh praktisi industri media pemberitaan mainstream (Nur, 2021).

Media pemberitaan mainstream telah melakukan sinergi dengan melakukan transformasi pada distribusi pemberitaannya. Satu hal yang tidak kalah penting, industri media mainstream juga perlu mengetahui penggunaan berbagai platform media sosial masyarakat era informasi. Mengabaikan peran aktif masyarakat informasi hanya akan membuat industri media pemberitaan ditinggalkan khalayak. Pada era masyarakat mendapatkan informasi, yang nantinya semua orang akan terhubung dengan publik dapat menjadi menjadi object sekaligus subject sebuah berita (Ramadhani & Wahyu, 2022).

Media *Online* dapat dikatakan bentuk media yang menyampaikan informasi dan berita melalui platform berbasis internet, situs web, aplikasi, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya. Media massa *online* juga menjadi salah satu sumber informasi yang paling dominan di dunia modern, yang menggantikan sebagai besar peran media tradisional. Ada beberapa jenis media *online*: Pertama, Situs Berita Media yang fokus pada penyajian berita terkini, analisis, dan artikel terkait berbagai topik, seperti politik, ekonomi, budaya, dan lain-lain. Kedua, Platform Media Sosial Platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berita, pendapat, foto, dan video dalam format interaktif. Beberapa contoh platform media sosial populer adalah Facebook, Twitter (X), Instagram, TikTok, dan YouTube. Ketiga, Portal Berita Digital dan Aplikasi, Aplikasi berita yang memungkinkan pengguna mengakses berbagai artikel dan berita terkini secara langsung di perangkat mobile.

Dan Media *Online* juga memiliki ciri-ciri , *Interaktif, Real-time, Multimedia, Global*. Selain itu memiliki keunggulan seperti Aksesibilitas dapat memudahkan akses dan dapat dilakukan dimanapun

saja dan kapan saja apabila terhubung ke internet. Cepat dan Real-time informasi yang didapat diperbarui dengan cepat. Beragam dimana topik dan format tersedia, dari berita terkini hingga analisis mendalam dan opini.

Perkembangan media digital telah membawa perubahan signifikan pada cara masyarakat mengkonsumsi informasi. Meskipun media tradisional dan media digital sama-sama berfungsi untuk menyampaikan informasi, keduanya memiliki karakteristik, kelebihan, dan kekurangan yang berbeda. Berikut adalah beberapa perbandingan antara media tradisional dan media digital, Pertama, Kecepatan Penyampaian Informasi, Media tradisional, yang biasa memiliki jeda waktu lebih lama dalam penyampaian informasi dikarenakan proses produksi dan distribusi yang memerlukan waktu. Sedangkan media digital informasi dapat disampaikan secara real-time, dan dapat diakses melalui situs web atau media sosial tanpa harus melalui proses fisik. Kedua Interaktivitas dengan Pembaca Media tradisional, Cenderung bersifat satu arah dan pasif, di mana informasi disampaikan dari pihak media kepada pembaca tanpa adanya umpan balik langsung, sedangkan media digital sangat interaktif karena memungkinkan audiens memberikan sebuah komentar, berbagi atau memberikan reaksi secara langsung (Deti & Matondang, 2024).