

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian ini, penulis merujuk kepada penelitian sebelumnya untuk memudahkan peneliti menyelesaikan penelitian ini. Penelitian sebelumnya menjadi acuan ketika memakai analisis framing dalam penelitian ini. Penelitian pertama dari (2019) berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018 pada Situs Berita Daring Indonesia”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini memakai dua jenis sumber data, yakni sekunder dan primer. Data primer yakni teks berita dari media *online* JawaPos.com, Surya.co.id dan Tempo.co, sedangkan data sekunder bersumber dari studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa tiap portal berita memiliki sudut pandang yang hampir sama. Hal ini membuat pandangan audiens terhadap pesan yang disampaikan juga berbeda, perbedaan ini dipengaruhi karena adanya *gatekeeper*. *Gatekeeper* menyelaraskan berita dengan hal yang sesuai dengan perusahaan. Pada portal berita JawaPos.com mengenai Pilgub Jawa Timur 2018 ditampilkan secara objektif dan memberikan pengetahuan. Sedangkan Surya.co.id menampilkan informasi yang detail tentang kegiatan masing-masing paslon. Dan yang terakhir Tempo.com lebih fokus kepada hasil debat tanpa menjelaskan kegiatan paslon. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa *gatekeeper* sangat berpengaruh pada sudut pandang dalam penulisan berita karena mempertimbangkan kepentingan visi-misi perusahaan. Perbedaan penelitian

ini dengan penelitian yang dilakukan terdapat di jumlah sumber berita yaitu berjumlah tiga media *online* dan rumusan masalah yang diteliti, sedangkan kesamaan dari penelitian ini adalah metode yang dipergunakan yaitu metode analisis *framing* Robert N. Entman. Penelitian kedua berjudul “Analisis Pembingkai Laporan Korupsi Massal Media *Online* Detik.com” oleh Muhammad Fairuz, Suwandi, dan Aat (2019). Penelitian ini berusaha memahami bagaimana media *online* mengkonstruksi citra PDIP berdasarkan *framing* pemberitaan tentang PDIP sebagai partai dengan anggota terkorup dalam kasus korupsi massal DPRD Kota Malang. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan landasan konseptual analisis *framing* Robert M. Entman. Temuan penelitian ini adalah *framing* media *online* Detik.com dalam peristiwa korupsi massal DPRD Kota Malang dalam mewujudkan citra PDIP sebagai partai dengan korupsi terbanyak cenderung netral karena menampilkan *cover* kedua belah pihak, melainkan Wartawan. Detik.com terus memberikan opini dalam pemilihan gambar dan pembuatan judul. Karena Detik.com memberikan fakta, masih dikatakan netral. Karena pemberitaan termasuk dalam model *bad news*, maka konstruksi citra buruk PDIP bisa dikatakan terkonstruksi. Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah hanya menggunakan satu media *online* dan merumuskan masalah yang diangkat. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah metode analisisnya menggunakan metode analisis Robert N. Entman.

Penelitian ketiga Kheyene, Mutia, dan Nalal berjudul "Analisis

Pembingkajian Berita Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di *MediaOnline*". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji liputan berita Gugus Tugas Covid-19 di tiga media *online*. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* Robert N. Entman. Studi ini mencakup empat langkah: mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebabnya, membuat penilaian moral, dan membuat rekomendasi penyelesaian. Menurut temuan penelitian ini, *Define Problem* dalam memberitakan kebijakan pemerintah dalam menarik *influencer* bukanlah hal yang tepat untuk dilakukan. Ketidakpedulian generasi milenial terhadap pandemi Covid-19 ditunjukkan sebagai penyebabnya. *Make Moral Judgement* dibentuk dengan menekankan bahwa kontribusi *influencer* untuk negara bersifat sukarela, dan terakhir *Treatment Recommendation* yang diajukan pemerintah yaitu *influencer* sebagai mediator untuk menyampaikan pesan Covid-19 kepada masyarakat. Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan tiga sumber media *online* yang berbeda dan rumusan masalah yang berbeda. Kesamaan penelitian ini antara lain penggunaan media *online* Kompas.com sebagai objek penelitian dan penggunaan metode analisis, khususnya metode analisis *framing* Robert N. Entman.

Penelitian nomor empat oleh Nove (2020) berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Pidato Menteri Nadiem Makarim pada Peringatan Hari Guru Nasional”. Penelitian ini memakai analisis *framing* model Robert N. Entman guna menganalisis sudut pandang media *online* pada teks pidato

Nadiem Makarim. Tujuannya yaitu guna mendapatkan perbedaan media dalam mengolah atau menampilkan fakta dalam sebuah kejadian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tiap media *online* mempunyai ciri khas tersendiri dalam menampilkan berita mengenai pidato Nadiem Makarim di Hari Guru. Media *online* Liputan6 mempresentasikan berita melalui sudut pandang keprihatinan Nadiem Makarim kepada pendidikan di Indonesia. Akan tetapi Republika.co.id, Pontas.id, serta CNNIndonesia.com memakai sudut pandang tokoh pendidikan dalam mengkritik dari segi implementasi dan peluang terhadap naskah pidato Nadiem Makarim. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan terdapat dalam jumlah media *online* yang digunakan yaitu tiga. Kesamaannya yaitu menggunakan metode analisis yang dipergunakan ialah metode analisis *framing* Robert N. Entman.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1 Komunikasi Massa dan Pemberitaan**

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan oleh media massa bisa berupa cetak ataupun elektronik. Ada beragam bentuk media massa dalam komunikasi massa, dari berbagai pengertian mengenai bentuk media massa misalnya media cetak (majalah, tabloid, dan surat kabar), media elektronik (tv atau radio), film, serta buku. Seiring perkembangan zaman, kini internet masuk dalam media massa (Nurudin, 2019).

Media Massa adalah saluran komunikasi massa untuk menyampaikan pesan, informasi, dan buah pikiran kepada masyarakat dalam kurun waktu bersamaan (Romli, 2013). Proses komunikasi massa di era digital membawa perubahan dalam menjelaskan bagaimana pesan dan makna media dikonstruksi dan dikomunikasikan dalam kehidupan. Komunikasi massa telah dipahami sebagai proses linier dalam menghasilkan dan menyampaikan pesan kepada masyarakat. Pengirim (dalam hal ini penulis, produser, dan organisasi) mengirimkan pesan (berupa program, teks, gambar, atau suara) melalui saluran media massa (cetak, elektronik, ataupun internet). Dalam proses ini ada yang disebut *gatekeeper* (editor berita, produser eksekutif, dan manajer media lainnya) bertugas untuk menyaring pesan. *Gatekeeper* ini yang akan membuat keputusan tentang pesan apa yang akan ditampilkan. Pada proses ini audiens diperkenankan untuk memberikan *feedback* melalui surat kepada editor, telepon, atau e-mail (Campbell et al., 2014).

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988), fungsi komunikasi massa yaitu *to entertain* (menghibur), *to persuade* (membujuk), *to inform* (memberi informasi), serta transmisi budaya. Selain Jay dan Frederick, Harold D. Laswell (1988) juga mengungkapkan fungsi komunikasi massa yakni, *surveillance of the environment* (mengawasi), *correlation of the part of society in responding to the environment*, serta *transmission of the social heritage from one generation to the next* sependapat dengan Lasswell, namun menambahkan fungsi *entertainment*. Alexis S. Tan mempermudah fungsi komunikasi massa sebagai berikut.

No	Tujuan Komunikator (Penjaga Sistem)	Tujuan Komunikator (Menyesuaikan diri pada sistem: pemuasan kebutuhan)
1	Memberi informasi	Meneliti ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji realitas, membuat keputusan.
2	Mendidik	Mendapat pengetahuan yang berguna untuk beroperasi dalam masyarakat secara efektif, mempelajari nilai-nilai dan perilaku yang sesuai agar diterima oleh masyarakat.
3	Mempersuasi	Mendistribusi keputusan, mengadopsi nilai, perilaku, dan aturan yang sesuai agar diterima oleh masyarakat.
4	Menyenangkan, memuaskan kebutuhan komunikator	Menyenangkan, santai, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang ada.

Tabel 2.1 Fungsi Komunikasi Massa Menurut Alexis S. Tan  
 Sumber: Nurudin, 2019

Pemberitaan di media massa mempunyai berbagai macam elemen seperti isi, komunikator, umpan balik, *gatekeeper*, gangguan, *audience*, saluran, serta filter. Di media cetak, yang disebut komunikator mengacu pada reporter, *copyeditor*, fotografer, atau orang yang ikut memutuskan proses penyiaran. Lembaga media massa tidak hanya menyebarkan informasi belaka, tetapi juga mencari keuntungan untuk menjaga kelangsungan hidup lembaga itu sendiri. Peran dari komunikator juga menentukan daya saing sebuah media cetak. Selanjutnya isi, media massa memiliki kebijakan tersendiri dalam mengelola isinya. Isi sebuah media dibagi menjadi 5 kelompok yaitu iklan dan bentuk penjualan lain, pendidikan dan sosialisasi, berita dan informasi, korelasi masyarakat dengan persuasi, analisis dan interpretasi, dan hiburan. Hal yang harus dimiliki sebuah media adalah berita dan informasi karena media massa bertugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Media cetak tidak hanya memberikan berita dan informasi dalam

bentuk *straight news* saja, tetapi ada juga laporan investigasi, *feature*, tajuk rencana, dan lain sebagainya. *Audience* dalam media cetak adalah pembaca (Nurudin, 2019).

Dalam produksi sebuah berita selain memperhatikan nilai berita, harus juga memperhatikan kategori berita sebagai berikut (Romli, 2013)

1. *Depth News*: Berita mendalam yaitu berita yang mengangkat sebuah masalah secara lebih dalam.
2. *Straight News*: Disebut juga berita langsung sebab waktu pemberitaannya dekat dengan waktu sebuah peristiwa itu terjadi, biasanya tidak lebih dari 24 jam.
3. *Opinion News*: Adalah berita yang berdasar kepada argumen pribadi individu terhadap sesuatu, biasanya narasumbernya adalah sosok penting atau ahli.
4. *Investigation News*: Adalah berita yang mengacu pada riset maupun survei dari beberapa sumber.
5. *Interpretative News* : Merupakan gabungan dari opini reporter maupun narasumber dengan fakta.

### **2.2.2 Konstruksi Realitas Media dan Opini Publik**

Berawal dari buku dengan judul “*The Social Construction of Reality*” yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Buku tersebut menjelaskan proses kemasyarakatan melalui relasi dan aksi, di mana seseorang secara berulang kali membuat sebuah kenyataan yang dialami bersama secara subjektif . Ketika berbicara tentang konstruksi sosial akan mengacu pada apa yang tampak alami sebenarnya adalah hasil dari interaksi sosial, serta keyakinan apa pun

tentang realitas diartikan secara budaya dan spesifik secara kontekstual Sandywil (Yan, 2020). Teori ini adalah studi teoritis dan sistematis dari sosiologi pengetahuan, bukan tinjauan sejarah perkembangan disiplin ilmu. Konstruksi sosial awalnya berasal dari filsafat konstruktivisme (Luzar, 2015).

Kekuatan media massa untuk membentuk realitas sosial bergantung pada individu (awak redaksi media) yang mengoperasikan media massa sesuai dengan kepentingannya. Pengetahuan yang dibuat media massa sangat jelas bahwa informasi yang ditampilkan merupakan hasil dari konstruksi media itu sendiri, bukan lagi informasi yang sebenarnya. Media dapat menciptakan makna simbolik yang sama dikarenakan proses interaksi dengan penggunanya secara terus-menerus, sehingga dapat memaknai pesan yang ditampilkan secara bersama-sama. Masyarakat merasa bahwa dunia sosial mereka dikonstruksi oleh komunikasi media massa, padahal realitas yang dibentuk media bukan realitas yang asli (Sobur, 2017).

Menurut Louis Althusser, ia mengatakan bahwa media dan kekuasaan saling terkait dan menempati posisi penting. Media massa sebagai lembaga pendidikan, keagamaan, serta seni budaya adalah unsur dari alat kewenangan negara yang secara ideologis bertujuan untuk menegakkan ketaatan masyarakat kepada kelompok penguasa. Menurut Antonio Gramsci, media dianggap sebagai tempat untuk menampilkan ideologi. Artinya, di satu sisi media mampu menjadi media penyampaian legitimasi, ideologi, serta kontrol wacana publik. Tetapi di satu sisi, media dapat menjadi sarana perlawanan. Media mampu menjadi alat bagi pembentukan budaya dan ideologi yang berkuasa untuk kepentingan penguasa atau bahkan menjadi alat perjuangan kelompok-kelompok minoritas untuk membangun

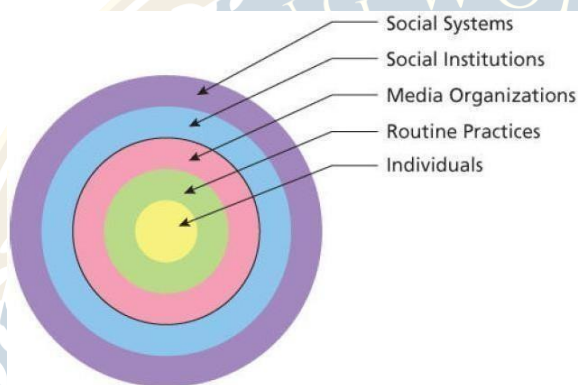
budaya dan ideologi yang mereka lawan. Dapat disimpulkan bahwa media massa bukanlah hal yang bebas, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan realitas sosial. Realitas media merupakan peristiwa dari media yang disajikan melalui berbagai perspektif ideologi pelapor dan media itu sendiri. Maka dari itu, kejadian nyata dalam kehidupan sosial tidak sepenuhnya dilaporkan. Media menyaring bagian mana yang akan dirilis ke publik. Dengan ini media dapat membentuk opini publik (Sobur, 2017).

Opini publik adalah opini tentang suatu isu atau peristiwa yang menimbulkan perhatian publik. Opini publik bukan dilihat dari banyaknya orang, tetapi karena sifatnya berkaitan dengan urusan publik (Heryanto & Risman, 2013). Untuk mengembangkan opini publik yang positif tentang badan publik, deskripsi yang lengkap dan objektif tentang kegiatan yang mempengaruhi kepentingannya harus diberikan agar masuk akal. Selain pendapat dan saran publik, diskresi panel juga harus diperhatikan dan dihormati.

Dinamika pembentukan opini publik juga menggarisbawahi fakta bahwa aktivitas yang sama tidak ada di semua peristiwa politik. Opini publik terbentuk sesuai dengan keadaan dan situasi politik yang melingkupi peristiwa politik atau komunikator. Artinya, setiap peristiwa memiliki alasan yang mendasari dan merupakan sesuatu yang dapat dijelaskan, dibentuk, diubah, dipertahankan dan dipertahankan. Memahami konteks peristiwa adalah kunci untuk berurusan dengan opini publik (Wahid, 2016). Realitas media adalah peristiwa dari media, yang disajikan melalui berbagai perspektif ideologis media dan pelaku media itu sendiri.

Oleh karena itu, peran berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan berita oleh media tidak dapat dikesampingkan

Teori yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menjelaskan bagaimana sebuah berita dipengaruhi oleh faktor-faktor, yaitu pengaruh individu pekerja media, rutinitas media, organisasi, ideologi, dan pengaruh luar terhadap media (Shoemaker & Reese, 2013).



Gambar 2.1 Model Hirarki Pengaruh

Sumber: (Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective, 2013)

Shoemaker dan Reese mengidentifikasi lima tingkat (*level of influence*) yang mempengaruhi isi berita. Mulai dari kalangan terkecil, pelaku media personal; latihan rutin; organisasi media; institusi sosial; dan, akhirnya, sistem sosial. Masing-masing lingkaran menurut Shoemaker dan Reese memiliki karakteristik yang berbeda-beda, namun semuanya membentuk suatu sistem yang tidak dapat dipisahkan (Shoemaker & Reese, 2013). Selain sikap politik, Shoemaker dan Reese mengidentifikasi beberapa variabel di tingkat individu yang dapat mempengaruhi mekanisme pengiriman pesan. Variabel pertama adalah latar belakang dan karakteristik pelaku media (gender, etnis, orientasi seksual, kelas sosial, dan latar belakang pribadi dalam kaitannya dengan status sosial ekonomi, karir, dan

pendidikan). Kedua, mempertimbangkan nilai dan keyakinan pelaku media (misalnya agama: orientasi agama, sikap politik). Ketiga, aktor media memilih "peran" dan "kerangka etis" dalam situasi tertentu. Rutinitas media adalah tingkat kedua yang mempengaruhi isi media. Rutinitas media terdiri dari tiga komponen: sumber berita (penyedia), organisasi media (pemroses), dan khalayak (pelanggan). Daya tarik ketiga elemen ini ketika merancang rutinitas media adalah respons praktis terhadap kebutuhan organisasi media. Untuk bertahan hidup, media harus menciptakan perbedaan antara biaya produksi dan penjualan berita. Ini memerlukan keseimbangan antara produksi berita dan proses pemasaran. Tingkat berikutnya adalah organisasi media. Organisasi memegang posisi memerintah dalam mekanisme pengiriman pesan. Pekerja dan rutinitas media individu diatur oleh struktur dan kebijakan organisasi atau institusional yang membentuk organisasi mereka. Pemilik media, baik individu maupun korporasi, memegang kekuasaan organisasi paling besar di media (Adiprasetyo, 2015). Mempekerjakan editor dan memilih atau mempromosikan orang-orang yang dianggap loyal untuk mengambil posisi strategis dalam menentukan berita dapat menunjukkan kekuatan organisasi. Akibatnya, muncul '*self-censorship*', atau sensor oleh tim media itu sendiri (Shoemaker & Reese, 2013). Tingkat keempat dari hierarki pengaruh pesan dibentuk oleh lingkaran, yang merupakan institusi sosial yang beroperasi secara independen dari organisasi media. Media merupakan komponen pranata sosial yang terkait dengan pranata sosial lain yang memiliki kekuatan yang saling melengkapi. Hubungan ini memiliki dampak tidak langsung pada proses pengiriman pesan. Shoemaker dan Reese mengadopsi argumen Manuel Castells bahwa media secara

umum adalah ruang terlembaga yang dipengaruhi oleh struktur politik dalam hal logika dan organisasi (Adiprasetio, 2015). Sistem sosial adalah tingkat kelima, lingkaran terluar dalam hierarki pengaruh. Menurut Shoemaker dan Reese, sistem sosial adalah struktur yang menghubungkan masyarakat secara umum dengan institusi yang diciptakan masyarakat. Sistem sosial sangat beragam. Itu disederhanakan oleh Shoemaker dan Reese menjadi empat subsistem: ideologi, ekonomi, politik, dan budaya. Keempat bagian ini berada dalam kisaran makro dan terkadang sulit ditemukan (Shoemaker & Reese, 2013).

### **2.2.3 Analisis Framing Robert N. Entman**

Entman mengungkapkan bahwa *framing* memilih realitas yang membuat realitas tersebut lebih tersorot (Eriyanto, 2019). Pada hakikatnya, analisis *framing* merupakan interpretasi terbaru dari analisis wacana, lebih spesifiknya guna memahami teks media. pada dunia komunikasi, analisis *framing* dipergunakan dalam membedah ideologi media ketika mengkonstruksi pesan. Beterson pertama kali melontarkan gagasan tentang *framing* pada tahun 1995. Analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana media dalam mengonstruksi fakta. Dapat dikatakan *framing* yaitu sebuah pendekatan guna mengetahui bagaimana sudut pandang wartawan menulis berita. Belakangan ini, konsep *framing* sudah banyak dipakai pada literatur ilmu komunikasi guna menjelaskan proses pemilihan media serta menekankan aspek tertentu dari realitas (Sobur, 2017).

Dalam pemberitaan suatu peristiwa atau isu, media akan memberitakan sesuai dengan sudut pandang masing-masing. Jarang terjadi bahkan hampir tidak pernah sebuah peristiwa atau isu memiliki kesamaan sudut pandang antar media.

Sudut pandang tersebut yang akan menetapkan fakta apa yang akan diangkat, sisi mana yang akan ditampilkan, dan ke mana berita ini dibawa (Eriyanto, 2015). Menurut Robert N. Entman Siahaan *framing* ditentukan oleh perspektif wartawan, *framing* juga memiliki keterkaitan penting terhadap komunikasi politik (Sobur, 2017).

Robert N. Entman mengatakan bahwa kunci *framing* adalah seleksi, sehingga berdampak pada realitas tertentu akan terlihat jelas pada teks komunikasi. Realitas sangat rumit, dan melalui *framing* tersebut media dapat menyederhanakan realitas, sehingga khalayak dapat memahami dengan memilih dan menyoroti bagian-bagian tertentu dari realitas. Seleksi dan penyorotan itu, dapat dilihat melalui (a) *Define problems*; (b) *Diagnose Causes*; (c) *Make Moral Judgement*; dan (d) *Treatment Recommendation* (Eriyanto, 2019).

1) Pendefinisian Masalah (*Define Problems*)

*Define Problems* adalah elemen pertama yang terlihat. Elemen ini adalah *master frame* utama. Menekankan bagaimana jurnalis memahami sebuah peristiwa dan sebagai masalah apa. Kejadian yang sama bisa diketahui melalui cara yang tidak sama, serta kerangka kerja yang berbeda akan mengarah pada realitas konstruksi yang berbeda.

2) Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah (*Diagnose Causes*)

*Diagnose Causes* adalah elemen *framing* guna memberi bingkai siapa yang dirasa sebagai pemeran utama dari sebuah peristiwa. Pemeran utama di sini bisa berupa siapa (*who*) atau apa (*what*).

3) Membuat Keputusan Moral (*Make Moral Judgement*)

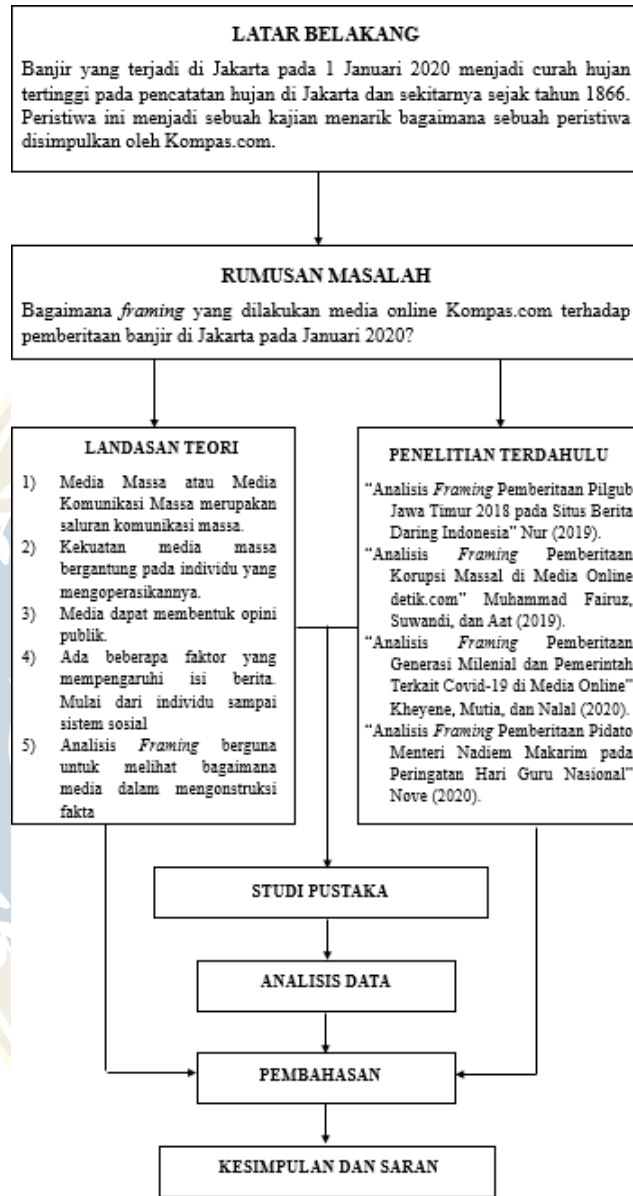
*Make Moral Judgement* adalah elemen *framing* yang dipakai guna meluruskan alasan untuk memperkuat pendefinisian permasalahan yang telah ditetapkan. Setelah mendefinisikan permasalahan dan menentukan penyebab masalah, diperlukan argumen yang kuat guna memperkuat gagasan itu.

4) Menekankan Penyelesaian (*Treatment Recommendation*)

*Treatment Recommendation* merupakan elemen yang digunakan dalam mengukur apa yang dikehendaki jurnalis. Upaya apa yang diambil dalam memecahkan permasalahan. Tentu saja penyelesaiannya sangat bergantung pada bagaimana insiden tersebut dipandang serta siapa yang dianggap sebagai penyebab masalahnya.



### 2.3. Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual  
Sumber: Olahan Penulis, 2021