

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kerangka Konseptual

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun sebuah kerangka konseptual yang memuat pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian akan disoroti.

Menurut **Kerlinger**, dalam buku **Psikologi Komunikasi**, dikutip oleh **Djalaludin Rakhmat** menyatakan bahwa:

Teori merupakan suatu himpunan konstruk (konsep) yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut. (2009:6)

Sementara itu ia juga mengatakan, fungsi dari teori itu sendiri adalah untuk membantu penelitian menerangkan fenomena sosial atau fenomena alamai yang menjadi pusat perhatiannya, serta memberikan ketajaman analisis peneliti akan masalah yang diteliti.

2.1.1. Pengertian Media *Online*

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat, karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media *online*. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio *online*, TV *online*, pers *online*, dan mail *online* dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya. Media *online* secara khusus menyajikan karya jurnalistik, seperti berita, artikel dan *feature* secara *online*.

Dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Elvinaro Ardianto**, mengatakan: **“Pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya.” (2007:156)**

Sama halnya dengan telepon, sebuah media *online* akan memungkinkan seorang wartawan (Jurnalis *online*) mewawancarai orang dimanapun orang itu berada, jaringan komunikasi elektronik juga memungkinkan wartawan mencari dimana seseorang berada dan mendapatkan informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia. Pendeknya informasi melalui jaringan internet sangat memudahkan seorang wartawan menjalankan tugasnya dimanapun dia berada.

2.1.2. Karakteristik Media Online

Karakteristik media *online* mampu menjangkau masyarakat lebih dekat, *alternative promise*, kepuasan kepada pembaca karena mudah di akses, serta berita aktual yang diperbaharui terus-menerus. Berikut karakteristik yang di miliki oleh media *online*:

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

2.1.3. Keunggulan Media Online

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Keunggulan media *online* adalah informasi/berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis.

1. *Up to date*, media *online* dapat melakukan pembaharuan suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja, tidak melulu menggunakan bantuan komputer, tetapi fasilitas teknologi pada *handphone* (telepon genggam) atau lebih spesifik dengan kata *smartphone* (telepon genggam yang telah memiliki fasilitas teknologi internet). Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi/berita yang lebih mudah dan sederhana.
2. *Real time*, cara penyajian berita yang sederhana tersebut menjadikan media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung hal ini yang dimaksud dengan *real time*. Wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa dengan bantuan telepon atau fasilitas internet seperti e-mail dan lainnya.
3. Praktis, media *online* terbilang praktis karena kemudahan untuk mendapatkan berita dan informasinya, kapan saja bila diinginkan media *online* dapat dibuka dan dibaca sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. *Handphone* yang memiliki fasilitas koneksi internet, komputer yang memiliki sambungan internet baik di perkantoran atau di rumah, dan dapat pula di warung internet (warnet).

2.1.4. Pengertian Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet. **Charnley** dan **James M. Neal** dalam buku **Politik dan Radio, Buku Pegangan Bagi Jurnalis Radio**, menuturkan: **“Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.”** (2000:68-69)

Doug Newsom dan **James A. wollert** dalam *Media writing: News for the Mass Media* mengemukakan:

Dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. (1985:11)

AS Haris Sumadiria menyebutkan kriteria umum atau syarat-syarat yang menentukan nilai dari sebuah berita menurut para pakar jurnalistik seperti Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, Don Ranly dalam *News Reporting and Editing*, adalah *Timeline* (kebaruan, aktualitas, dan waktu); *Proximity* (jarak); *Prominence* (orang-orang yang terkemuka); *Unusualness* (keluarbiasaannya); *Impact* (akibat); *Information* (informasi); *Conflict* (konflik); *Surprising* (kejutan); *Human Interest* (ketertarikan manusiawi); dan *Sex* (seks).

2.1.5. Pengertian Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004. Dalam Pasal 56 ayat 1, menyebutkan bahwa Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Kemudian, dalam Pasal 56 ayat 2, mengatakan bahwa pasangan calon sebagaimana ayat 1 (satu) diusung oleh partai politik, gabungan partai politik atau perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang yang memenuhi persyaratan sebagaimana ketentuan dalam Undang-Undang ini.

Pilkada secara langsung yang telah dilaksanakan sejak bulan Juni 2005 merupakan buah reformasi yang menjadi cita-cita bersama bangsa Indonesia. Pilkada pada hakikatnya adalah “pesta demokrasi rakyat” di mana rakyat di setiap daerah dapat memilih secara bebas dan rahasia siapa calon gubernur, bupati dan walikota yang akan menjadi pemimpin mereka.

Pilkada langsung merupakan sebuah momentum untuk mencerdaskan dan menyadarkan perilaku politik masyarakat di daerah, bukan memindahkan konflik politik dari pusat ke daerah. Sikap kritis masyarakat pemilih terhadap para calon pemimpin di daerah merupakan masyarakat yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan demokrasi, dan kehidupan politik yang lebih beradab untuk mencapai kesejahteraan rakyat.

Menurut PP No. 6 tahun 2005, Pilkada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan/atau kabupaten/kota berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah adalah gubernur dan wakil gubernur untuk provinsi, bupati dan wakil bupati untuk kabupaten, serta walikota dan wakil walikota untuk kota.

Pilkada diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kepala Daerah (KPUD). KPUD adalah KPU provinsi dan KPU kabupaten/kota yang diberi wewenang khusus oleh Undang-Undang No. 32 tahun 2004 untuk menyelenggarakan pemilihan di provinsi dan/atau kabupaten/kota. Dalam melaksanakan tugasnya, KPUD bertanggung jawab kepada DPRD. Pelaksana pemungutan suara dalam pemilihan pada tingkat kecamatan, desa/kelurahan dan tempat pemungutan suara dilaksanakan oleh Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), Panitia Pemungutan Suara (PPS) dan Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS).

Pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah diusulkan oleh partai politik, gabungan partai politik, atau perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang yang memenuhi persyaratan sebagaimana ketentuan. Partai politik atau gabungan partai politik sebagaimana dimaksud dapat mendaftarkan pasangan calon apabila memenuhi persyaratan perolehan sekurang-kurangnya 15% (lima belas persen) dari jumlah kursi DPRD atau 15% (lima belas persen) dari akumulasi perolehan suara sah dalam pemilihan umum anggota DPRD di daerah yang bersangkutan.

2.1.6. Pengertian Kampanye

Kampanye seperti diatur oleh UU No. 12 merupakan kegiatan yang wajib dilakukan sebagai bagian dari penyelenggaraan pemilu, baik di tingkat nasional maupun daerah dan atau pun pemilihan legislatif, selain itu kampanye adalah kegiatan dalam rangka meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon. Kampanye bisa juga disebut sebagai ujung tombak untuk memenangkan pilkada, dengan kampanye kita bisa mengukur kekuatan kita sendiri dan calon lain. Kampanye juga bisa membangun kedekatan yang sangat baik antara rakyat yang memilih dan calon yang akan dipilih dan ini akan sangat penting untuk pelaksanaan pemilihan umum secara langsung.

Sedangkan definisi kampanye menurut **Rogers dan Storey** dikutip oleh **Rosady Ruslan** dalam buku **Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations***, yaitu: **“Kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.” (2005:23)**

Merujuk pada PP No. 6 tahun 2005, kampanye dilaksanakan sebagai bagian dari penyelenggaraan pemilihan, diselenggarakan di seluruh daerah yang menyelenggarakan pilkada. Kegiatan diselenggarakan oleh tim kampanye yang dibentuk oleh pasangan calon bersama-sama partai politik atau gabungan partai politik yang mengusulkan pasangan calon.

Kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta adalah salah satu peristiwa yang sedang terjadi, sedangkan aktor atau pelakunya adalah ketiga pasangan calon gubernur dan wakil gubernur, yaitu Agus-Sylvi, Ahok-Djarot dan Anies-Sandiaga. Persaingan untuk memperebutkan hati dan perhatian masyarakat tidak dapat dilakukan sendiri oleh partai politik kontestan. Untuk melakukannya, mereka membutuhkan media dan pers. Dengan menggunakan media dan pers, cakupan (*coverage*) penyebaran informasi, program kerja, dan produk politik lainnya akan menjadi lebih luas dan komprehensif. Berita-berita seputar kampanye pilgub DKI Jakarta yang disajikan oleh media tidak pernah lepas dari sepak terjang para pasangan calon. Terlebih pada masa kampanye, karena pada saat itulah para pasangan calon melakukan berbagai cara agar masyarakat mengenal dan memilih mereka. Pada masa-masa kampanye juga pemberitaan media sangat kental dengan pencitraan.

2.2. Kerangka Teoretis

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu perlu disusun sebuah kerangka teori yang memuat pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian akan disoroti.

Menurut **Marx dan Goodson**, dalam buku **Metodologi Penelitian Kualitatif** dikutip oleh **Moleong** menyatakan pengertian teori, yaitu:

Teori ialah aturan menjelaskan proposisi atau seperangkat proposisi yang berkaitan dengan beberapa fenomena alamiah dan terdiri atas representasi simbolik daru (1) hubungan-hubungan yang dapat diamati di antara kejadian-kejadian (yang diukur), (2) mekanisme atau struktur yang diduga mendasari hubungan-

hubungan demikian, dan (3) hubungan-hubungan yang disimpulkan serta mekanisme dasar yang dimaksudkan untuk data dan yang diamati tanpa adanya manifestasi hubungan empiris apa pun secara langsung. (1994:35)

Adapun fungsi dari teori itu sendiri, seperti yang dikemukakan oleh **Snelbecker** dalam buku **Metodologi Penelitian Kualitatif** dikutip oleh **Moleong**, yaitu:

Pertama, mensistematiskan penemuan-penemuan penelitian. Kedua, menjadi pendorong untuk menyusun hipotesis dan dengan hipotesis membimbing peneliti mencari jawaban-jawaban. Ketiga, membuat ramalan atas dasar penemuan. Terakhir, menyajikan penjelasan, dan dalam hal ini untuk menjawab pertanyaan “mengapa”. (1994:35)

2.2.1. Teori Ekologi Media

Teori ini dikemukakan oleh Marshall Mc. Luhan, ia menyatakan bahwa manusia memiliki hubungan yang bersifat simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media, manusia menciptakan teknologi, dan sebagai gantinya teknologi menciptakan kembali diri manusia. Menurut McLuhan, media, secara umum, bertindak secara langsung untuk membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. McLuhan menjelaskan terdapat tiga asumsi yang meringkai teori ekologi media, yaitu media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat, media memperbaiki persepsi manusia dan mengorganisasikan pengalaman manusia, dan media menyatukan seluruh dunia.

Asumsi pertama menggaris bawahi pemikiran bahwa manusia tidak dapat melarikan diri dari media dalam hidup: media melingkupi seluruh keberadaan

manusia. Manusia tidak dapat menghindari atau melarikan diri dari media, terutama jika manusia menganut interpretasi McLuhan yang luas mengenai apa yang menyusun media. McLuhan juga melihat pada pengaruh yang disebabkan oleh angka, permainan, dan bahkan uang terhadap masyarakat. McLuhan menyimpulkan, seperti media lainnya, uang merupakan kebutuhan pokok, sebuah sumber daya alam. Para teoretikus juga menyebutkan uang sebagai “citra korporat” yang bergantung pada masyarakat bagi status dan keberlangsungannya. Uang telah menjadi semacam kekuatan magis yang memungkinkan orang untuk mendapatkan akses.

Asumsi kedua dari teori ekologi media, meyakini bahwa media memperbaiki persepsi dan mengorganisasi kehidupan manusia. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat di dalam pandangan manusia mengenai dunia. Manusia menjadi (terkadang tanpa diketahui) termanipulasi oleh media. Sikap dan pengalaman manusia secara langsung dipengaruhi oleh apa yang dilihat di media, dan sistem kepercayaan dapat dipengaruhi secara negatif oleh media.

Asumsi ketiga dari teori ekologi media, telah memunculkan sebuah percakapan yang cukup populer yaitu media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dampak dari desa global adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Akibatnya, manusia harus mulai tertarik dengan peristiwa global, dibandingkan berfokus hanya pada komunitasnya sendiri. Walaupun frase ini hampir menjadi sesuatu yang klise akhir-akhir ini,

McLuhan, hampir empat puluh tahun yang lalu, yang merasa bahwa media dapat mengorganisasikan masyarakat secara rasional. Media secara khusus memiliki kemampuan untuk menjebatani budaya-budaya yang tidak pernah berkomunikasi sebelum ada koneksi ini.

Teori Ekologi Media mungkin paling dikenal karena adanya slogan *medium is the message* (medium adalah pesan). Isi dari pesan yang menggunakan media adalah nomor dua dibandingkan dengan mediumnya (atau saluran komunikasi). Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana manusia berpikir mengenai orang lain, dirinya sendiri, dan dunia di sekeliling. McLuhan tidak mengesampingkan isi, sebaliknya isi mendapat perhatian lebih besar dari medium. McLuhan berpendapat bahwa walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar, adalah medium yang memengaruhi dengan lebih besar lagi keadaan bawah sadar. Hipotesis McLuhan bahwa medium membentuk pesan dan, ironisnya, ketidaksadaran mengenai mediumlah yang membuat suatu pesan menjadi lebih penting.

2.2.2. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Landasan teori kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruksi realitas sosial. Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Menggambarkan proses sosial

melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Berger dan Luckmann memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Menurut Berger dan Luckmann, pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari hasil konstruksi sosial. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Berger dan Luckmann kemudian melalui *Social Construction of Reality*, menulis tentang konstruksi sosial atas realitas sosial dibangun secara simultan melalui tiga proses, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses simultan ini terjadi antara individu satu dengan lainnya di dalam masyarakat. Bangunan realitas yang tercipta karena proses sosial tersebut adalah objektif, subjektif, dan simbolis atau intersubjektif.

Teori konstruksi sosial mengatakan manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang objektif melalui proses eksternalisasi (usaha

pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental mau pun fisik). Setelah proses eksternalisasi, akan terjadi proses objektivasi, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia. Manusia juga mempengaruhi realitas sosial yang subjektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial).

Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atau realitas”. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses proses tersebut melalui beberapa tahap penting. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai, berikut pertama tahap menyiapkan materi konstruksi, kedua tahap sebaran konstruksi, ketiga tahap pembentukan konstruksi, dan keempat tahap konfirmasi.

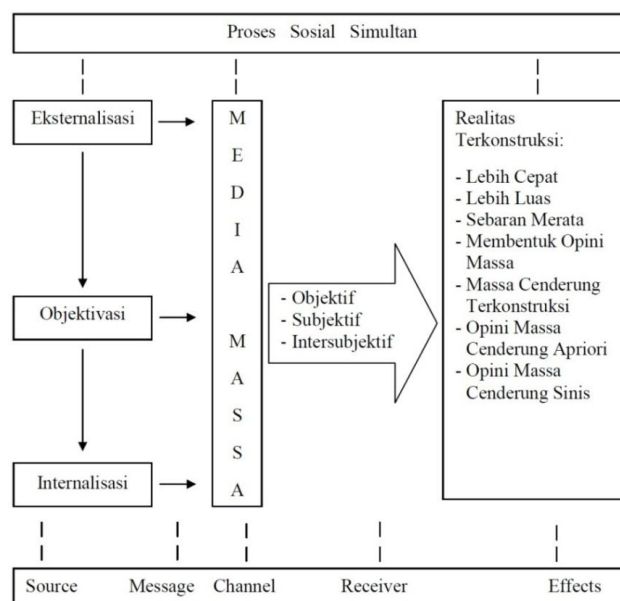
Menurut **Ibnu Hamad**, dalam bukunya **Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa**, mengatakan:

Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah citra atau wacana yang bermakna. Dengan demikian, seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana bermakna. (2014:11-12)

Media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com dalam menyajikan berita-berita seputar Pilgub DKI Jakarta tidak bisa lepas dari konstruksi sosial. Bermula dari peristiwa atau realitas Pilgub DKI Jakarta, kemudian kedua media *online* nasional tersebut meliput dan sebelum menyajikannya kepada masyarakat, terlebih dahulu dikonstruksi. Realitas di lapangan dan realitas yang ditampilkan dalam pemberitaan belum tentu sama dan sesuai. Hal ini karena media memaknai, menginterpretasi, dan menyusun kembali realitas-realitas kampanye pilgub DKI Jakarta tersebut, sehingga pemberitaan yang tersaji memiliki wacana atau citra khusus.

Gambar 2.1

Proses Konstruksi Sosial Media Massa



(Sumber: Sosiologi Komunikasi, M. Burhan Bungin, 2008)

2.2.3. Analisis *Framing*

Analisis *framing* adalah metode analisis untuk mengetahui bagaimana media membingkai suatu peristiwa, mengetahui sisi mana yang ditonjolkan dan mana yang ingin disembunyikan, mengapa peristiwa diberitakan seperti dan kenapa tidak begini. Dengan *framing*, kita dapat mengetahui perspektif wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif ini pada akhirnya menentukan fakta apa saja yang akan diangkat dan ke arah mana pemberitaan ini akan dibawa.

Menurut **Gamson dan Modigliani** dikutip oleh **Eriyanto** dalam bukunya **Analisis *Framing*: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media**, mengatakan:

***Frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Kemasan adalah serangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan. *Package* adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. (2002:217-287)**

Keberadaan suatu *package* terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana seperti kata, kalimat, proposisi, penggunaan gambar atau data grafis tertentu. Proses pemberitaan dalam organisasi media akan sangat memengaruhi *frame* berita yang diproduksinya. *Frame* yang diproses dalam organisasi media tidak lepas dari latar belakang

pendidikan wartawan sampai ideologi lembaga media tersebut. Ada tiga proses *framing* dalam organisasi media yaitu:

1. Proses *framing* sebagai metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu peristiwa tidak diingkari, tetapi realitas akan disajikan dengan perspektif tertentu saja dengan memberikan sorotan pada aspek-aspek tertentu, yang diperkuat melalui perangkat-perangkat *framing*.
2. Proses *framing* merupakan bagian yang menjadi pokok dalam proses penyuntingan berita dengan melibatkan pekerja media terutama di bidang redaksi. Redaktur, dengan atau tanpa berkonsultasi dengan redaktur pelaksana, akan menentukan apakah berita yang diproduksi oleh wartawan untuk dimuat atau tidak, serta menentukan judul berita yang akan dimuat tersebut.
3. Proses *framing* tidak hanya melibatkan para pekerja pers, tetapi juga pihak-pihak yang bersengketa dalam suatu peristiwa. Pihak tersebut dalam berita adalah narasumber yang saling mengutarakan informasi dengan klaim paling benar dari pada yang lainnya. Karenanya, proses *framing* dalam hal ini mencerminkan bahwa media merupakan panggung wacana, sebuah tempat perang simbolik antara narasumber yang saling bersengketa.

Dalam sebuah *framing* yang dibentuk, pada akhirnya akan membawa pengaruh berita terhadap khalayaknya, karena setiap media bukan tidak mungkin membingkai realitas secara berlainan. Dengan *framing* pula, realitas yang sebenarnya kompleks penuh dimensi dan tidak beraturan, akan disajikan media

menjadi seolah koheren, sederhana, dan teratur. Oleh karenanya, inilah yang dimaksud dengan efek *framing*.

Analisis *framing* dapat digambarkan sebagai analisis untuk membedah bagaimana media mengkonstruksi realitas melalui elemen atau perangkat-perangkat *framing* yang digunakannya. Analisis ini berangkat dari pertanyaan, mengapa peristiwa ini diberitakan begini oleh media ini, sementara media lain tidak begini? Mengapa peristiwa ini diberitakan oleh media ini, sementara media lain tidak memberitakannya? Mengapa realitas didefinisikan seperti itu? Dan, mengapa realitas ini harus memunculkan narasumber ini dan bukan yang lain? Pertanyaan itu adalah sisi penting bagaimana media membingkai peristiwa. Dari paradigma konstruksionis, media terlihat sebagai aktor yang mengkonstruksi realitas.

Tabel 2.1

Model-Model Analisis *Framing*

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek yang lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
------------------	---

Willian A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow dan Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. <i>Frame</i> mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.

Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. <i>Frame</i> mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna dan peristiwa.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicky	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

(Sumber: Analisis *Framing*, Eriyanto, 2002:68)

2.2.4. Model *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media. Model *framing* Pan dan Kosicki memfokuskan pada cara wartawan memaknai suatu peristiwa. Sehingga perangkat wacana yang digunakan oleh wartawan menjadi perhatiannya. Melalui perangkat wacana seperti kata, kalimat, *lead*, foto, atau gambar, merupakan alat untuk memahami media dalam mengemas

berita. Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki memiliki perangkat *framing* untuk membantu dalam menganalisis teks media. Perangkat *framing* tersebut dapat di gambar dalam bentuk skema sebagai berikut:

Tabel 2.2

Kerangka *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
Sintaksis (Cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
Skrip (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik (Cara wartawan menulis fakta)	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi antarkalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi
Retoris (Cara wartawan menekankan fakta)	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafora 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

(Sumber: Analisis Teks Media, Alex Sobur, 2012)

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* ini adalah salah satu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Keempat perangkat *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Struktur Sintaksis adalah susunan kata atau frasa dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjukkan pada pengertian susunan dari bagian berita (*headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup) dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Berita itu tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagian fakta hendak disusun. Bentuk sintaksis paling populer adalah struktur piramida terbalik.
2. Struktur Skrip adalah laporan berita yang sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal, pertama, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan lanjutan dari peristiwa sebelumnya. Kedua, berita pada umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunitas pembaca. Bentuk struktur skrip ini adalah pola 5W+1H. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.
3. Struktur Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar

kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

4. Struktur Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Alasan penulis menggunakan model *framing* Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki karena:

1. Model ini sangat cocok dengan pembahasan analisis teks pada media *online*. Karena perangkat yang di gunakan dalam model Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicky sangat mendukung.
2. Model Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicky memudahkan untuk menganalisis *framing* yang terdapat pada media massa, khususnya media *online*.

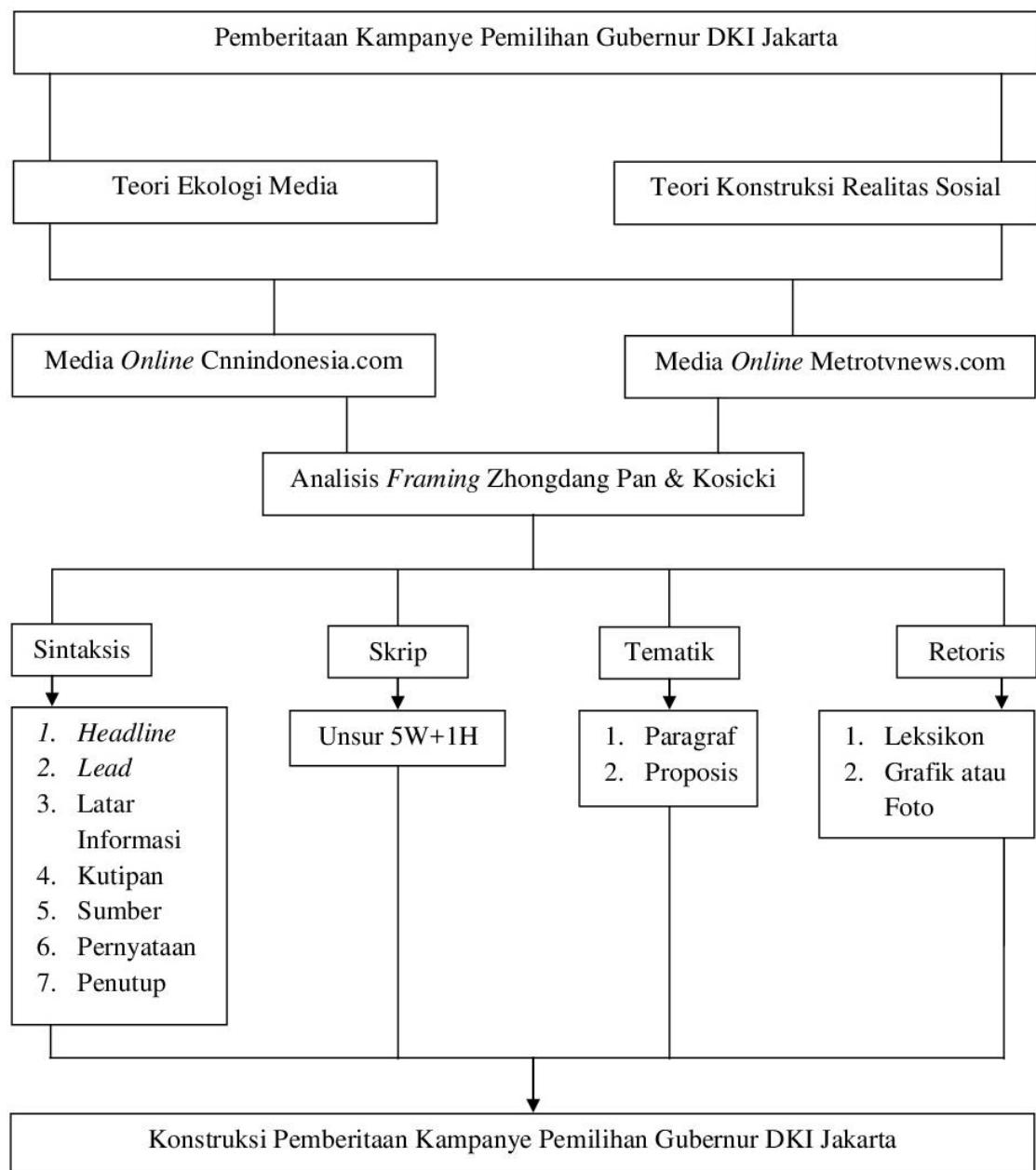
2.2.5. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini penulis mencoba menyajikan bagaimana cara media *online* membingkai sebuah berita. Dalam hal ini penulis mencoba meneliti isi berita dari media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com dengan menggunakan analisis *framing* serta pendekatan dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki media melakukan pembingkai berita dengan cara konstruksi dan memproses peristiwa. Untuk menunjukkan sebuah pembingkai berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik dan struktur retorik.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran guna mempermudah penulis dalam meneliti berita tentang kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com. Kerangka pemikiran yang penulis paparkan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran



(Sumber: Dibuat Oleh Penulis, 2016)