

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antar pribadi yang pesannya hanya dikirim secara *personal* bukan *massal*. Dalam komunikasi massa ini, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa *online*.

Saluran media massa cetak biasa digunakan untuk mengirim pesan bersifat tekstual (teks) atau visual (gambar). Jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dsb. Sementara media massa elektronik, ialah media pengiriman pesan secara mekanis yang bentuk pesannya bisa bersifat audio untuk radio, dan audio-visual untuk televisi. Dewasa ini ada media pengirim pesan terbaru yakni media *online*. Media massa satu ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media *online* punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media *online*

terdapat pada alur komunikasi yang lebih bergairah dan cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan. Itu disebabkan media *online* yang memakai jaringan internet, membuat pengguna bisa saling memberi *feedback* (umpan balik) secara *realtime* (cepat). Ini jelas berbeda dengan radio atau televisi yang cenderung menjadikan khalayak sebagai penerima pesan saja tanpa umpan balik.

Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh **Gerbner** yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto**, yaitu:

“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuos flow of messages in industrial societies” [2003:3].

Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa adlaah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut **Dominick**, dalam buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto** adalah sebagai berikut:

1. Fungsi *surveillance* (pengawasan), komunikasi massa dalam hal ini tidak lepas dari peranan media massa sebagai *watch dog* atau anjing pengawas dalam tatanan sosial masyarakat, media massa bisa disebut sebagai alat kontrol sosial.
2. Fungsi *interpretation* (penafsiran), komunikasi massa memberi fungsi bahwa media massa sebagai salurannya sedang memasok pesan atau data, fakta, dan informasi

dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak.

3. Fungsi *linkage* (keterkaitan), komunikasi massa dalam fungsi keterkaitannya ialah saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak sama antara satu dengan yang lain
4. Fungsi *transmission of value* (penyebaran nilai), komunikasi massa sebagai fungsi menyebarkan nilai mengacu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain. Itu terjadi karena media massa sebagai salurannya telah menyajikan pesan atau nilai-nilai yang berbeda kepada masyarakat yang berbeda pula.
5. Fungsi *entertainment* (hiburan), dalam fungsi komunikasi massa sebagai sarana penghibur, media massa sebagai saluran komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak. Kondisi ini sebetulnya menjadi nilai lebih komunikasi massa yang pasti selalu saja menghibur, sekalipun isi pesan tidak murni menghibur. [2007:14].

Kelima fungsi diatas akan berimplikasi juga pada media massa sebagai saluran pengirim pesannya, sehingga dewasa ini media massa pun dicirikan sebagai alat pengontrol sosial. Komunikasi massa menjadi punya fungsi sebab media massa sebagai alat penyampai pesan kepada khalayak dan atas pesan yang disampaikan dipastikan akan memiliki dampak untuk orang banyak, mengingat isi pesan dalam komunikasi massa tentu memiliki tujuan memengaruhi perasaan, sikap, opini, atau perilaku khalayak maupun individu.

2.3. Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu memahami karakteristik komunikasi massa. Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyebutkan tentang karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

- 1. Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila digunakannya untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.**
- 2. Komunikasi bersifat heterogen yaitu, perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.**
- 3. Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.**
- 4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum [2003:81-83].**

Karakter pada komunikasi ini harus menjadi pertimbangan bagi komunikator yang ingin menyampaikan pesan lewat saluran media massa, sebab untuk mencapai terjadinya perubahan sikap, opini, dan perilaku komunikan perlu ditinjau kembali bagaimana agar karakter komunikasi massa bisa sesuai dengan

ciri komunikasi yang heterogen demi tercapainya tujuan komunikasi. Oleh karenanya, menciptakan komunikasi melalui media massa tidak semudah berkomunikasi antar pribadi, karena *feedback* dalam komunikasi massa tidak langsung terjadi. Untuk menjadikan efek komunikasi massa efektif, diperlukan optimalisasi pada perancangan pesan.

2.4. Pengertian Jurnalistik

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria [2005:2]**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers dan bukan juga media massa. Jurnalistik adalah kegiatan, yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

Laporan yang dimaksud dalam pengertian jurnalistik diatas, yaitu catatan informasi. **Roland E. Wosley** dalam *Understanding Magazines* menyebutkan

“Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran” [1969:3]

Secara teknis, **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, merangkum sebuah definisi dari banyak pakar komunikasi mengenai definisi jurnalistik itu sendiri, menurutnya:

“Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya” [2005:3].

Pengertian dan definisi jurnalistik berdasarkan rangkuman para ahli di atas, mengungkapkan pula bahwa jurnalistik merupakan kegiatan yang tidak bisa dipisah atau erat kaitannya dengan apa yang kita sebut, informasi. Tetapi, unsur-unsur informasi dalam jurnalistik semuanya digerakkan dan diberdayakan oleh pers dan media massa dalam kerangka jurnalistik.

2.5. Media Online

Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan internet dapat mempermudah seseorang untuk menyebarkan sebuah informasi tanpa harus menggunakan media massa konvensional seperti koran, radio dan televisi. Dengan adanya media internet muncul lah media-media baru seperti media online, **Asep Syamsul M. Romli** dalam bukunya **Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online** mendefinisikan media online sebagai berikut: “Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet.” [2012:32]

Menurut **Romli** dalam buku tersebut, media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, tabloid, majalah dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film. Media online merupakan produk dari jurnalistik online. Jurnalistik online atau

disebut dengan *cyber journalism* didefinisikan sebagai penyampaian informasi kepada khalayak yang didistribusikan atau disebarakan menggunakan internet.

Secara teknis media online adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (Komputer dan Internet). Termasuk dalam kategori media online adalah Portal Berita, *Website* (Situs web atau Blog), Radio Online, dan TV Online.

Dalam penyebaran informasi yang dilakukan menggunakan media online ada beberapa karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan dengan media konvensional (Cetak dan Elektronik) antara lain:

- a. Kapasitas luas, halaman web dapat menampung naskah berita sangat panjang.
- b. Pemuatan dan editing naskah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.
- c. Cepat, begitu berita tersebut diupload dapat langsung diakses oleh masyarakat.
- d. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- e. Aktual, berisi informasi yang aktual karena kemudahan dan kecepatannya dalam menyajikan berita.
- f. Pembaruan informasi dapat terus dilakukan kapan saja.
- g. Interaktif, dengan adanya fitur komentar dapat membuat masyarakat merespon cepat mengenai berita tersebut.

Sedangkan Kekurangan dari Media Online adalah:

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet.
- b. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.
- c. Adanya kecenderungan kelelahan mata akibat membaca naskah berita yang terlalu panjang
- d. Akurasi berita sering terabaikan karena mengutamakan kecepatan dalam penerbitan beritanya. [Romli, 2012:32-34]

2.6. Pengertian Berita

Definisi umum tentang jurnalistik menyatakan bahwa jurnalistik adalah kegiatan mencari, mengolah, dan menyampaikan berita kepada khalayak. Dalam definisi tersebut, perburuan berita menjadi tujuan yang paling penting bagi semua jurnalis atau pewarta berita. Pendapat **Williard C. Bleyer** mengenai pengertian berita dalam buku **Assegaf, Jurnalistik Masa Kini**, mengatakan :

“Definisi berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut” [1983:23-24]

Dalam buku yang sama, **Willian S. Maulsby** mendefinisikan berita sebagai berikut :

“Berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa karakter tidak adanya keberpihakan pesan dalam konteks berita jurnalistik ini memang menjadi ciri informasi berjenis *news*”

Dari pemaparan kedua pakar diatas, terdapat pokok-pokok penting dalam berita. Semua jurnalis terutama pada media online berdasarkan hasil peliputannya harus menghasilkan berita yang memiliki nilai aktual, penting, menarik, bermakna, dan tidak memihak (objektif). Apabila jurnalis mampu membuat atau menulis sebuah berita yang memiliki ciri dari kelima kriteria tersebut memungkinkan berita yang dibuatnya banyak yang membaca dan menyukai karya tulis tersebut.

Tidak jauh berbeda dengan pendapat **Williard C. Bleyer** dan **Willian S. Maulsby** tentang berita. **Sumadiria** menyatakan pendapat mengenai berita pada bukunya **Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature [2005:65]**, ungkapannya :

“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, film, dan bahkan juga sekarang ini internet” [2005:65]

Dalam mencari, mengolah dan menyampaikan berita atau informasi harus selalu *up to date* atau terbaru setelah melalui proses pencarian pengolahan alangkah lebih baik informasi tersebut segera disampaikan kepada khalayak sebagai bahan tambahan informasi bagi mereka.

2.7. Konstruksi Sosial

Istilah konstruksi social atas realitas didefinisikan sebagai proses social melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Konstruksi social merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Berger dan Luckman meyakini secara substantive bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi social terhadap dunia social di sekelilingnya. Realitas social adalah bentuk dari konstruksi social yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan interaksi antar sesama manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia social yang

dikonstruksikannya berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban social, namun merupakan sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya. [Bungin, 2011 : 11-12]

Suatu realitas tidak begitu saja hadir diantara kita dengan apa adanya, melainkan suatu realitas itu dibangun secara social dan tidak bersifat tunggal. Sebab setiap individu yang satu dengan yang lain memiliki persepsi yang berbeda dalam memandang realitas. Dalam disiplin ilmu Psikologi tahap awal dalam menerima informasi ialah melalui sensasi. Sensasi sendiri artinya alat pengindraan yang berasal dari kata “*sense*”, alat pengindraan adalah menghubungkan antara organisme dengan lingkungan.

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor lain yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian.

Eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menjadi tiga proses penting dalam teori konstruksi social atas realitas. Tiga proses ini terjadi secara simultan antar satu individu lainnya dalam masyarakat. Dalam hasil konstruksi atas realitas, eksternalisasi merupakan penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produksi manusia. Kemudian interaksi social yang terjalin dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga social atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya. [Bungin, 2011 : 15]

Pemahaman mengenai konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dalam paradig konstruktivis, yaitu konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksi oleh individu. Dalam hal ini, dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut.

2.8. Ideologi Media

Kata ideologi banyak dipergunakan dalam arti yang berbeda-beda, dan tidak ada keseragaman mengenai pengertian ideologi. Kita tidak bisa berbicara tentang ideology tanpa menjabarkan dulu apa yang dimaksud. Bila kita ingin merespon pendapat orang lain mengenai ideologi, maka kita harus paham terlebih dahulu apa arti ideologi yang dipakai olehnya. Hal ini dilakukan agar terjadi saling kesepahaman.

Raymond William mengklasifikasikan kata ideologi ke dalam tiga arti. *Pertama*, ideologi merupakan sebuah system kepercayaan yang dimiliki kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini banyak digunakan oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren/saling berhubungan.

Kedua, ideologi merupakan sebuah kesadaran palsu. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. Karena kelompok yang dominan mengontrol dengan ideologi yang

disebarkan ke dalam masyarakat, maka akan membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu tampak natural, dan diterima sebagai kebenaran. Di sini ideologi disebarakan lewat berbagai instrument, mulai dari pendidikan, politik, sampai media massa.

Ketiga, ideologi merupakan proses umum produksi makna dan ide. Ideologi disini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna. [Eriyanto, 2007 : 87-92]

Untuk mengetaghui bagaimana cara atau penyebaran ideologi itu dilakukan, teori Gramsci tentang hegemoni dapat menjadi acuan.

Antonio Gramsci membangun teori yang menekankan bagaimana penerimaan kelompok yang didominasi terhadap kehadiran kelompok dominan berlangsung dalam suatu proses yang damai, tanpa tindakan kekerasan. Dalam konteks ini, media dapat menjadi sarana di mana satu kelompok meninggikan posisinya dan merendahkan kelompok lain. Ini bukan berarti media sebagai kekuatan jahat yang secara sengaja merendahkan masyarakat bawah. [Eriyanto, 2007 : 103]

Artinya, hegemoni dipandang sebagai cara kelompok dominan untuk menguasai media massa dalam memperkuat posisinya terhadap kelompok lainnya. Kelompok dominan dapat mempergunakan media massa untuk merendahkan kelompok yang lemah.

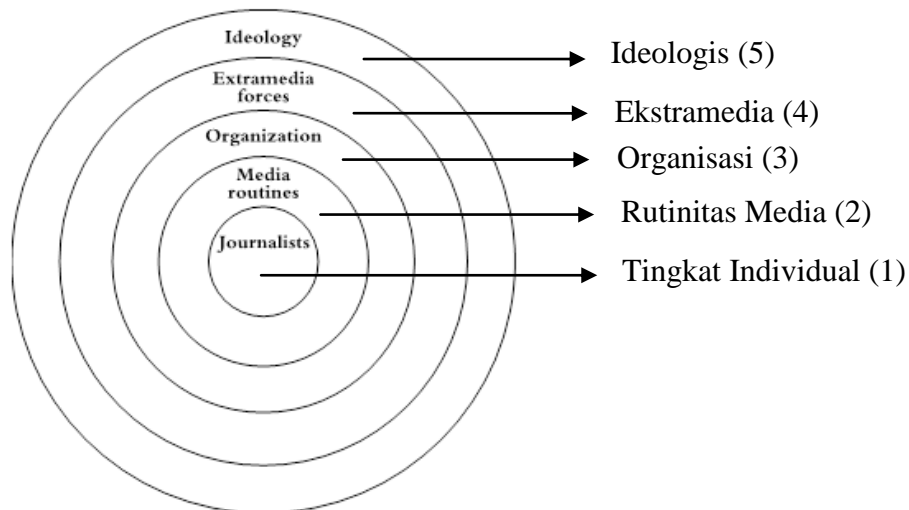
Antonio Gramsci berpendapat bahwa kekuatan dan dominasi kapitalis tidak hanya melalui dimensi material dari sarana ekonomi dan relasi produksi, tetapi juga kekuatan dan hegemoni. Jika yang pertama menggunakan daya paksa untuk membuat orang banyak mengikuti dan memenuhi syarat-syarat suatu cara produksi atau nilai-nilai tertentu, maka yang terakhir meliputi perluasan dan

dominasi oleh kelas penguasa lewat kegunaan kepemimpinan intelektual, moral dan politik. Hegemoni menekankan pada bentuk ekspresi, cara penerapan, mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan, mengembangkan diri melalui kepatuhan para korbannya, sehingga itu berlangsung mempengaruhi dan membentuk alam pikir mereka. Proses itu terjadi dan berlangsung melalui pengaruh budaya yang disebarkan tentang kenyataan. Seperti yang dikatakan Raymond William, **Hegemoni bekerja melalui dua saluran: ideologi dan budaya melalui makna nilai-nilai itu bekerja. [2007 : 104]**

Melalui hegemoni, ideologi kelompok dominan dapat disebarkan, nilai dan kepercayaan dapat ditularkan. Akan tetapi, berbeda dengan manipulasi dan indoktrinasi, hegemoni justru melihat wajar, orang menerima sebagai kewajaran dan sukarela. Ideologi hegemoni itu menyatu dan tersebar dalam praktek, kehidupan, persepsi, dan pandangan dunia sebagai suatu yang dilakukan dan dihayati secara sukarela.

Dalam hubungannya dengan media masa, kecenderungan atau perbedaan setiap media massa dalam memproduksi informasi kepada khalayak, dapat diungkap dengan pelapisan-pelapisan yang meliputi institusi-institusi media massa. Dengan kata lain, pelapisan-pelapisan inilah yang mempengaruhi isi media. Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese membentuknya dalam model *Hierarchy of Influence*, sebagai berikut:

Gambar 2.1: “Hierarchy of Influence” Shoemaker dan Reese



1. Pengaruh individu-individu pekerja media. Diantaranya adalah karakteristik pekerja komunikasi (wartawan), latar belakang personal dan professional
2. Pengaruh rutinitas media. Apa yang dihasilkan oleh media massa dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan seleksi-seleksi yang dihasilkan oleh komunikator.
3. Pengaruh organisasional. Salah satu tujuan penting dari media adalah mencari keuntungan materil. Tujuan-tujuan dari media akan berpengaruh pada isi yang dihasilkan.
4. Pengaruh dari luar organisasi. Pengaruh ini meliputi lobi dari kelompok kepentingan terhadap isi media, *pseudoevent* dari praktisi *public relations* dan pemerintah yang membuat peraturan-peraturan dibidang pers.
5. Pengaruh ideologi. Ideologi merupakan sebuah pengaruh yang paling menyeluruh dari semua pengaruh. Ideologi disini diartikan sebagai

mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat. [Sobur, 2006 : 138-139]

Bila dikaitkan dengan masalah penelitian dalam skripsi ini, maka media online Kompas dan Republika memiliki hegemoni dan ideologi di dalam medianya serta mempengaruhinya dalam mengkonstruksi realitas.

2.9. Analisis Framing

Sebagai pembaca koran, pendengar radio, pemirsa televisi, dan pengguna media online, seringkali dibuat bingung mengapa peristiwa yang satu diberitakan sementara peristiwa lain tidak diberitakan. Mengapa jika ada dua peristiwa yang sama, pada hari yang sama, media lebih sering memberitakan peristiwa yang satu dan melupakan peristiwa yang lain. Deretan pertanyaan tersebut dapat terus diperpanjang. Kenapa dalam pemberitaan mengenai demonstrasi buruh, anarkisme yang banyak muncul dipemberitaan, sementara tuntutan buruh akan upah yang layak seolah luput dalam pemberitaan? Kenapa media selalu menekankan dan menonjolkan aksi radikal mahasiswa, sementara tuntutan mereka seolah tidak mendapat tempat? Kenapa berita yang sama dapat diberitakan secara berbeda oleh media? Semua pertanyaan tersebut dapat disederhanakan demikian. Semua pertanyaan tersebut mengarah dalam konsep yang disebut sebagai framing. Pertanyaan tersebut menunjukkan apa yang diliput dan apa yang luput dari pemberitaan, apa yang ditonjolkan dan apa yang dilupakan dalam pemberitaan. Media bukanlah seperti yang digambarkan, media yang sebenarnya justru mengkonstruksi sedemikian rupa realitas. Seperti yang dikatakan oleh **Eriyanto**

dalam bukunya yang berjudul **Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media [2002:3]** ungkapnya:

“Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi” [2002:3]

Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bertitik tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

Dalam analisis framing yang pertama kali harus dilakukan adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Peristiwa dipahami bukan sesuatu yang *taken for granted*. Sebaliknya, wartawan dan media yang secara aktif membentuk realitas.

Sedangkan menurut **Zhongang Pan** dan **Gerald M. Kosicki** mengenai analisis framing dalam buku yang sama mengatakan:

“Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut” [2002:291]

Menurutnya ada dua konsepsi dari framing yang berkaitan. *Pertama*, dalam konsep psikologi. Framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Framing disini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik dan khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi dari suatu isu atau peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan realitas. *Kedua*, konsepsi sosiologis. Jika pandangan psikologis lebih melihat pada proses internal seseorang, bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu, maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Ketiga*, proses konstruksi ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan.

Frame di sini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalamannya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya. Frame di sini berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.

Dalam model analisis *framing* menurut Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu 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. Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi kedalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun pertanyaan atas peristiwa, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan berita. Struktur semantic ini dengan demikian dapat diamati dari bagan berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Pada dasarnya sintaksis mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari caranya menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita. *Kedua*, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik. 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. *Keempat*, struktur retorik. Retorik 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. Pendekatan itu dapat digambarkan ke dalam bentuk skema sebagai berikut:

Tabel 2.1. Struktur Wacana dan Perangkat Framing

Struktur	Perangkat Framing	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. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antarkalimat.
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

1. Struktur Sintaksis

Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertiansusunan dan bagian berita *headline, lead*, latar informasi, sumber, penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian itu tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta

hendak disusun. Bentuk sintaksis biasanya adalah struktur piramida terbalik yang dimulai dengan judul, *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang di atas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

Headline merupakan aspek sintaksis dan wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi yang menunjukkan kecenderungan berita. Pembaca cenderung lebih mengingat *headline* yang dipakai dibandingkan bagian berita. *Headline* mempunyai fungsi framing yang kuat. *Headline* mempengaruhi bagaimana kisah dimengerti untuk kemudian digunakan dalam membuat pengertian isu dan peristiwa sebagaimana mereka beberkan. *Headline* digunakan untuk menunjukkan bagaimana wartawan mengkonstruksi suatu isu, seringkali dengan menekankan makna tertentu lewat pemakaian tanda tanya untuk menunjukkan sebuah perubahan dan tanda kutip untuk menunjukkan jarak perbedaan. Selain *headline* atau judul, *lead* adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan. *Lead* yang baik umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan perspektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan.

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan. Seorang wartawan ketika menulis berita biasanya mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang ditulis. Latar yang dipilih menentukan kearah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Latar umumnya ditampilkan di awal sebelum pendapat wartawan yang sebenarnya muncul dengan

maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat wartawan sangat beralasan. Karena itu, latar membantu menyelidiki bagaimana seseorang memberi pemaknaan atas suatu peristiwa.

Bagian berita lain yang penting adalah pengutipan sumber berita. Bagian ini dalam penulisan berita dimaksudkan untuk membangun objektivitas prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Pengutipan juga merupakan bagian berita yang menekankan bahwa apa yang ditulis oleh wartawan bukan pendapat wartawan semata, melainkan pendapat dari orang yang mempunyai otoritas tertentu. Pengutipan sumber ini menjadi perangkat *framing* atas tiga hal. *Pertama*, mengklaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri pada klaim otoritas akademik. *Kedua*, menghubungkan poin tertentu dari pandangannya kepada pejabat yang berwenang. *Ketiga*, mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut tampak sebagai menyimpang.

2. Struktur Skrip

Naskah (*skrip*) adalah laporan berita yang disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama*, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca.

Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W + 1H (*who, what, where, why, dan how*). Meskipun pola ini tidak selalu dapat dijumpai dalam setiap berita yang ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh

wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.

Wartawan juga mempunyai cara agar berita yang ditulis menarik perhatian pembaca. Seperti halnya novelis, wartawan mempunyai strategi cara bercerita tertentu, misalnya dengan memakai gaya bercerita yang dramatis, atau cara berita yang mengaduk emosi pembaca. Segi cara bercerita ini dapat menjadi pertanda *framing* yang ingin ditampilkan. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.

3. Struktur Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Jika struktur sintaksis berhubungan dengan pernyataan bagaimana fakta yang diambil oleh wartawan akan ditempatkan pada skema atau bagan berita, maka struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.

Dalam menulis berita, seorang wartawan mempunyai tema tertentu atas suatu peristiwa. Ada beberapa elemen yang dapat diamati dari perangkat tematik. Diantaranya adalah koherensi: pertalian atau jalinan kata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat

dihubungkan dengan menggunakan koherensi. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seorang menghubungkannya. Ada beberapa macam koherensi. *Pertama*, koherensi sebab-akibat. Proposisi atau kalimat satu dipandang akibat atau sebab dari proposisi lain. *Kedua*, koherensi penjelas. Proposisi atau kalimat satu dilihat sebagai penjelas proposisi atau kalimat lain. *Ketiga*, koherensi pembeda. Proposisi atau kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat lain. Proposisi sebab-akibat umumnya ditandai dengan kata hubung “sebab” atau “karena”. Koherensi penjelas ditandai dengan pemakaian kata hubung “dan” atau “lalu”. Sementara koherensi pembeda ditandai dengan pemakaian kata hubung “dibandingkan” atau “sedangkan”.

4. Struktur Retoris

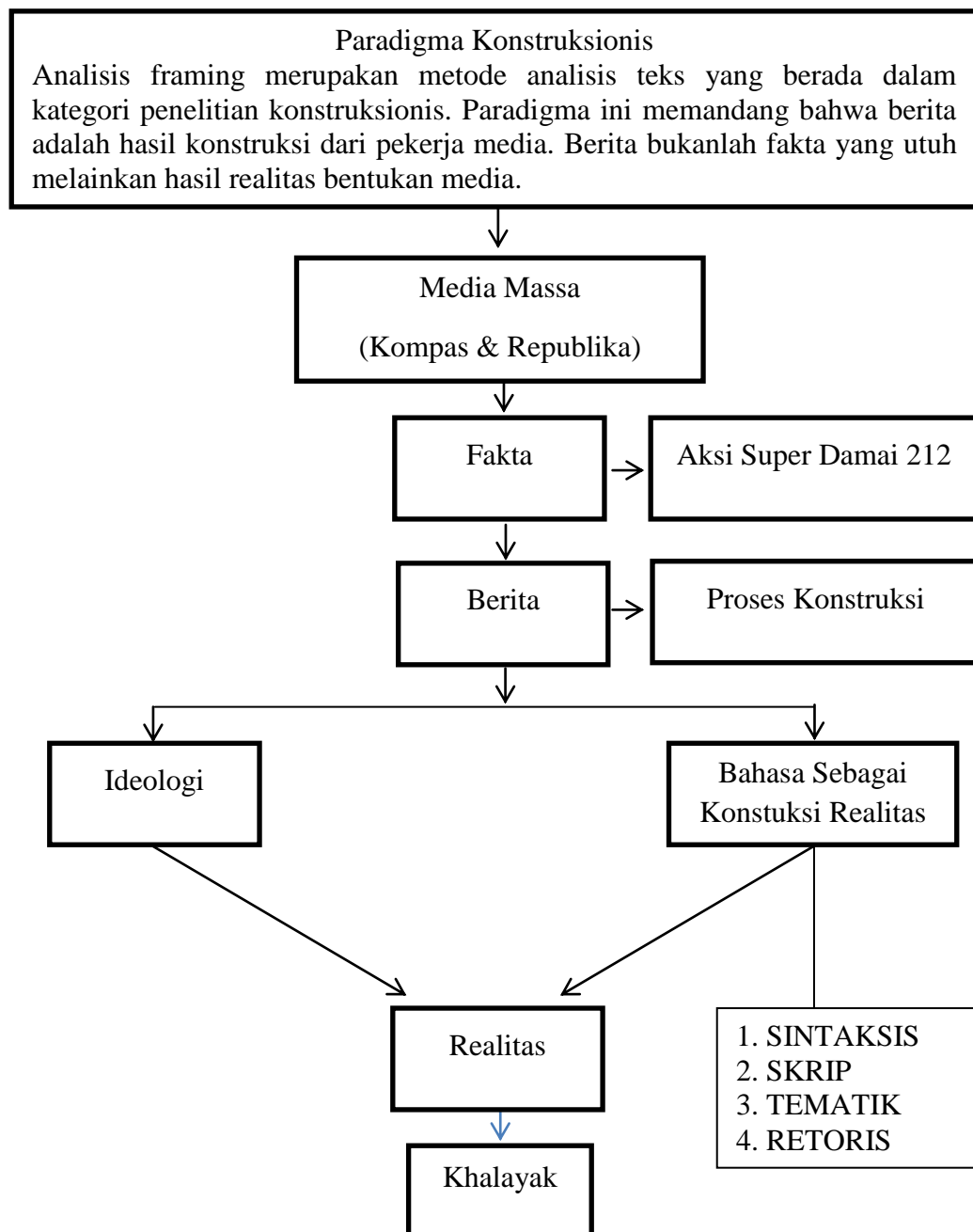
Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran.

Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan. Yang paling penting adalah leksikon, pemilihan, dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan suatu peristiwa. Suatu fakta umumnya terdiri atas beberapa kata yang merujuk pada fakta. Kata “menginggal” misalnya, mempunyai kata lain: mati, tewas, gugur, meninggal, terbunuh, menghembuskan nafas

terakhir, dan sebagainya. Di antara beberapa kata itu seseorang dapat memilih di antara pilihan yang tersedia. Dengan demikian, pilihan kata yang dipakai tidak semata-mata hanya karena kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.

Selain menggunakan kata, penekanan pesan dalam berita itu juga dapat dilakukan dengan cara menggunakan unsur grafis. Dalam wacana berita, grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan tulisan lain. Pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran lebih besar. Termasuk didalamnya adalah pemakaian *caption*, *raster*, grafik, gambar, tabel untuk mendukung arti penting suatu pesan. Bagian-bagian yang ditonjolkan ini menekankan kepada khalayak pentingna bagian tersebut. Bagian yang dicetak berbeda adalah bagian yang dipandang penting oleh komunikator, karena ia menginginkan khalayak menaruh perhatian lebih pada bagian tersebut.

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN AKSI SUPER DAMAI 212 DI
MEDIA ONLINE KOMPAS DAN REPUBLIKA**



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran