

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kerangka Konseptual

2.1.1 Pengertian Media *Online*

Pengertian media *online* secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara *online*. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media *online* sebagai berikut: Media *online* (*online media*) adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet.

Pengertian Media *Online* dibagi menjadi dua pengertian:

1. Pengertian Umum Media Online

Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (social media) masuk dalam kategori media online.

2. Pengertian Khusus Media Online

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa-- dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. (Syamsul, 2012:31)

Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media *online* adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (electronic media) radio, televisi, dan film/video.

Media *Online* merupakan produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalisme* didefinisikan wikipedia sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau ”fisik”, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio *online*, TV *online*, dan email.

Karakteristik dan keunggulan media *online* dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

- 1. Kapasitas luas (halaman web bisa menampung naskah sangat panjang)**
- 2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.**
- 3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.**
- 4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.**
- 5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.**
- 6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.**
- 7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.**
- 8. Interaktif, dua arah, dan ”egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.**
- 9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di ”bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui ”link”, ”artikel terkait”, dan fasilitas ”cari” (search).**
- 10. Terhubung dengan sumber lain yang berkaitan dengan informasi tersaji. (Syamsul, 2012:44)**

2.1.2 Pengertian Berita

Berita adalah laporan peristiwa (fakta) atau pendapat (opini) yang aktual (terkini), menarik dan penting. Berita adalah informasi yang menginformasikan

peristiwa atau kejadian yang penting diketahui oleh masyarakat, yang disampaikan baik secara lisan maupun tulisan (Heri Jauhari, 2013 : 193). Dengan demikian membaca berita berarti membaca bentuk laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi baru-baru ini atau keterangan terbaru dari suatu peristiwa.

Walaupun berita diambil dari sebuah peristiwa, tidak semua peristiwa layak diberitakan. Dengan demikian, peristiwa yang layak diberitakan harus mempunyai unsur-unsur sebagai berikut : pertama, unsur kepentingan; kedua, unsur perhatian masyarakat; ketiga, unsur emosi; keempat, unsur jarak peristiwa dan pembaca; kelima, unsur keluarbiasaan; keenam, unsur kemanusiaan; dan ketujuh unsur kekhasan (Rosidi, 2007:85 dalam Heri Jauhari, 2013: 193).

Ada juga yang mengartikan berita sebagai informasi baru yang disajikan dalam pembacaan / penulisan yang jelas, aktual dan menarik.

Sedangkan sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita diartikan sebagai cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Fakta adalah peristiwa yang benar-benar ada / terjadi, sedangkan opini adalah hal yang sifatnya pernyataan, belum terjadi dan belum tentu benar.

Syarat Berita

Berdasarkan pengertian berita di atas, dapat disimpulkan syarat berita adalah sebagai berikut :

- a. Merupakan fakta, berita haruslah berdasarkan kejadian atau peristiwa yang benar-benar nyata
- b. Terkini, artinya jarak penyiaran berita dengan waktu kejadian tidak terlalu jauh

- c. Seimbang, artinya berita harus ditulis dan disampaikan dengan seimbang, tidak memihak kepada salah satu pihak.
- d. Lengkap, berita haruslah memenuhi unsur-unsur berita sebagaimana akan kita bahas di bawah ini.
- e. Menarik, artinya berita harus mampu menarik minat pembaca atau pendengarnya. Berita dapat dikatakan menarik bila bermanfaat bagi pembaca atau pendengarnya, berkaitan dengan tokoh terkenal, berkaitan dengan kejadian penting, humor, aneh, luar biasa atau bersifat konflik.
- f. Sistematis, berita seharusnya disusun secara sistematis, urutannya jelas sehingga pembaca tidak kebingungan dalam menangkap isi berita.

Salah satu syarat berita adalah lengkap. Untuk dapat dikatakan lengkap, berita haruslah mampu menjawab pertanyaan 5W + 1 H sebagai berikut :

- a. What : Apa yang terjadi ?
- b. Who : Siapa yang terlibat ?
- c. Why : Mengapa hal itu bisa terjadi ?
- d. When : Kapan peristiwa tersebut terjadi ?
- e. Where : Dimanakah peristiwa tersebut terjadi ?
- f. How : Bagaimana peristiwa itu terjadi ?

2.1.3 Jurnalistik Online

Bentuk paling baru dari jurnalisme adalah jurnalisme online. Jurnalisme online memiliki kelebihan-kelebihan yang menawarkan peluang untuk

menyampaikan berita jauh lebih besar ketimbang bentuk jurnalisme konvensional seperti surat kabar. Deuze menyatakan bahwa perbedaan jurnalisme online dengan media tradisional, terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan cyber.

***Online Journalism* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui hyperlinks (Santana, 2005: 137).**

Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi 5 perbedaan utama antara jurnalisme online dan media massa tradisional, yaitu kemampuan internet untuk mengombinasikan sejumlah media, kurangnya tirani penulis atas pembaca, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung, dan interaktivitas web (Santana, 2005: 137).

Karakteristik lain dari media ini adalah kecepatannya secara keseluruhan yang menarik sekaligus menakutkan. Jurnalisme online memungkinkan jurnalisnya untuk menyuguhkan berita terbaru sehingga pembaca akan selalu mengetahui hal-hal baru lainnya (Craig, 2005: 30). Jurnalisme online memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan beragam media sekaligus (teks, visual, dan audio).

2.1.4 Ideologi Media

Menurut gambaran Marx, ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat

sebagai suatu yang alami dan wajar. Ideologi ini menjaga masyarakat berada dalam kesadaran palsu, kesadaran manusia tentang siapa dirinya, bagaimana mereka berelasi dengan bagian lain dari masyarakat, dan pengertian kita tentang pengalaman sosial dihasilkan oleh masyarakat dan lingkungan tempat kita dilahirkan (Fiske, 1990: 239).

Ideologi berkaitan dengan konsep seperti “pandangan dunia”, “sistem kepercayaan” dan “nilai”. Namun, ruang lingkup ideologi lebih luas daripada konsep-konsep tersebut. Ideologi tidak hanya berkaitan dengan kepercayaan yang terkandung mengenai dunia, tapi juga cara yang mendasari definisi dunia. Oleh sebab itu, ideologi tidak hanya tentang politik. Ideologi memiliki cakupan yang lebih luas lagi dan mengandung makna konotasi (Croteau dan Hoynes, 1997: 163).

Ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai alami dan wajar (Fiske, 1990: 239). Shoemaker dan Reese melihat ideologi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi isi media. Ideologi diartikan sebagai suatu mekanisme simbolik yang berperan sebagai kekuatan pengikat dalam masyarakat. Tingkat ideologi menekankan pada kepentingan siapakah seluruh rutinitas dan organisasi media itu bekerja (Shoemaker dan Reese, 1996: 223).

Hal ini tidak terlepas dari unsur nilai, kepentingan dan kekuatan atau kekuasaan apa yang ada dalam media tersebut. Kekuasaan tersebut berusaha dijalankan dan disebarkan melalui media sehingga media tidak dapat lagi bersifat netral dan tidak berpihak. Media bukanlah ranah netral di mana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang sama dan seimbang (Sudibyo,

2001: 55). Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa media berfungsi sebagai perpanjangan tangan dari kelompok pemegang kekuasaan dan kekuatan dalam masyarakat. Nilai yang dianggap penting bagi pemegang kekuasaan disebarkan melalui media sehingga isi media mencerminkan ideologi pihak yang berkuasa itu (Shoemaker dan Reese, 1996: 229).

Sejumlah perangkat ideologi diangkat dan diperkuat oleh media massa diberikan legitimasi oleh mereka, dan didistribusikan secara persuasif, sering dengan menyolok, kepada khalayak yang besar jumlahnya. Dalam proses itu, konstelasi-konstelasi ide yang terpilih memperoleh arti penting yang terus meningkat, dengan memperkuat makna semula mereka dan memperluas dampak sosialnya (Lull, 1998: 4). Kunci analisa dalam menguji ideologi media adalah kesesuaian antara gambaran dan kata-kata yang disajikan media dengan cara berpikir mengenai isu-isu sosial dan budaya (Croteau dan Hoynes, 1997: 164).

2.1.5 Fungsi dan Peran Media

Media massa merupakan sebuah institusi yang memiliki serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasinya dilaksanakan oleh berbagai tipe 'komunikator massa' untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan peraturan dan kebiasaan yang berlaku (Mosco, 1996: 150-156).

McQuail (1996: 72) mengungkapkan dua asumsi dasar mengenai media massa. Institusi media menyelenggarakan produksi, reproduksi, dan distribusi pengetahuan dalam pengertian serangkaian simbol yang mengandung acuan

bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan sosial. Pengetahuan tersebut membuat kita mampu untuk memetik pelajaran dari pengalaman, membentuk persepsi kita terhadap pengalaman itu, dan memperkaya khasanah pengetahuan masa lalu. Asumsi yang kedua, media massa memiliki peran mediasi antara realitas yang obyektif dan pengalaman pribadi. Media massa seringkali berada di antara kita dengan bagian pengalaman lain yang berada di luar persepsi dan kontak langsung kita.

Charles Wright menggambarkan empat fungsi dasar media massa yaitu:

- 1. Pengamat lingkungan (*Surveillance*)** Media memberikan pesan-pesan secara terus menerus melalui pemberitaan mereka yang memungkinkan anggota masyarakat menyadari perkembangan lingkungan yang dapat mempengaruhi mereka. Pengamat lingkungan juga memiliki fungsi pengawasan, yang memperingatkan masyarakat akan bahaya, misalnya angin topan atau polusi udara dan air.
- 2. Korelasi (*Correlation*)** Media massa menghubungkan dan mengartikan pesan tentang peristiwa yang sedang terjadi. Fungsi korelasi membantu khalayak masyarakat menentukan relevansi berbagai informasi pengawasan apa yang berguna bagi mereka.
- 3. Sosialisasi (*Socialization*)** Sebagian merupakan fungsi pengamat lingkungan dan korelasi; komunikasi melalui media massa mensosialisasikan individu-individu untuk berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa memberikan berbagai pengalaman yang umum, harapan-harapan yang sama, perilaku yang sesuai maupun yang tidak sesuai, dan berkontribusi berbagai kreasi kebudayaan umum dan konsensus kebudayaan. Komunikasi dalam media massa juga memainkan sebuah peran penting dalam mentransmisikan warisan kebudayaan dari generasi ke generasi.
- 4. Hiburan (*Entertainment*)** Media massa adalah sumber yang dapat menyediakan hiburan massa dan menyediakan

hiburan dasar, serta menyiarkannya bagi khalayak masyarakat. (Ruben, 1992: 270-271)

Wilbur Schramm dalam bukunya *Responsibility in Mass Communication* melengkapi pendapat Charles Wright dengan menambahkan fungsi media sebagai ajang promosi (*to sell goods for us*) (Schramm, 1975: 34). Jika dikaitkan dengan fungsi politisnya, maka media dapat juga berfungsi untuk mempromosikan seorang figur tokoh politik kepada khalayak.

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Teori Konstruksi Realitas

Tuchman menyebutkan, konstruksi realitas sosial merupakan suatu upaya menyusun realitas dari satu atau sejumlah peristiwa yang semula terpenggal-penggal (acak) menjadi sistematis hingga membentuk cerita atau wacana. Pandangannya ini melihat berita atau hasil peliputan merupakan hasil konstruksi realitas, seperti yang dikutip dalam bukunya, *Makin News, a Study in the Construction of Reality* (NY: The Free Press, 1980).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori konstruksi sosial atas realitas dari **Peter L. Berger dan Luckmann** yang dipaparkan dalam bukunya berjudul *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Pada proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Dalam substansi dan teori dari pendekatan ini adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui sekunder.

2.2.2 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.

Gamson dan Modigliani, peneliti yang konsisten mengimplementasikan konsep framing, menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*) yang

mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan (Eriyanto, 2002:217-287). Menurut mereka 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.

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:

- a. **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.**
- b. **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.**

- c. **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. (Eriyanto, 2002:288-289)**

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.

2.2.3 Model Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Framing adalah penekanan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, akhirnya adalah adanya bagian tertentu yang lebih menonjol yang lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Menurut Sobur (2001 : 161), mengutip Sudibyo (1999 a : 23) bahwa gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media (Eriyanto, 2002:67). Penyajian tersebut disajikan dengan cara menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas dari peristiwa. Ada beberapa model framing yang digunakan dalam menganalisis teks media. Salah satunya model Pan dan Kosicki yang merupakan modifikasi dari dimensi operasional analisis wacana Van Dijk. Model framing ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki, analisis framing ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisa teks media.

Konsep framing Pan dan Kosicki yaitu sebagai proses pembuatan suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan yaitu (1) konsepsi psikologi yakni menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi pada dirinya yang berkaitan dengan struktur kognitif dalam mengolah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang, (2) konsepsi sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial pada realitas. Frame disini berfungsi melihat membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu (Eriyanto, 2002:252).

Dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan konsepsi yang ada dalam pemikirannya semata. Akan tetapi melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan, ketika menulis dan mengkonstruksikan berita wartawan bukanlah berhadapan dengan publik yang kosong atau dengan kata lain khalayaklah menjadi pertimbangan wartawan, serta ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan (standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan).

Wartawan memakai secara strategis kata, kalimat, lead, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lainnya untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca.

Perangkat wacana itu dapat dijadikan alat bagi peneliti untuk memahami bagaimana media mengemas peristiwa.

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame 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. Frame berhubungan dengan makna yang berdasarkan perangkat tanda dimunculkan dalam teks sehingga seseorang dapat memaknai suatu peristiwa. Perangkat framing dalam pendekatan ini dapat dibagi dalam empat struktur besar, yaitu:

- a. **Struktur sintaksis merupakan penyusunan fakta atau peristiwa dalam teks berita yang berupa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa, disusun dalam bentuk susunan umum berita. Perangkat framing adalah skema berita, dan unit yang diamati adalah headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup. Struktur sintaksis dapat memberikan petunjuk yang berguna untuk wartawan dalam memaknai peristiwa dan hendak ke mana berita itu akan diarahkan.**
- b. **Struktur skrip merupakan pengisahan fakta dalam teks berita. Struktur ini melihat strategi dan cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Perangkat framing adalah kelengkapan berita dan unit yang diamati melalui 5W+1H. Untuk itu, unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting, namun jika salah satu unsur kelengkapan berita yang dimiliki wartawan tidak dimunculkan maka akan memperlihatkan penekanan atau penonjolan dan penyamaran terhadap fakta yang ada.**
- c. **Struktur tematik merupakan penulisan fakta atau menuangkan pandangan dalam teks berita terhadap suatu peristiwa berdasarkan proposisi, kalimat atau hubungan kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Perangkat framing dari struktur tematik ini terdiri dari detail, maksud, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat, dan hubungan**

kalimat. Struktur tematik sebenarnya merupakan alat analisis untuk melihat bagaimana fakta ditulis, kalimat yang dipakai, serta menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.

- d. Struktur retorik merupakan penekanan fakta dalam teks berita. Perangkat framing yang digunakan adalah leksikon, grafis, metafora, penandaan dengan unit analisis kata, idiom, gambar, foto, dan grafik. Disamping itu unsur leksikon menunjukkan pilihan kata dalam suatu kalimat tertentu. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar. (Eriyanto, 2002:22-23).**

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator dan intervening, maka juga perlu dijelaskan, mengapa variabel itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir.

Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing-masing variabel, juga

argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti (Sapto Haryoko, 1999, dalam Sugiyono, 2010).

Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, maka perlu dikemukakan kerangka berfikir. Suriasumantri 1986, dalam (Sugiyono, 2010) mengemukakan bahwa seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Krangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan.

dalam penelitian ini penulis mencoba menyajikan bagaimana cara media *online* [cnnindonesia](http://cnnindonesia.com) dan metrotvnews.com dengan menggunakan analisis framing serta pendekatan dari Zhangdang Pan dan Gerald M. Koscki

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Koscki media melakukan pembimbingan berita oleh media dapat dilakukan dengan melihat Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris

berdasarkan pemaparan diatas dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran guna mempermudah penulis dalam meneliti berita tentang aksi demo dua November yang dilakukan oleh organisasi Islam di Indonesia dalam media cnnindonesia.com dan metrotvnews.com

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran

