**BAB II**

**1.4.1 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 **Bittner** yang dikutip **Ardianto**, dalam buku **Komunikasi Massa**, yaitu: ***Mass commnucation is messages communicated through a mass medium to a large number of people”* [2003:3]**.

Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa.

**1.4.2 Fungsi Komunikasi Massa**

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

1. **Fungsi *surveilance* (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 disampaikanya 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.

**1.4.3 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. **Komunikan 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 komunikan 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.

**1.4.4 Pengertian Jurnalistik**

Dalam buku **Jurnalistik IndonesiaMenulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria [2005:2]**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* 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 sistematik 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.

**1.4.5 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]**, ungkapnya :

**“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.

**1.4.7 Analisis Framing**

Sebagai pembaca koran, pendengar radio, pemirsa televisi, dan pengguna media online, seringkali dibuat binung 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. Pembingkaian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi” [2002:3]**

 Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bertikan 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 analsisis 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 **Zhondang 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 infotmasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukan 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 kognisis 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 pandangna sosiologis lebih melihat pada bagaimana konsturksi sosial atas realitas.

 Frame di sini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklaisifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya. Frame di sini berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengengerti 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 dasarnyasintaksis mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari caranya menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita. *Kedua,* stuktur 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 aas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Sturktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil. *Keempat,* struktur retoris. 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 menkankan arti tertentu kepada pembaca. Pendekatan itu dapat digamber 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 | *Headline, lead,* latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup. |
| SKRIP(Cara wartawan mengisahkan fakta) | 2. Kelengkapan Berita | 5W + 1H |
| TEMATIK(Cara wartawan menulis fakta) | 3. Detail4. Koherensi5. Bentuk kalimat6. Kata ganti | Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antarkalimat. |
| RETORIS(Cara wartawan menekankan fakta) | 7. Leksikon8. Grafis9. Metafora | Kata, idiom, gambar/foto, grafik |

1. Sturktur 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 beria tersebut akan dibawa.

*Headline* merupakan aspek sintaksis dan wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi yang menunjukan 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 menunjukan bagaimana wartawan mengkonstruksi suatu isu, seringkali dengan menekankan makna tertentu lewat pemakaian tanda tanya untuk menunjukkansebuah perubahan dan tanda kutip untuk menunjukan jarak perbedaan. Selain *headline* atau judul, *lead* adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan. *Lead* yang baik umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukan 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 memperngaruhi 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 seuumber 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.

1. Struktur Skrip

Naskah (*skrip*) adalah laporan berita yang disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama,* banyak laporan berita yang berusaha menunjukan 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 sturktur 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.

1. Struktur Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Jika struktur sintaksis berhubungan denga npernyataan 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”.

1. Struktur Retoris

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

Ada beberapa elemen struktur retoris 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, piihan kata yang dipakai tidak semata-mata hanya karena kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukan 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 biasanaya 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.

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**ANALISIS FRAMING pemberitaan kegagalan Persib melawan Pusamania Borneo FC di leg ke 2 di media online PikiranRakyat.con dan Bobotoh.id**

**Teori Konstruksi Realitas Sosial**

**(Peter L. Berger dan Thomas Luckmann)**

**Model Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicky**

**Struktur Sintaksis PikiranRakyat.com dan Bobotoh.id**

**Struktur Skrip PikiranRakyat.com dan Bobotoh.id**

**Struktur Tematik PikiranRakyat.com dan Bobotoh.id**

**Struktur Retoris PikiranRakyat.com dan Bobotoh.id**