

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konstruksi Realitas Sosial

Teori konstruksi realitas sosial berada dalam teori fakta sosial dan definisi sosial. Teori fakta sosial yaitu standar yang eksislah yang penting. Dalam teori fakta sosial manusia merupakan produk dari masyarakat. Segala tingkah laku, tindakan dan persepsi manusia berasal dari masyarakat. Sementara itu, dalam definisi sosial, manusia membentuk masyarakat. Manusia yang melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. Manusia yang membentuk realitas, menyusun intuisi dan norma yang ada didalam kehidupan bermasyarakat.

Teori konstruksi realitas sosial merupakan teori mengenai bagaimana sebuah relitas dipandang sebagai sebuah hasil konstruksi. Analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini memiliki pandangan terhadap media dan teks berita yang dihasilkan. Peter L. Berger seorang sosiolog interpretative memperkenalkan konsep mengenai konstruksionisme.

Menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing**, proses dialektis konstruksi realitas sosial mempunyai tiga tahap, yaitu :

***Pertama*, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak**

dapat tidak mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivitas ini, masyarakat menjadi suatu realitas sui generis. Hasil dari eksternalisasi ini misalnya yaitu manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda maupun bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. (2002:16)

Realitas tidak terbentuk secara ilmiah melainkan realitas itu dibentuk dan dikonstruksikan. Realitas dapat dimaknai ganda atau berbeda-beda oleh setiap orang. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu relitas. Perbedaan dalam memaknai konstruksi sosial atas realitas tergantung terhadap pengalaman, pendidikan, lingkungan pergaulan atau sosial dari tiap-tiap individu.

Dalam berita, sebuah teks dalam suatu berita seharusnya dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Oleh karena itulah setiap berita dapat dikonstruksikan secara berbeda oleh setiap orang yang membaca atau menontonnya.

Wartawan sebagai pencari berita, wartawan bisa mempunyai pandangan yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa. Bagaimana cara pandang wartawan dalam melihat atau mengkonstruksi sebuah peristiwa dapat dilihat dari bagaimana wartawan tersebut mengkonstruksi peristiwa itu yang diwujudkan dalam bentuk teks berita. Sebuah peristiwa yang akan diangkat oleh wartawan diinternalisasi dengan cara dilihat dan diobservasi. Berita terbentuk karena adanya hasil interaksi apa yang ada dalam pikiran wartawan mengenai sebuah peristiwa dan apa yang dilihat oleh wartawan dalam sebuah peristiwa tersebut.

Paradigma konstruksionis mempunyai penilaian bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing** penilaiannya yaitu :

Pertama, fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan ada dalam benak kita yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan. Dalam paradigam konstruksionis fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran suatu fakta bersifat relative, berlaku sesuai konteks tertentu.

Kedua, media adalah agen konstruksi. Dalam paradigma konstruksionis media bukanlah sekedar saluran atau sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator kepada komunikan, media juga merupakan objek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realita yang tersaji dalam pemberitaan. Media bukan hanya

memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan actor dan peristiwa.

Ketiga, berita bukan refleksi dari realitas, Ia hanyalah konstruksi dari realitas. Dalam paradigm konstruksionis berita ibaratnya seperti sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realita, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media.

Keempat, berita bersifat subjektif atau konstruksi atas realitas. Opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.

Kelima, wartawan bukan pelapor, Ia agen konstruksi relitas. Dalam paradigma konstruksionis wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya. Berita bukan hanya produk individual, melainkan juga bagian dari proes organisai dan interaksi antara wartawannya. Topik apa yang diangkat dan siapa yang diwawancarai, disediakan oleh kebijakan redaksional tempat wartawan bekerja, bukan semata-mata bagian dari pilihan profesional individu. Wartawan yaitu sebagai partisipan yang menjembatani keragaman objektifitas pelaku sosial.

Keenam, etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita. Nilai, etika, atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa. Wartawan bukan hanya pelapor, karena diadari atau tidak Ia menjadi patisipan dari keragaman penafsiran dari objektifitas dalam publik.

Ketujuh, nilai, etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian integral dalam penelitian. Salah satu sifat dasar dari penelitian yang berifat kontruksionis adalah pandangan yang menyatakan peneliti bukanlah subjek yang bebas nilai. Pilihan etika, moral, atau keberpihakan peneliti menjadi bagian yang terpisahkan dari proses penelitian.

Kedelapan, khalayak memiliki penafsiran tersendiri atas berita. Dalam paradigma konstruksionis, khalayak tidak dilihat sebagai subjek yang pasif, Ia juga subjek yang aktif dalam menafirkan apa yang Ia baca. (2002:22)

Paradigma konstrusionis menilai bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat dalam hal ini secara realitas. Realitas bahwa dalam memproduksi sebuah

berita wartawan tidak hanya bertindak sebagai pelapor sebuah peristiwa tetapi juga sebagai partisipan yang menjembatani informasi akan adanya sebuah peristiwa. Media pun memiliki peran yang besar terhadap persepsi masyarakat atas suatu peristiwa yang dilaporkan. Berawal dari pengemasan media lah, persepsi masyarakat terhadap suatu peristiwa dapat tercipta, dan media memiliki kekuatan yang sangat besar atas penciptaan sebuah persepsi oleh masyarakat.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Definisi yang paling sederhana menurut **Ardianto** dikemukakan oleh Bittner dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). (2007:3)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jika komunikasi atau informasi disebarkan ke sejumlah besar orang namun tidak disebarkan melalui media massa maka komunikasi atau informasi tersebut tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa.

Berbeda dengan definisi komunikasi yang dikemukakan oleh Bittner, definisi komunikasi massa yang lebih rinci menurut **Ardianto** yaitu komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gerbner dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu :

Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies.”
(Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry). (2007:3)

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan.

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Meletzke menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** memperlihatkan sifat dan cirri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. Definisi oleh Meletzke yaitu :

Komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (2007:3)

Definisi komunikasi massa oleh Freidson menurut **Ardianto** dalam buku

Komunikasi Massa Suatu Pengantar yaitu :

Komunikasi massa dapat dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan kenyataan bahwa komunikasi massa ditujukan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat (2007:4).

Bagi Freidson, khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Hal ini sesungguhnya sama dengan istilah terbuka dari Meletzke. Freidson dapat menunjukkan ciri komunikasi massa yang lain yaitu adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Wright menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** merupakan definisi yang lengkap, yang dapat menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas yaitu :

Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut : diarahkan pada khalayak yang relative besar,

heterogen, dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, sering kali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. (2007:4)

Definisi Wright mengemukakan karakteristik komunikasi secara khusus, yakni anonim dan heterogen. ia juga menyebutkan pesan diterima komunikasi secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio siaran dan televisi).

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin & Tankard Jr., dalam bukunya *Communication Theories: Origins Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. (2007:5)

Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya menurut **Ardianto** dalam buku **Komuniaksi Massa Suatu Pengantar** merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya yaitu :

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya, ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual. (2007:6)

Rangkuman definisi-definisi komunikasi massa menurut **Ardianto** dikemukakan oleh Rakhmat dalam buku **Komunikasi Masa Suatu Pengantar** yaitu :

Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sasaat. (2007:6)

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi Massa mempunyai ciri-ciri tersendiri, menurut **Nurudin** dalam buku **Pengantar Komunikasi Massa**, ciri-ciri komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga.

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapi kumpulan orang-orang. Artinya gabungan antara berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Didalam komunikasi massa, komunikator adalah lembaga media massa itu sendiri. Itu artinya, komunikatornya bukan orang per orang. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya adalah media massa (surat kabar, televisi, stasiun radio, majalah dan penerbit buku). Media massa disebut sebagai organisasi sosial karena merupakan kumpulan beberapa individu yang dalam proses komunikasi massa tersebut.

2. Komunikasikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen.

Komunikasikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen, artinya pengguna media itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, punya agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Selain itu dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka.

3. Pesannya Bersifat Umum.

Pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesan itu ditujukan kepada khalayak yang plural. Oleh karena itu pesan-pesan yang dikemukakan tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini memiliki arti pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah.

Karena komunikasi massa itu melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan dan komunikanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpribadi. Dengan demikian komunikasi massa itu bersifat satu arah.

5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan.

Dalam komunikasi massa itu ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak disini berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis.

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis adalah sebuah keniscayaan yang sangat dibutuhkan media massa tak lain agar proses pemancaran atau penyebaran pesannya bisa lebih cepat dan serentak kepada khalayak yang tersebar.

7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*.

Gatekeeper atau yang sering disebut dengan penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semau informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. *Gatekeeper* juga berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah atau mengurangi pesan-pesannya. Intinya adalah pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. (2004:16)

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki fungsi dalam setiap informasi yang disebarkannya. Fungsi komunikasi massa oleh Dominick menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu pengantar** terdiri dari :

1. *Surveillance* (Pengawasan).

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama yaitu : *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) adalah fungsi pengawasan peringatan yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang

ancaman, misalnya meletusnya gunung merapi. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka panjang. Dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan dibioskop, produk-produk baru, ide-ide tentang mode.

2. *Interpretation* (Penafsiran).

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini.

3. *Linkage* (Pertalian).

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai).

Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5. *Entertainment* (Hiburan).

Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak. (2007:14)

Fungsi komunikasi massa yang lain di kemukakan oleh Effendy secara umum menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu pengantar**, yaitu :

1. Fungsi Informasi.

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, dan pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan.

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi Memengaruhi.

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk / editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar. (2007:18)

Fungsi Komunikasi secara khusus dikemukakan oleh DeVito menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu :

1. Fungsi Meyakinkan (*to Persuade*).

Menurut DeVito, persuasi bisa datang dalam bentuk :

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Usaha untuk melakukan persuasi, kita pusatkan pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak agar mereka bertindak dengan cara tertentu.
- b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Media akan mengubah orang yang tidak memihak pada suatu masalah tertentu.
- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dilihat dari susut pengiklan (*advertiser*), fungsi terpenting media massa adalah menggerakkan (*activating*) konsumen untuk mengambil tindakan. Media berusaha mengajak pembaca atau pemirsa untuk membeli dan menggunakan produk merek tertentu.
- d. Memperkenalkan etika atau menawarkan pada sistem nilai tertentu. Dengan mengungkapkan secara terbuka tentang adanya penyimpangan tertentu dari suatu norma yang berlaku, media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi. Mereka menyajikan etik kolektif kepada pembaca dan pemirsa.

2. Fungsi Menganugerahkan Status.

Penganugerahan status terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga prestise (gengsi) mereka meningkat. Lebih lanjut dikatakan bahwa komunikasi massa mempunyai fungsi mengakhlakkan kalau komunikasi itu memperkuat kontrol sosial atas anggota-anggota masyarakat yang membawa penyimpangan perilaku ke dalam pandangan masyarakat.

3. Fungsi Membius (*Narcotization*).

Media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotika.

4. Fungsi menciptakan Rasa Kebersatuan.

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita

merasa menjadi anggota suatu kelompok. Sebagai contoh, seorang gadis yang menderita karena penyakit leukemia hampir putus asa karena penyakitnya tidak kunjung sembuh. Namun setelah membaca surat kabar yang memuat kisah seorang anak kecil yang menderita penyakit leukemia, yang sangat optimis dalam menempuh hari-harinya, maka gadis itu merasa terhibur karena merasa ada teman yang senasib sehingga dia tidak lagi putus asa dalam menjalani hari-hari dalam kehidupannya.

5. Fungsi Privatisasi.

Privatisasi adalah kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan menucilkan diri ke dalam dunianya sendiri. Beberapa ahli berpendapat bahwa berlimpahnya informasi yang dijejalkan kepada telah membuat kita merasa kekurangan (2007: 20).

2.3 Televisi

2.3.1 Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan media massa lainnya seperti surat kabar dan radio siaran, yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur dan membujuk.

Fungsi televisi menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu**

Pengantar yaitu :

Fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad, yang menyatakan bahwa umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. (2007: 137)

2.3.2 Karakteristik Televisi

Media massa memiliki karakter atau bentuk masing-masing dalam penyajian informasinya kepada masyarakat. Televisi memiliki karakteristik tersendiri dari yang membedakannya dengan media massa lainya. Menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karakteristik televisi yaitu :

a. *Audiovisual*

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting daripada kata-kata. Keduanya harus kesesuaian secara harmonis.

Karena sifatnya yang *audiovisual* itu pula, maka acara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta (*still picture*), maupun film berita, yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita. Jadi, penayangan film berita, dalam siaran berita, selain untuk memanfaatkan karakteristik televisi, juga agar penonton memperoleh gambaran yang lengkap tentang berita yang disiarkan serta mempunyai keyakinan akan kebenaran berita.

b. Berpikir dalam Gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*). Begitu pula bagi seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan, atau persuasi, sebaiknya ia dapat melakukan berpikir dalam gambar. Sekalipun ia tidak membuat naskah, ia dapat menyampaikan

keinginannya kepada pengarah acara tentang penggambaran atau visualisasi dari acara tersebut.

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama, adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikannya sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. Tahap kedua dari proses berpikir dalam gambar adalah penggambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c. Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan 10 orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain-lain. Bila menyangkut acara drama musik yang lokasinya di luar studio, akan lebih banyak lagi melibatkan orang kerabat kerja televisi (*crew*). (2007: 137)

2.3.3 Pengertian Program Televisi

Televisi menyajikan informasi maupun hiburan kepada khalayak penontonnya melalui program-program acara. Melalui program acara ini lah penonton dapat memilih informasi mana dan informasi seperti apa yang ingin dilihatnya. Menurut **Morissan** dalam buku **Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi** pengertian program televisi yaitu :

Kata ‘program’ berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah ‘siaran’ yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata ‘program’ lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata ‘siaran’ untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audiensnya*. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. (2005: 97)

2.3.4 Jenis Program Televisi

Ada dua jenis program acara yang disajikan oleh stasiun penyiaran televisi. Menurut Morissan dalam buku **Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi** jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Program informasi, adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahuakan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*.
 - A. Berita keras (*Hard News*), adalah segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak *audience* secepatnya.
 - a. *Straight News*, suatu berita singkat (tidak detail) yanghanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
 - b. *Feature*, adalah berita yang menampilkan berita-berita ringan namun menarik.

c. *Infotainment*, adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*).

B. Berita lunak (*Soft News*), adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

a. *Current Affair*, adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.

b. *Magazine*, adalah program yang menampilkan informasi ringan dan mendalam. *Magazine* menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.

c. *Dokumenter*, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.

d. *Talkshow*, adalah program yang menampilkan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara.

2. Program Hiburan, adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (*game*).

A. Drama, adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.

a. *Sinetron* merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan.

b. *Film*, televisi menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film sebagai salah satu programnya karena pada awalnya tujuan dibuatnya film untuk layar lebar. Kemudian film itu sendiri didistribusikan menjadi VCD atau DVD setelah itu film baru dapat ditayangkan di televisi.

B. Permainan atau (*game show*), adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara

individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.

C. Musik, Program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi sangat ditentukan artis menarik *audience*. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.

D. Pertunjukan, merupakan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. (2005:102)

2.4 Jurnalistik

2.4.1 Pengertian dan Definisi Jurnalistik

Jurnalistik merupakan suatu proses kegiatan mencari, mengali, mengumpulkan, mengolah, memuat, dan menyebarluaskan sebuah berita melalui media. Pengertian jurnalistik menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** yaitu

Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik. (2005:2)

Pengertian jurnalistik berbeda menurut **Suhandang** dalam **Insiklopedi**

Indonesia yaitu :

Jurnalistik adalah bidang profesi yang yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari, pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian secara berkala dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yan ada. (2004:22)

Definisi jurnalistik dari para ahli diberikan oleh Adinegoro, Astrid S. Susanto, Onong Uchjana Effendy, dan Kustandi Suhandang. Menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** definisi jurnalistik oleh Adinegoro yaitu **“Jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya.” (2005:3)**

Menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia**, Astrid S. Susanto menyebutkan definisi jurnalistk yaitu **“Kegiatan pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari.” (2005:3)**

Definisi jurnalistik oleh Onong Uchjana Effendy menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** yaitu **“Teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada masyarakat.” (2005:3)**

Kustandi Suhandang menyebutkan definisi jurnalistik menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** yaitu adalah

Seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya. (2005:3)

2.4.2 Jurnalisik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual atau jurnalistik televisi siaran merupakan jurnalistik berupa gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal yaitu :

Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara, dan gambar yang dihasilkan.serta diterima oleh pesawat televisi penerima dirumah. Dramatikal, aspek serta nilai dramatic yang dihasilkan oleh rangkaian gambaryang dihasilkan secara simultan. (2005:5)

Jurnalistik televisi menggabungkan tiga unsur atau tiga keunggulan sekaligus dibandingkan dengan jurnalistik media massa lainnya, yaitu kekuatan gambar, suara, dan kata-kata.

2.5 Berita

Berita adalah informasi yang aktual, aktual, penting, menarik yang disebarakan melalui media sosial. Berita bisa disebut juga sebagai laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Sebuah peristiwa tidak bisa disebut sebagai berita jika tidak di publikasikan di media massa sehingga diketahui banyak orang. **Haris Sumadiria** mengutip **Paul De Massenner** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** “Berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar”.(2005:64).

Haris Sumadiria mengutip **Dean M. Lyle Spencer** definisi lain dari berita dalam buku **Jurnalistik Indonesia** adalah “Suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca”. (2005:64).

Berita menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** adalah “Laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media massa berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet.” (2005:65)

2.5.1 Jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik berita berdasarkan jeninya dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu : dasar (*elementary*), peralihan (*intermediate*), dan mahir (*advance*). Berita *elementary* mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth news report*), dan berita menyeluruh

(*comprehensive news report*). Berita *intermediate* meliputi pelaporan berita interpretative (*feature story report*). Sedangkan untuk berita *advance* menunjuk pada pelaporan mendalam (*depth reporting*), pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*), dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*). Menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** jenis-jenis berita terbagi menjadi delapan bagian yaitu :

1. ***Straight News***
Laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya berita ini ditulis dengan unsure-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how (5W+1H)*.
2. ***Depth News report***
Berita fakta, reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk informasi tersebut.
3. ***Comprehensif News***
Berita laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung.
4. ***Interpretatif Report***
Merupakan sebuah berita isu, masalah atau peristiwa yang kontroversial. Namun laporan beritanya mengenai fakta yang terbukti, bukan opini.
5. ***Feature Story***
Merupakan sebuah berita kisah. Berita fakta yang dibuat menarik perhatian pembacanya. Menyajikan suatu pengalaman pembaca yang lebih bergantung pada gaya penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. ***Depth Reporting***
Pelaporan jrnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.

7. *Investigative Reporting*

Berita dengan memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Yang dibuat dengan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan.

8. *Editorial Writing*

Berita penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.

2.5.2 Nilai Berita

Nilai berita adalah nilai-nilai dari suatu peristiwa yang dijadikan acuan untuk membuat sebuah berita. Nilai berita diperhitungkan dalam membuat sebuah berita untuk memilih fakta atau peristiwa mana yang pantas atau tepat dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik untuk disampaikan kepada khalayak. Menurut **Haris Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** kriteria umum nilai berita yaitu :

1. **Keluarbiasaan**

Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Berita adalah suatu peristiwa yang luar biasa. Peristiwa yang luar biasa selalu mendapat tempat utama dalam dunia jurnalistik karena peristiwa yang luar biasa biasanya menimbulkan dampak besar bagi kehidupan. Nilai berita peristiwa luar biasa paling tidak dapat dilihat dari lima aspek: lokasi peristiwa, waktu peristiwa itu terjadi, jumlah korban, daya kejut peristiwa, dan dampak yang ditimbulkan peristiwa tersebut, baik dalam bentuk jiwa dan harta, maupun menyangkut kemungkinan perubahan aktivitas kehidupan masyarakat.

2. **Kebaruan**

Berita adalah semua apa yang baru. Apa saja perubahan penting yang dianggap berarti merupakan berita.

3. Akibat

Berita adalah sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan bermasyarakat. Dampak suatu pemberitaan tergantung pada beberapa hal: seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak, dan segera tidaknya efek berita itu menyentuh khalayak media televisi yang melaporkan.

4. Aktual

Berita adalah apa yang terjadi hari ini, apa yang masih belum diketahui tentang apa yang akan terjadi hari ini. Sesuai dengan definisi jurnalistik media massa haruslah memuat atau menyiarkan berita-berita actual yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kebaruan dan aktualitas terbagi menjadi tiga kategori: aktualitas kalender, aktualitas waktu, dan aktualitas masalah.

5. Kedekatan

Berita adalah kedekatan. Kedekatan memiliki dua arti, yaitu kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjukkan pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi disekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat suatu peristiwa yang terjadi dengan domisili kita, maka semakin terusik dan semakin tertarik kita untuk menyimak dan mengikutinya. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, kejiwaanseseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

6. Informasi

Berita adalah informasi. Tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita atau yang memberi banyak manfaat kepada publik yang patut mendapat perhatian media.

7. Konflik

Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan. Ketika terjadi perselisihan antara dua individu yang makin menajam dan tersebar luas, serta banyak orang yang menganggap perselisihan tersebut dianggap penting untuk diketahui, maka perselisihan

yang semula urusan individual, berubah menjadi masalah sosial. Berita konflik, berita tentang pertentangan dua pihak atau lebih menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan. Ada pihak yang setuju (pro), ada juga pihak tidak setuju (kontra).

8. Orang penting

Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figur publik. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita. Apa saja yang dikatakan dan dilakukan oleh orang penting, pesohor, pejabat, figur publik, bahkan koruptor sekaligus selalu dikutip pers.

9. Kejutan

Kehutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya. Kejutan bisa menunk pada ucapan, dan perbuatan manusia. Bisa jga menyankut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam, enda-benda mati. Semuanya bisa mengundang dan menciptakan informasi serta tindakan yang mengejutkan, mengguncang dunia, seakan langit akan runtuh, bukit akan terbelah, dan laut akan musnah. Nilai berita kejutan, ditentukan oleh subjek pelaku, situasi saat itu, peristiwa sebelumnya, bidang perhatian, pengetahuan, serta pengalaman orang-orang atau masyarakat sekitarnya.

10. Ketertarikan manusiawi (*Human Interest*)

Para praktisi jurnalistik mengelompokkan kisah-kisah *human-interest* ke dalam berita ringan, berita lunak (*soft news*). Berita *human interest* lebih banyak mengaduk-aduk perasaan daripada mengundang pemikiran. Aspek kejiwaan kita, emosi, empati, seperti dikuras habis-habisan. *Human interest* yaitu apa saja yang dinilai mengundang minat insane, menimbulkan ketertarikan manusiawi, mengembangkan hasrat dan naluri ingin tahu.

11. Seks

Berita adalah seks, dan seks adalah berita. Segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks identik dengan perempuan. Seks bisa menunjuk pada keindahan anatomi perempuan, poligami, perselingkuhan, kekerasan, maupun perilaku menyimpang.

Kriteria umum nilai berita ini menjadi pegangan untuk reporter maupun editor dalam dunia jurnalistik. Berlandaskan pada nilai-nilai berita reporter dapat mencari atau meliput peristiwa yang dianggapnya sebuah berita yang layak disiarkan kepada pemirsa.

2.5.3 Berita Politik

Berita politik adalah berita yang membahas segala sesuatunya tentang kegiatan politik. Peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa sebagai pembahasan liputan. Perilaku dan orientasi politik dapat dipelajari dari media massa jika materi-materinya terdapat dalam media massa dan jika audiens memberikan perhatian terhadap materi dan media itu sendiri. Berita politik sering kali dimanfaatkan aktor politik untuk menarik masyarakat dan meningkatkan pencitraan diri mereka. Para aktor politik juga tidak jarang berusaha menarik perhatian watawan agar aktivitas politiknya dapat diliput.

Bagi para aktor politik, media massa digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada khalayak, sementara bagi wartawan, media massa sendiri adalah wadah atau tempat untuk memproduksi pesan-pesan politik, karena peristiwa-peristiwa politik mempunyai nilai berita tersendiri. Berita politik menurut **Dan Nimmo** dalam buku **Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media** yaitu “Peristiwa politik selalu layak

diberitakan. Peristiwa politik terbagi menjadi empat jenis yaitu: rutin, insidental, skandal, dan tanpa sengaja.” (2006:218)

Liputan atau pemberitaan politik memiliki kekuatan untuk pembentukan opini publik, baik yang diharapkan oleh politisi maupun oleh wartawan. Aktor politik yang memiliki peran sebagai komunikator memiliki pesan yang ingin disampaikan yang memiliki tujuan untuk memengaruhi sikap khalayak mengenai suatu masalah. Aspek inilah yang menjadi tujuan utama aktor politik karena memengaruhi pencapaian-pencapaian politik mereka.

Berita politik yang tersaji dalam media massa bila dicermati dimulai dengan peristiwa politik baik yang menyangkut organisasi maupun aktor politik. Peristiwa politik ini kemudian akan dionstruksi oleh media massa yang memiliki pengaruh eksternal dan internal. Pengkonstruksian realitas politik hingga membentuk makna dan citra tertentu pertama-tama tergantung ada faktor sistem media massa yang berlaku. Suatu berita dalam televisi tertentu menempatkan isi berita tersebut dalam suatu sistem ideologi sehingga audiens yang sepemahaman akan langsung menerima apa yang dikatakan, sedangkan orang yang berlainan paham akan segera menolaknya dan memilih medianya sendiri.

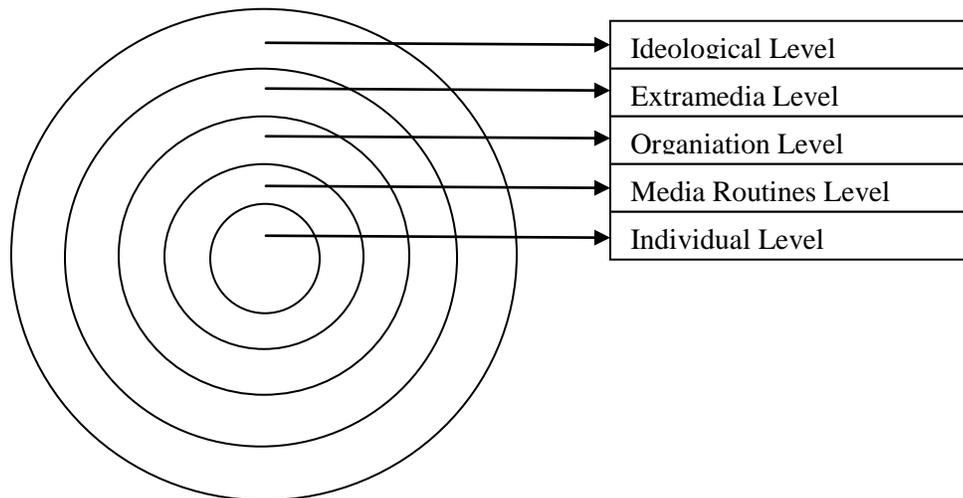
2.6 Kebijakan Redaksi

Kebijakan redaksi adalah kebijakan didalam organisasi media massa sebagai pedoman dalam memandang suatu peristiwa. Setiap media massa memiliki kebijakan redaksi masing-masing dan berbeda-beda. Kebijakan atau peraturan dari masing-masing media secara tidak langsung mengarahkan ideologi dari media tersebut. Kebijakan redaksi bisa juga menjadi identitas atau ciri khas dari media massa. Bagaimana media massa tersebut memandang sebuah peristiwa kuncinya berada didalam kebijakan redaksi.

Kebijakan redaksi erat hubungannya dengan struktur organisasi didalam media massa. Didalam kebijakan redaksi terdapat campur tangan dari setiap elemen didalam struktur organisasi media massa tersebut. Tidak jarang dalam setiap elemen dalam organisasi tersebut mementingkan atau mengutamakan kepentingannya masing-masing.

Dalam kebijakan redaksi terdapat lingkaran pengaruh atas rutinitas media dalam memproduksi sebuah berita. Urutan lingkaran pengaruh rutinitas media dalam model hierarki sebagai berikut :

Gambar 2.1 Pengaruh atas Rutinitas Media dalam Model Hierarki



Sumber: Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese. (1996:106)

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese menilai ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan dalam sebuah proses produksi berita. Pendapat **Shoemaker dan Reese** menjabarkan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam sebuah proses produksi dalam buku *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, yaitu :

Pertama adalah level individu, yang dimaksud individu di dalam sini adalah kerangka berpikir seorang terhadap sebuah relitas. Faktor ini sangat erat hubungannya dengan latar belakang personal dan profesional pekerja media. Seperti halnya jenis kelamin, umur, agama, pendidikan, atau bahkan kecenderungan pada partai politik tertentu.

Kedua adalah rutinitas media, hal ini berkaitan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media massa

memiliki ukuran tersendiri mengenai apa yang termasuk dalam berita dan nilai-nilai berita apa yang sesuai dengan ideologinya. Dalam rutinitas media sebuah media massa pastilah memiliki prosedur standar operasional dalam kegiatan mencari berita dan proses produksi berita.

Ketiga adalah organisasi media. Level ini berkaitan dengan struktur organisasi yang secara hipotesis mempengaruhi pemberitaan. Dalam level ini masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi memiliki kepentingan sendiri-sendiri. Organisasi media yang terdiri dari pihak redaksi dan pemasaran kadang tak sejalan karena berbenturan dengan kepentingan sendiri-sendiri. Mereka akan terlibat dalam proses dialektika sesuai dengan kepentingan masing-masing. Berbagai elemen tersebut mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap, dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

Keempat adalah ekstra media, level ini berhubungan dengan faktor lingkungan diluar media. Ada tiga faktor yang termasuk dalam level ini, yang pertama adalah sumber berita, kedua adalah sumber penghasilan media, dan ketiga adalah pihak eksternal. Ketiga faktor ini akan mempengaruhi bagaimana sebuah peristiwa diproduksi menjadi sebuah berita.

Kelima, level terakhir adalah level ideologi. Ideologi ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level ini melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Pada level ini juga berkaitan dengan aspek politik, ekonomi, budaya di negara dimana media massa tersebut berada. Aspek politik dan media misalnya akan mempengaruhi kebijakan dari sisi Undang-undang Pers. (1996: 106)

2.7 Produksi Berita

Produksi berita yaitu proses memproduksi sebuah peristiwa hingga menjadi sajian berita yang layak disiarkan kepada audiens. Dibalik berita yang ditayangkan

oleh stasiun televisi terdapat tim redaksi yang bekerja menyiapkan segala sesuatunya dengan matang.

Menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing** ada dua kecenderungan studi bagaimana proses produksi berita dilihat yaitu :

Pandangan pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita. Pandangan kedua adalah pendekatan pembentukan berita. Pembentukan berita dengan cara pandang seleksi berita memandang sebuah peristiwa yang utuh diseleksi dengan cara dibuang atau ditonjolkan, sedangkan pada pandangan berita merupakan hasil dibentuk melihat sebuah peristiwa yang terjadi merupakan hasil dari bentuk pemikiran dan pengetahuan. (2005:100)

Kedua cara pandang pembentukan berita ini akan berlanjut pada tahap produksi berita. Berita yang disajikan kepada khalayak merupakan hasil persepsi wartawan terhadap sebuah berita. Berita adalah hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu dalam satu kategori tertentu. Ditengah-tengah proses produksi berita wartawan diikuti oleh beberapa hal yang menjadi acuan wartawan di lapangan dalam menentukan apakah sebuah peristiwa layak disebut berita dan diberitakan.

Pertama yang menjadi dasar pada kerja wartawan di lapangan adalah rutinitas organisasi. Wartawan yang dinaungi oleh lembaga media massa pastilah memiliki aturan-aturan dan pandangan mengenai produksi berita. Banyak faktor yang menentukan sebuah peristiwa bisa dijadikan berita atau tidak. Rutinitas organisasi

bisa dilihat dari bagaimana organisasi bisa dilihat dari bagaimana organisasi media mengkategorisasikan peristiwa dalam kategori atau bidang tertentu.

Selain rutinitas organisasi hal yang juga mempengaruhi sebuah peristiwa dipandang sebagai sebuah berita adalah nilai berita. Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja, tetapi juga mempunyai ideologi profesional. Ideologi profesional lah yang mempengaruhi sebuah peristiwa dipandang sebagai sebuah berita dan berita layak disebut berita. Nilai-nilai berita yang dibentuk oleh organisasi media akan menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberikan, melainkan juga bagaimana sebuah peristiwa dikemas.

Hal terakhir yang mempengaruhi proses produksi berita adalah pengkategorian berita. Proses kerja dan produksi berita juga merupakan konstruksi. Sebagai sebuah konstruksi, kategori berita juga menentukan mana yang dianggap berita dan mana yang tidak, mana yang penting dan bernilai berita dan mana yang tidak. Peran media dan wartawanlah yang mengkonstruksi sedemikian rupa sehingga peristiwa satu dinilai penting. Disini ada semacam standar atau nilai yang dipakai oleh wartawan atau media untuk melihat relevansi. Nilai atau ukuran tersebut tidaklah bersifat personal, tetapi dihayati secara bersama-sama oleh wartawan.

Berita adalah sebuah karya yang dibuat oleh seorang wartawan. Sudah menjadi tugas seorang jurnalis untuk mencari fakta dan data lalu menuliskannya menjadi sebuah berita. Jenis berita yang ditulis oleh seorang jurnalis menentukan bagaimana

berita akan dibentuk hingga dipersepsi atau diterima oleh audiens. Secara umum berita dibentuk oleh judul berita (*lead*, intro, alinea pembukan), dan tubuh (detil dan penutup). Dalam sebuah penulisan berita wartawan juga harus menentukan nilai berita yang ingin ditonjolkan.

Teknik penulisan berita pada umumnya menggunakan pola penulisan piamida terbalik dan rumus 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*). Selain itu yang menjadi dasar lainnya dalam penulisan berita adalah seorang wartawan tidak diperbolehkan untuk memberikan opini pada berita yang dituliskannya. Berita yang dituliskan oleh seorang wartawan haruslah sebuah peristiwa yang benar-enar terjadi dimana ada fakta dan data yang riil. Dalam pola penulisan bercerita dengan menggunakan piramida terbalik wartawan ataupun reporter dipermudah karena dengan menggunakan pola ini wartawan dengan mudah menuliskan pesan secara deduktif. Rumus 5W+1H juga membantu wartawan untuk menuls berita dengan lengkap, akurat, dan sesuai dnegan standar jurnalistik. Penggunaan pola piramida terbalik biasanya lebih sering digunakan dalam penulisan berita langsung, seperti menurut **Ashadi Siregar** dalam buku **Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa** yaitu

Prinsip dasar penulisan berita langsung adalah menggunakan struktur piramida terbalik, yaitu unsur-unsur terpenting dituliskan pada bagian teras berita. Tujuan penulisan semacam ini adalah untuk menyampaikan berita secara cepat. (1998:163)

Wartawan selain harus memperhatikan fakta yang terjadi di lapangan juga harus menuliskannya dalam bentuk tulisan yang bisa dipahami oleh khalayaknya. Penulisan berita harus mengikuti kaidah bahasa jurnalistik yang ada di Indonesia. Selain memperhatikan fakta wartawan juga harus berhati-hati dalam merangkai kata-kata ke dalam sebuah berita. Menurut Ashadi Siregar dalam buku **Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa** kata atau kalimat yang dituliskan ke dalam berita merupakan pesan yang ingin disampaikan oleh wartawan yaitu :

Berita yang ditulis tentang suatu peristiwa pada dasarnya adalah suatu rekonstruksi tertulis. Hanya lewat bahasa yang cermatlah rekonstruksi tertulis itu dapat mengantar pembaca untuk membayangkan apa yang terjadi. Apabila kata, kalimat, atau alinea ditulis tanpa kecermatan, besar kemungkinan antaran gambar yang diperoleh pembaca dan kenyataan sebenarnya jauh berbeda. (1998:90)

2.8 Kerangka Pemikiran

2.8.1 Penelitian Kualitatif

Penelitian adalah usaha manusia untuk mencari informasi tentang sesuatu. Penelitian bisa kita temukan dalam kehidupan sehari-hari. Namun penelitian sehari-hari tidak masuk kedalam penelitian ilmiah. Menurut **Krisyantoro** dalam buku **Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran** penelitian ilmiah adalah “Penelitian yang bertujuan menemukan

hubungan di antara fenomena melalui analisis yang akurat dan sistematis terhadap data empiris.” (2006:2)

Ada dua jenis penelitian yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena dirasa tepat untuk digunakan. Hal ini tentu akan mempengaruhi cara pandang peneliti terhadap permasalahan yang ada dalam penelitian. Penelitian kualitatif peneliti pilih karena sesuai dengan tujuan penelitian. penelitian kualitatif menurut **Moleong** dalam buku **Metodologi Penelitian Kualitatif** yaitu :

Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (2006:6)

Tujuan penelitian yang dilakukan pada televisi Metro Tv dan Tv One adalah mengetahui bagaimana kedua media ini membentuk berita yang disajikan. Sesuai dengan tujuan metode kualitatif yaitu memahami bagaimana responden dalam lingkungan sosialnya membentuk dunia di sekeliling mereka.

2.8.1.1 Paradigma Kualitatif

Dalam metodologi penelitian, paradigma merujuk pada seperangkat pranata kepercayaan bersama metode-metode yang menyertainya. Selain

berperan sebagai rujukan dan sudut pandang, paradigim juga berperan sebagai pembatas ruang dan gerak peneliti. Ada seperangkat asumsi, teori, konsep, dan proposisi yang berkaitan secara logis yang mengorientasikan seorang peneliti. Paradigma oleh Guba menurut **Denin dan Lincoln** dalam buku *Handbook of Qualitative Research* yaitu :

Paradigma adalah sebagai serangkaian keyakinan dasar yang membimbing tindakan. Paradigma berurusan dengan prinsip-prinsip pertama, atau prinsip-prinsip dasar. Paradigma adalah konstruksi manusia. Paradigma menentukan pandangan dunia peneliti sebagai *bricoleur*. (2009:123)

Keyakinan-keyakinan ini tidak akan pernah dapat ditetapkan dari sudut nilai kebenarannya yang tertinggi. Suatu paradigim pasti meliputi tiga elemen yaitu epistemologi, ontology, dan metodologi. Penelitian kualitatif memiliki beberapa sudut pandang atau paradigim diantaranya adalah positivism, post-positivisme, konstruktivisme, feminisme, dan teori kritis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigim konstruktivisme.

Konsep konstruktivisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretative Peter L. Berger. Realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Realitas hadir setelah direkonstruksi dan dibentuk. Dalam pandangan konstruktivisme subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosial. Subjek merupakan pemegang kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam

setiap wacana. Tujuan penelitian dari paradigm konstruktivisme diarahkan untuk menghasilkan berbagai pemahaman yang bersifat rekonstruksi, yang di dalamnya kriteria kaum positivis tradisional tentang validitas internal dan eksternal digantikan dengan terma-terma sidat layak dipercaya dan otentik. Pandangan konstruktivisme juga sering dikaitkan dengan penelitian ilmiah sosial.

Terdapat dua karakter penting dari pendekatan konstruktivisme menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing**, yaitu :

Pertama, pendekatan konstruktivisme menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Kedua, pendekatan konstruktivisme memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. (2005:41)

Bagi kaum konstruktivisme tidak ada deskripsi yang murni objektif dan memiliki makna yang mandiri. Semesta adalah suatu konstruksi. Semesta tidak dimaknai sebagai semesta yang otonom, melainkan telah direkonstruksi secara sosial. Dari segi teknik pengumpulan data, paradigm konstruktivisme cenderung menggunakan teknik pengamatan terlibat, analisis teks empatif, dan data sekunder empatif yang umumnya dalam kualitatif.

Menurut paradigma konstruktivisme data bersifat subjektif, dalam arti didasarkan atas pandangan pihak yang diteliti. Jenis data yang

diperoleh paradigma ini dapat dicapai dengan menyelami alam pikiran subjek penelitian. Untuk cara melaporkan data yang dikumpulkan, paradigma konstruktivisme menggunakan teknik pelaporan yang menceritakan ulang pandangan atau konstruksi subjek.

Peneliti menganggap berita yang ingin diteliti sesuai dengan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis peneliti rasa sesuai karena dalam paradigma ini realitas tidak dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya alamiah terjadi, melainkan hasil dari konstruksi atau campur tangan manusia. Dalam proses produksi berita mengenai Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden periode 2014-2019 berdasarkan perhitungan Komisi Pemilihan Umum, wartawan setidaknya mengetahui mengenai permasalahan apa yang ada di dalam isu ini, barulah setelah itu wartawan bisa menyusun realitas dari hasil interpretasi dan kemudian mengkonstruksi dalam bentuk berita.

Proses yang panjang dan kompleks akan dilalui wartawan dalam memproduksi sebuah berita. Tiap wartawan pasti memiliki pertimbangan pribadi dalam memilih fakta mana yang akan ditonjolkan atau malah dihilangkan dalam penyusunan berita. Begitu pula yang terjadi dalam berita yang disajikan pada dua televisi nasional Metro Tv dan Tv One.

2.8.2 Analisis *Framing*

Peneliti ingin melihat bagaimana televisi Metro Tv dan Tv One membingkai fakta Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden periode 2014-2019 berdasarkan perhitungan Komisi Pemilihan Umum, karena itu peneliti memilih menggunakan analisis framing dalam penelitian ini. Analisis framing secara sederhana bisa diartikan sebagai pembingkai yang dilakukan oleh pihak media massa terhadap suatu peristiwa. Pembingkai yang dilakukan oleh media massa saat ini sudah lumrah terjadi karena ada faktor-faktor eksternal maupun internal yang bergerak dinamis bersama media massa. *Framing* merupakan metode yang sering digunakan dalam menghadapi isu publik. Analisis framing menanyakan mengapa peristiwa X diberitakan? Mengapa peristiwa yang lain tidak diberitakan? Mengapa pihak yang terlibat berbeda meskipun peristiwanya sama? Mengapa realitas didefinisikan dengan cara tertentu? Mengapa fakta tertentu ditonjolkan sedang yang lain tidak? Mengapa menampilkan sumber berita X dan mengapa bukan sumber berita yang lain yang diwawancarai?

Framing oleh Sudibyo menurut **Krisyantoro** dalam buku **Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran** adalah :

Metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total melainkan dibelokkan secara halus dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dan dengan menggunakan istilah-istilah yang

mempunyai konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur dan alat ilustrasi lainnya. (2008:253)

Pendekatan analisis berita diterapkan pada peristiwa kasus atau fenomena yang terjadi. Saat proses produksi berita, bagian keredaksian harus menetapkan bagian fakta mana yang akan diambil dan dipilih serta bagian fakta mana yang dibuang. Proses produksi berita yang dilakukan oleh wartawan saat ini tidak hanya memaparkan fakta atau relitas yang terjadi, tetapi memaknai realitas tersebut dengan cara membingkai materi fakta mana mengandung makna publik. Dengan framing yang tepat, khalayak bisa dengan jelas dan segera menangkap makna publik yang terkandung dalam suatu realitas atau peristiwa. Jika dalam jurnalistik konvensional, fakta selalu dideskripsikan dengan 5W+1H (*what, where, when, who, why* dan *how*) atau (apa, dimana, kapan, siapa, mengapa, dan bagaimana), sementara itu saat ini fakta yang ada harus dibangun dengan perspektif atau landasan konseptual dalam menganalisis fakta. Fakta selalu berada dalam rentang proses dan fakta selalu memiliki kontinuitas. Makna dapat dilihat saat rentang proses fakta berlangsung. Ketika perubahan terjadi dari fakta ke fakta, saat itu makna dari suatu realitas akan ditemukan.

Setiap upaya rekonstruksi suatu fakta pada hakekatnya memerlukan *framing*. Hal tersebut diperlukan karena fakta-fakta yang terkumpul dapat diorganisasikan ke dalam suatu struktur format teks dan di selaraskan dengan halaman surat kabar yang tersedia. Namun, walaupun pemilihan fakta

diperkenankan, media tetap harus objektif dalam merekonstruksi fakta-fakta yang ada. Seperti yang tertuang dalam sembilan eemen jurnalisme, bahwa loyalitas jurnalisme adalah untuk warga, maka media harus mengedepankan kepentingan publik bukan kepentingan subjektif media maupun watawannya.

Sama halnya dengan pemberitaan yang dilakukan oleh televisi Metro Tv dan Tv One ada fakta yang lebih ditonjolkan dan ada juga fakta yang sengaja dihilangkan dalam pemberitaan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden periode 2014-2019 berdasarkan perhitungan Komisi Pemilihan Umum. Hal ini bisa terlihat dari bagaimana kedua media tersebut menampilkan judul berita.

2.8.3 Konsep *Framing*

Secara konseptual, *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Konsep *framing* dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi. Pendekatan psikologi tama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu, atau gagasan tertentu. Sementara dari sosiologi, konsep *framing* dipengaruhi oleh pemikiran Ervin Goffman. Dalam ranah studi komunikasi, *framing* mewakili analisis tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktifitas komunikasi. Konsep *framing* adalah murni konsep ilmu

komunikasi, akan tetapi dipinjam oleh ilmu kognitif (psikologi). Dalam praktiknya, analisis *framing* juga membuka peluang untuk implementasi konsep.

Ada dua aspek dalam *framing*. Pertama, memilih fakta atau realitas. Kedua, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Jika dilihat dari konsep psikologis *framing* merupakan upaya atau strategis yang dilakukan oleh wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi bermakna, lebih mencolok, dan diperhatikan oleh publik. Upaya membuat pesan atau teks berita lebih menonjol dan mencolok ini pada taraf paling awal tidak dapat dilepaskan dari aspek psikologis, karena itu konsepsi *framing* mempunyai implikasi penting dalam komunikasi politik.

Seperti yang sudah disebutkan *frame* berguna untuk menonjolkan atau menghilangkan pesan dari sebuah peristiwa. Hal ini berguna bagi komunikasi politik karena *frame* membatasi khalayak dari keseluruhan realitas dan membuat khalayak hanya memperhatikan aspek tertentu saja dari realitas. Seorang politisi akan menyajikan sebagian aspek yang menguntungkan dirinya, dan mencoba menonjolkannya, sembari menyembunyikan informasi lain yang merugikan, agar mendapat dukungan publik.

Sedangkan *framing* bisa juga dilihat dari sisi sosiologis, konsep *framing* dari lapangan sosiologis sangat dipengaruhi pemikiran dari Alfred Schut, Erving Goffman, dan Peter L. Berger. *Framing* sudah pasti berbicara mengenai realitas

dan dalam konsep sosiologis realitas dipandang sebagai sesuatu yang berasal dari konstruksi bukan suatu yang riil ataupun dari Tuhan. Pada level sosiologis, *frame* dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama-sama. Ini menempatkan media sebagai organisasi yang kompleks yang menyertakan didalamnya praktik profesional. Pendekatan semacam ini untuk membedakan pekerja media sebagai individu sebagaimana dalam pendekatan psikologis. Jika dipandang seperti ini menempatkan berita sebagai institusi sosial. Berita adalah produk dari institusi sosial dan melekat dalam hubungannya dengan institusi lainnya. Berita adalah produk dari profesionalisme yang menentukan bagaimana peristiwa setiap hari dibentuk dan dikonstruksi.

Konsep *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Kata penonjolan itu sendiri mendefinisikan untuk membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, dan lebih dilihat khalayak. Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam, seperti menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol dan mencolok dibandingkan yang lain, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting atau dihubungkan dengan aspek budaya yang akrab dengan khalayak. Kemenonjolan adalah interaksi antara teks dengan penerima.

Framing oleh Pan Kosicki menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing** yaitu :

Framing adalah sebuah strategi konstruksi dalam mempeorses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. (2002:68)

2.8.4 Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Framing melihat bagaimana konstruksi atas realitas dibangun oleh media massa. Model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki diperkenalkan lewat suatu tulisan di *Jurnal Political Communication*. Menurut mereka analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media di samping analisis isi kuantitatif. Disini analisis *framing* dipandang sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksi dan di negoisasikan. Model yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial politik Amerika. Pan dan Kosicki juga memandang konsep *framing* berkaitan erat dengan konsepsi psikologi dan sosiologi.

Dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan, dan menyimpan untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang kesemuanyadihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktik kerja profesional wartawan bukanlah agen tunggal yang menafsirkan peristiwa, sebab paling tidak terdapat tiga pihak yang saling berhubungan dalam proses produksi berita. Didalam model ini realitas sosial juga dianggap bukan berdiri tunggal atau berasal dari Tuhan, tetapi hasil

dari rekonstruksi manusia. Selain itu model ini juga berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dan organisasi ide. *Frame* adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbedadalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* juga berhubungan dengan makna. Penempatan elemen tertentu dari suatu isu lebih menonjol dalam kognisi seseorang.

Dalam perangkat *framing* yang dikemukakan oleh Pan dan Kosicki dapat dibagi ke dalam empat struktur besar, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat struktur besar tersebut dapat digambar dalam bentuk skema sebagai berikut :

Tabel 2.1 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, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup.</i>
SKRIP Cara Wartawan Mengisahkan Fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H.
TEMATIK Cara Wartawan Menulis Fakta	3. Detail 4. Koherasi 5. Bentuk Kalimat	Paragraf, Proposisi, Kalimat, Hubungan antar Kalimat.

	6. Kata Ganti	
RETORIS	7. Leksikon	Kata, Idiom, Gambar atau Foto, Grafik.
Cara Wartawan	8. Grafis	
Menekankan	9. Metafora	
Fakta		

Sumber : Menurut Eriyanto dalam buku Analisis Framing (2005:256)

Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu bentuk koherensi global. Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar pertama, struktur sintaksis; kedua, struktur skrip; ketiga, struktur tematik; dan keempat, struktur retorik. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan kisah berita. Dengan demikian struktur sintaksis ini biasa diamati dari bagan berita (*headline* yang dipilih, *lead* yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip dan sebagainya). Struktur skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Kemudian, struktur tematik yang berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menurut **Eriyanto** dalam buku **Analisis Framing** dibagi ke dalam empat struktur besar, yaitu :

1. Sintaksis

Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Bentuk sinaksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik, yang dimulai dengan judul, *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup.

- a. *Headline*, merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi yang menunjukkan kecenderungan berita. *Headline* mempunyai fungsi *framing* yang kuat karena mempengaruhi bagaimana kisah dimengerti untuk kemudian digunakan dalam membuat pengertian isu dan peristiwa sebagaimana mereka beberkan.
- b. Latar, merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan. Latar yang dipilih menentukan kea rah mana pandangan khalayak hendak dibawa.
- c. Pengutipan sumber, dimaksudkan untuk membangun objektivitas, prinsip keseimbangan yang tidak memihak. Ia juga merupakan bagian berita yang menekankan bahwa apa yang ditulis wartawan bukan pendapat wartawan semata, melainkan pendapat dari orang yang mempunyai otoritas tertentu. Pengutipan ini menjadi perangkat *framing* atas tiga hal. Pertama, mengklaim faliditas 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 menyimpang.

2. Skrip

Bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+1H (*who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how*). Unsur kelengkapan berita ini bisa menjadi penanda *framing* yang penting, karena dapat mengubah makna suatu berita. Skrip memberi tekanan

mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting.

3. Tematik

Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam preposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Beberapa elemen yang diamati dari perangkat tematik ini diantaranya adalah koherensi, yakni pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Koherensi terdiri dari koherensi sebab-akibat, koherensi penjelas, dan koherensi pembeda.

4. Retoris

Berhubungan dengan pilihan kata atau gaya yang dipilih wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan olehnya. Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan. Yang paling penting adalah leksikon, yakni pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Selain lewat kata dan penekanan pesan, dapat juga dilakukan dengan menggunakan elemen grafis seperti foto, gambar, dan tabel. (2002:295)

KERANGKA PEMIKIRAN

