

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengumpulkan beberapa penelitian sejenis dari orang terdahulu. Selain sebagai sumber referensi hal ini berguna untuk perbandingan agar tidak ada pengulangan penelitian dan mengembangkan penelitian yang sudah dilakukan. Berikut ini merupakan 3 penelitian sejenis yang menjadi bahan referensi penulis mengenai framing pemberitaan sebagai berikut :

1. Penelitian Sejenis 1

Penelitian ini dilakukan oleh Euis Liani pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Hoax Bullying Audrey di Tribunnews.com dan Detik.com”. Berikut penjelasannya

1) Konteks Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada media yang melakukan pembingkaiian terhadap pemberitaan kasus hoax bullying Audrey pada pertengahan April 2019. Dimana Audrey ini merupakan siswi yang duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Pontianak yang diduga mendapatkan perilaku kekerasan dari Kaka kelasnya yaitu kelas 12 SMP. Kasus yang awalnya muncul dengan tagar *JusticeforAudrey* di twitter, yang mana kasus ini melebar ke ranah hukum tetapi ketika

pihak kepolisian melakukan pemeriksaan menemukan kejanggalan bahwaternyata berdasarkan pengakuan Audrey pemberitaan yang dimuat oleh Tribunnews.com dan Detik.com sebagai objek penelitian ini tidak sesuai dengan kenyataan kekerasan yang diterima Audrey atau berita ini adalah hoax.

2) Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif, dimana peneliti dapat memperoleh data dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi langsung sehingga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati. Penelitian ini juga menggunakan analisis framing model Robert N. Entman dengan paradigma konstruktivitas.

3) Hasil Penelitian

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya perbedaan kedua media dalam mengemas berita mengenai kasus Hoax Bullying Audrey. Dimana Tribunnews.com cenderung menarik perhatian pembaca dengan menyelipkan argument sedangkan Detik.com memberikan judul tanpa menambahkan opini pada judul berita.

4) Persamaan dan Perbedaan

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Euis Liani ialah sama-sama meneliti mengenai pembingkaiian pemberitaan yang dilakukan oleh media online dengan analisis framing Robert N Entmant. Perbedaan dalam penelitian kami ialah, Euis Liani

menggunakan dua objek media online yang dijadikan perbandingan sedangkan peneliti hanya meneliti satu objek media online.

2. Penelitian Sejenis 2

Penelitian ini dilakukan oleh Shella Silvia Agustine pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Meninggalnya Petugas KPPS di Media Cetak”

1. Konteks Penelitian

Peneliti menganalisis berita dari media cetak Pikiran rakyat dan Tribun Jabar dalam membingkai peristiwa yang terjadi pada tahun 2019 yaitu pemilu serentak, dimana pemilu serentak ini baru pertama kali terjadi di Indonesia yang mana masyarakat memilih preisdan, wakil presiden dan anggota legislatif secara bersamaan. Hal ini tentunya menambah beban kerja bagi petugas KPPS karena ada lima surat suara yang harus dihitung usai pemungutan suara sehingga hal itu memakan waktu yang sangat lama. Pasalnya peristiwa tersebut memakan banyak korban jiwa yaitu petugas KPPS dan menjadi isu yang hangat diperbincangkan khalayak maupun media massa.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian ini juga menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mana peneliti menganalisis struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik dan struktur retorik dari suatu berita.

3. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan Shella ialah bahwa konstruksi media yang dibangun media cetak Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar mengenai pemberitaan meninggalnya petugas KPPS dimaknai sebagai peristiwa yang memprihatinkan, tetapi media menggiring opini pembaca ke arah yang positif bahwa korban yang meninggal merupakan pahlawan demokrasi.

4. Persamaan dan Perbedaan

Persamaan antara penelitian Shella dengan peneliti disini ialah sama-sama meneliti bagaimana suatu media dalam membingkai pemberitaan. Sedangkan perbedaannya yaitu, yang dijadikan objek penelitian oleh Shella yaitu media cetak, penelitian menggunakan model Framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki sedangkan peneliti disini objeknya media online dan menggunakan model framing Robert N. Entman.

3. Penelitian Sejenis 3

Penelitian yang dilakukan oleh Irma Herlina Budiarti Rahmat pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Aksi Reuni Akbar 212 Pada Media Online Opini.id Dengan Pikiran Rakyat”

1. Konteks Penelitian

Peneliti melakukan penelitian mengenai pemberitaan penistaan terhadap agama Islam yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), yang dimana hal tersebut mengoyak emosi umat

Islam. Umat Islam melakukan aksi demo 212 di Jakarta menuntut Ahok untuk diadili, aksi ini disebut sebagai aksi terbesar di Indonesia. Namun Gerakan aksi Bela Islam telah bermetamorfosis menjadi kegiatan tahunan yang diangkat dalam bentuk reuni, sehingga berita aksi Reuni Akbar 212 pada 2 Desember 2018 menjadi topik utama pada media online Pikiran Rakyat dan Opini.id.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis yang menganggap bahwa salah satu penentu hal yang mengarahkan pola pikir khalayak adalah saat pembuatan teks berita. Penelitian ini juga menggunakan analisis framing dan pendekatan dari Zhang dan Pan dan Gerald Kicki.

3. Hasil Penelitian

Hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa pengaruh media dalam mengupas sisi lain dari reuni akbar 212 cukup terasa. Kedua media tetap berusaha memposisikan diri ditempat yang netral, tetapi peneliti menemukan beberapa hal yang dinilai kurang objektif, seperti pada berita yang berbau politik.

4. Persamaan dan Perbedaan

Persamaan penelitian antara yang dilakukan Irma dengan peneliti disini ialah, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada model pendekatan dan objek yang mana Irma menggunakan pendekatan dari Zhandang dan menggunakan dua objek, sedangkan peneliti disini menggunakan pendekatan Robert N. Entmant dan hanya pada satu objek saja.

Tabel 2.1

Review Penelitian Terdahulu

NO	Penulisan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Euis Liani (2019), “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Hoax Bullyng Audrey di Tribunnews.com dan Detik.com”	Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan model framing	Hasil penelitiannya, bahwa Tribunnews.com memberi opini pada beritanya sedangkan Detik.com Tidak	Sama-sama menggunakan pendekatan framing Robert N Entmant	Peneliti menggunakan kandua objek sedangkan penelitian ini tidak

2	<p>Shella Silvia (2019), “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Meninggalnya Petugas KPPS di Media Cetak”</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan model framing</p>	<p>Hasil penelitiannya, kedua media melakukan penggiriangan opini</p>	<p>Sama-sama menggunakan metode kualitatif</p>	<p>Objek peneliti media cetak, peneliti disini objeknya media online</p>
3	<p>Irma Herlina Budiarti (2019), “Analisis Framing Pemberitaan Aksi Reuni Akbar 212 Pada Media Online Opini.id Dengan Pikiran Rakyat</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan model framing</p>	<p>Hasil penelitiannya, meskipun kedua media berusaha netral, tetapi dalam beberapa hal ada ketidak</p>	<p>Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif</p>	<p>Peneliti menggunakan model Zhang dan Pan dan Gerald M. Kosicki</p>

			objektifan terlebih yang berbau politik		
--	--	--	---	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Secara naluri setiap hari manusia melakukan komunikasi baik dengan dirinya sendiri, dengan individu lain atau kelompok. Karena dengan komunikasi manusia dapat menjalani hidupnya seperti memenuhi berbagai kebutuhan dirinya sendiri, memahami diri dan lingkungan, atau menciptakan hubungan dengan orang lain untuk bersosialisasi agar lebih berkembang bahkan untuk memenuhi kebutuhan mendapatkan suatu informasi.

Secara umum komunikasi sering didefinisikan dengan proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan. Tetapi lebih luas dari itu para ahli mengutarakan pendapatnya, seperti menurut Gerald R Miller, komunikasi ini terjadi ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima. Carl I. Hovland menyatakan, bahwa komunikasi merupakan proses komunikator menyampaikan pesan secara verbal untuk mengubah perilaku orang lain. (Mulyana, 2016)

Sementara itu, menurut William Albig (dalam Djoernasih, 1991:16), berpendapat bahwa komunikasi ialah proses penyampaian dan penerimaan lambang atau pesan yang mengandung makna diantara individu. Selain itu Bernard Berelson dan Barry A. Stainer, komunikasi ialah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan lain-lain menggunakan bahasa, lambang, bilangan, grafik, dan lain sebagainya. Raymond S. Ross berpendapat bahwa komunikasi merupakan suatu proses menyortir memilih, mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu komunikasi membangkitkan makna atau efek dari pikirannya sehingga responnya serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (Hikmat, 2018)

Santoso Santropetro (1987:7) mendefinisikan dalam kegiatannya komunikasi berlangsung melalui suatu proses, yaitu jalan serta urutan kegiatan sehingga timbul pengertian tentang suatu pesan yang dihadapi bersama, yaitu antara komunikator dan komunikasi berakhir dengan suatu efek perubahan yang terjadi di pihak komunikasi sebagai akibat diterimanya suatu pesan oleh komunikasi. (Hikmat, 2018)

Masih banyak para ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai komunikasi ini, akan tetapi agar mudah memahami mengenai komunikasi itu sendiri para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, yang mana menurutnya pendekatan yang tepat untuk memahami komunikasi yaitu dengan menjawab pertanyaan: Who Says, What In Which Channel, To Whom With What Effect?. Dalam paradigma Lasswell tersebut dijelaskan, bahwa dalam upaya memahami komunikasi harus

dapat menjawab lima unsur dalam komunikasi, yakni: Komunikator (*communicator, sender, source*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, communicate, receiver*), dan efek (*effect, impact*). (Hikmat, 2018)

Melihat berbagai definisi di atas, bahwa komunikasi sangat erat kaitannya dengan komunikator, pesan, komunikan dan efek. Selain itu komunikasi juga tidak bisa dipisahkan dari suatu media atau yang menjadi perantara agar pesan tersebut tersampaikan secara efektif sehingga dapat memengaruhi komunikan.

2.2.2 Komunikasi Massa

Proses komunikasi dapat dilakukan melalui adanya media atau perantara agar pesannya tersampaikan, terlebih apabila yang dilakukan adalah komunikasi massa yang sarannya adalah khalayak. Mediana dapat berupa cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan yang bersifat umum, dan disampaikan secara cepat, serentak dan selintas.

Komunikasi massa menurut Bittner yakni pesan yang disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Gerbner berpendapat bahwa komunikasi massa ialah produksi dan distribusi berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang dilakukan secara terus-menerus serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (Hikmat, 2018)

Selain itu, Meletzke berpendapat bahwa akibat dari penggunaan media massa maka komunikasi yang dilakukan ini hanya satu arah dan tidak langsung,

pesan yang disampaikan bersifat terbuka pada khalayak yang tersebar. Sedangkan menurut Freidson sasaran komunikasi massa ialah sejumlah populasi dari berbagai kelompok, bukan hanya satu atau beberapa individu. Komunikasi massa juga memiliki anggapan tersirat akan adanya peralatan khusus untuk menyampaikan pesan, agar mencapai tujuan yang sama pada khalayak dalam waktu yang bersamaan. (Romli, 2016)

2.2.3 Komponen Komunikasi Massa

Pada dasarnya komponen komunikasi massa ini sama dengan komunikasi interpersonal atau intrapersonal, yang menjadi pembeda ialah pada prosesnya komunikasi massa ini ditujukan untuk khalayak luas, dan pesannya bersifat umum juga terbuka. Berikut merupakan komponen-komponen komunikasi massa:

a. Komunikator

Dalam jenis komunikasi lain yang menjadi sumber utama ialah individu itu sendiri, sedangkan pada komunikasi massa sumber utamanya yaitu berupa lembaga atau orang-orang yang bekerja pada perusahaan media seperti surat kabar, televisi, radio, media online dan sebagainya. Komunikator pada media massa mengandalkan peralatan modern guna mempublikasikan pesan secara cepat dan kepada khalayak luas.

b. Pesan

Suatu informasi apabila sudah masuk pada lingkup komunikasi massa atau kegiatan jurnalistik, maka pesan tersebut akan diolah menjadi format berita, film, dan lain-lain. Menurut Wright, ciri pesan komunikasi massa ialah sebagai berikut:

- 1) *Publicly*, yaitu pesan komunikasi massa yang bersifat terbuka dan ditujukan untuk khalayak.
- 2) *Rapid*, yaitu pesan pada komunikasi massa ini dirancang dapat menjangkau khalayak dalam waktu yang singkat.
- 3) *Transient*, yaitu pesan pada komunikasi massa dimaksudkan untuk kebutuhan segera. Pesan yang diproduksi lembaga media massa menyesuaikan kebutuhan, minat dan perkembangan khalayak.

c. Saluran atau Media

Komunikasi massa dalam menyampaikan pesan memerlukan saluran yang menunjang sesuai dengan kebutuhannya. Seperti media massa ini memiliki fungsi untuk melakukan kegiatan jurnalistik dengan karakternya masing-masing, media massa tersebut adalah:

- 1) Media cetak, yaitu berupa surat kabar dan majalah. Media cetak menyampaikan pesan melalui bahasa tertulis dan dukungan berupa gambar atau foto.
- 2) Radio, merupakan medium yang dapat digunakan melalui indera pendengaran. Sebagai pendukung dalam menyampaikan pesan biasanya menggunakan music dan efek suara dan ilustrasi.
- 3) Televisi, merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, karena kemampuannya dalam penyajian menyampaikan informasi dengan audio-visual.

- 4) Film, selain dijadikan hiburan film ini sering dijadikan sarana sosialisasi program tertentu yang dikemas secara ciamik sehingga mudah membuat penonton tersentuh.
- 5) Media *Online*, kehadiran internet membuat konvergensi antara informasi, komunikasi dan teknologi yang melahirkan multimedia. Keunggulan media online ini terdapat pada sifatnya yang interaktif.

d. Khalayak

Khalayak merupakan sasaran dari penyebaran pesan-pesan komunikasi massa. Charles Wright mengidentifikasi ciri-ciri dari khalayak komunikasi massa, yaitu:

- 1) Large, ialah jumlah khalayak komunikasi massa banyak dan tersebar diberbagai lokasi.
- 2) Heterogen, khalayak komunikasi massa berasal dari berbagai lapisan masyarakat, dengan pekerjaan, umur, jenis kelamin, latar belakang, agama etnik yang berbeda.
- 3) Anonim, khalayak komunikasi massa tidak saling kenal dan tidak beinteraksi satu sama lain dengan komunikatornya.

e. *Gatekeepers*

Gatekeepers ini berfungsi untuk menyeleksi pesan-pesan yang diproduksi media massa. Dalam menjalankan tugasnya gatekeepers dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yaitu ekonomi, pembatasan hukum, profesionalisme, kompetisi antar media, nilai berita, batas waktu, dan

reaksi terhadap feedback yang tertunda. Edditor, wartawan, penyunting dan lain-lain mereka ialah *gatekeepers*.

f. Efek

Efek komunikasi massa erat kaitannya dengan dampak yang diperoleh dari khalayak yang mengkonsumsi media massa. Dampak tersebut berkaitan dengan perubahan yang terjadi dalam diri khalayak akibat terpaan pesan dari media massa.

Apabila komponen-komponen diatas terjadi secara efektif, maka akan menghasilkan feedback atau respon sesuai dengan tujuan.

2.2.4 Media Online

Hampir seluruh manusia di dunia telah beralih dari era tradisional, industrialisasi ke era informasi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok manusia. Menurut Hammer (1976) informasi diakui sebagai suatu komoditi yang mana dapat dijual, diberikan, diciptakan, disalahartikan atau bahkan dicuri.

Informasi pada saat ini dapat didapatkan oleh masyarakat secara online. Saat ini kita mengenal istilah media online atau media daring, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa kata “daring” itu “dalam jaringan”, yang terhubung melalui jejaring komputer, internet dan sebagainya selain itu media online disebut juga *cybermedia* (media siber) yang berarti media yang tersaji secara *online* pada situs web. Meski begitu istilah *mediaonline* sudah sangat melekat ditelinga pengguna media dan masyarakat luas.

Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang melakukan kegiatan jurnalistik melalui internet dengan memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Dewan Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Dalam perspektif studi komunikasi massa media online menjadi obyek kajian teori “new media” yakni istilah untuk mengacu pada permintaan akses ke konten pada setiap perangkat digital dan umpan balik pengguna. New media juga merupakan bentuk penyederhanaan dari istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media diluar media konvensional seperti televisi, radio, majalah, koran dan film. New media memiliki sifat cair, konektivitas individual serta sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun, 2006).

Ashadi Siregar berpendapat bahwa media *online* merupakan penyebutan umum kepada media berbasis multimedia dan telekomunikasi yaitu komputer dan internet. Media *online* ini meliputi website, *radio-online*, *pers online*, dan *e-commerce*. Selain itu Lorie juga mengemukakan bahwa media *online* adalah bentuk penerbitan dalam bentuk *online* yang digunakan untuk menyampaikan berbagai gagasan, ide. Dalam prakteknya, media *online* tidak memerlukan kertas untuk menyalurkan suatu informasi cukup menggunakan komputer maka dapat dilakukan penulisan, pengeditan, dan proses pengiriman publikasi kepada khalayak.

Dari beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa media online segala bentuk informasi dikemas dengan berbagai format gambar, video, dan suara yang hanya dapat diakses melalui internet.

2.2.5 Karakteristik Media *Online*

Setiap jenis media memiliki karakteristiknya masing-masing termasuk media online memiliki keunggulan dari media lain yaitu sebagai berikut:

- a. Kapasitasnya luas, halaman web dapat menampung naskah dengan sangat panjang sehingga penulis dapat menuliskan informasi dengan leluasa tanpa harus memikirkan kolom seperti di media cetak
- b. Pemuatan dan editing naskah dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja
- c. Jadwal terbit lebih fleksibel, dapat dilakukan kapan saja atau di jam-jam tertentu saat orang-orang diperkirakan sedang mengakses media online
- d. Informasi dapat dipublikasikan secara cepat dan dapat diakses langsung oleh khalayak
- e. Mampu menjangkau seluruh dunia selama memiliki akses internet
- f. Aktual, karena kemudahan dan kecepatan penyajian
- g. Update, pembaruan informasi dapat dilakukan secara berkala
- h. Bersifat interaktif, dengan adanya fasilitas seperti kolom komentar, polling, biasanya terjadi komunikasi dua arah.
- i. Terdokumentasi, informasi dapat tersimpan di bank data dan dapat ditemukan atau diakses beberapa waktu ke depan jangka pendek atau panjang melalui link selama postingan tersebut belum dihapus.
- j. Terhubung dengan sumber lain yang berkaitan dengan informasi tersaji

Selain keunggulan media online juga memiliki karakteristik kelemahan bagi para penggunanya, yaitu:

- a. Ketergantungan terhadap koneksi internet
- b. Dapat terjadinya pembajakan pada akun pengguna oleh orang yang tidak bertanggungjawab
- c. Mata yang mudah lelah
- d. Akurasi berita yang sering terabaikan, akibat mengutamakan kecepatan sehingga kredibilitas berita berkurang.

Dari beberapa poin diatas dapat terlihat bahwa media online ini memberikan banyak keunggulan yang memudahkan aktivitas manusia dalam membuat dan mencari berita, hal yang paling menonjol media online ini memiliki hyperlink yang dapat memperkaya informasi, sehingga ketika kita mengklik satu berita banyak tautan untuk menuju halaman lain baik berita terkait maupun berita lain. Tetapi selain itu media online juga memiliki kekurangan, sehingga sebagai pengguna aktif internet harus menggunakan media online ini menggunakan akal, melakukan *cross check* agar meminimalisir mendapatkan informasi *hoax*.

2.2.6 Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik diambil dari kata *journal*, dalam bahasa Perancis, *journal* artinya catatan atau laporan harian.

Dalam kamus jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau media lainnya (Assegaff, 1983 : 9)

Sementara itu, kata *istik* merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan yang dimaksud ialah menciptakan berbagai macam karya seni atau keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan untuk mewujudkan karya tersebut, seperti seperti kayu, batu, kertas, cat atau bahkan suara dan lain-lain. Maka jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya dalam bentuk catatan atau laporan peristiwa sehari-hari yang memiliki nilai keindahan, sehingga menarik perhatian pembaca, pendengar, pemirsa atau khalayak.

Suhandang (2004:21) berpendapat dalam konteks lebih luas lagi bahwa jurnalistik adalah keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari dengan estetik atau secara indah, dalam tujuan memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayak, sehingga akan terjadi adanya perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. Widjaja (1986:27) menyebutkan, jurnalistik ialah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dan dipublikasikan dalam waktu secepat-cepatnya. Effendy (1981:102) menyatakan bahwa jurnalistik adalah pengolahan laporan harian yang dapat menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarluasannya kepada masyarakat. (Hikmat, 2018)

Istilah jurnalistik menurut Dian Amalia (2007), berkaitan dengan istilah pers dan komunikasi massa maka jurnalistik merupakan seperangkat alat media massa. Sedangkan secara teknis, Haris Sumadiria (2005) memberikan batasan

bahwa jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita melalui media secara berkala kepada khalayak dengan luas dan cepat. Oleh karena itu, yang menjadi produk hasil jurnalistik ialah berita yang dipublikasikan melalui media massa, baik media cetak, media elektronik dan media sosial. (Hikmat,2018)

Roland E. Woseley dalam *Understanding Magazines* mendefinisikan bahwa jurnalistik sebagai pengumpulan, penulisan, perrosesan, dan penyebaran informasi umum, opini, hiburan umum dengan cara sistematis dan dapat dipercaya untuk dipublikasikan pada khalayak

2.2.7 Jurnalistik Online

Definisi jurnalistik online tidak berbeda jauh dengan media online, jurnalistik yang dipahami sebagai proses peliputan atau mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyebarluaskan menjadi berita melalui media massa. Sedangkan yang menjadi pembeda pada jurnalistik online disebut juga *cyber journalism* setelah proses peliputan dilakukan publikasi berita dilakukan melalui internet.

Media online saat ini menjadi media massa yang yang paling banyak digunakan oleh khalayak. Menurut penulis buku *Jurnalistik Online* pertama di Indonesia mendefinisikan jurnalistik yakni:

Jurnalistik online adalah jurnalisme generasi ketiga setelah jurnalistik cetak (print journalism), surat kabar, tabloid, majalah dan jurnalistik elektronik (electronic journalism, broadcast journalism) jurnalistik radio dan televisi, jurnalistik online adalah jurnalistik masa depan (future journalism) yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. (Komunikasi Praktis. 2016, para 3)

Pada dasarnya jurnalistik online adalah prosespenyampaian pesan dengan menggunakan internet sebagai medianya, segala jenis video, foto, suara, teks yang hanya dapat diakses melalui internet saja. Meski tidak jauh berbeda, jurnalistik online ini memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri, dengan mudahnya internet diakses oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun memudahkan para jurnalis untuk mempublikasikannya dengan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas, tetapi di sisi lain dengan cepatnya arus komunikasi terjadinya banjir informasi menimbulkan dampak yang kurang baik juga pada jurnalis itu sendiri bahkan khalayak sebagai pengguna media online. Tidak jarang jurnalis dituntut lebih cepat untuk mendapat informasi sehingga hoax mudah tersebar.

2.2.8 Berita

Informasi menjadi salah satu kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan bagi kehidupan manusia, termasuk informasi yang sifatnya penting atau disebut dengan berita. Salah satu karya jurnalistik yang mendominasi ialah berita.

Charneley mengatakan bahwa News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people. Spencer dalam Assegaff (1985:23) mengatakan bahwa berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. (Hikmat,2018)

Kusumaningrat (2007:32) berpandangan bahwa untuk mendefinisikan berita yang pertama harus dilakukan ialah memahami latar belakang negara dimana tempat berita itu lahir. Dalam pandangannya, definisi sebuah berita diantara negara tidak sama, terutama pada negara-negara yang memiliki sistem pers yang berbeda, misalnya definisi berita untuk negara-negara yang menganut sistem pers liberal akan berbeda dengan negara-negara yang menganut sistem pers

otoriter. Selain itu Romli (2003:34) berpendapat bahwa berita adalah laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Sebuah peristiwa tidak dapat dikatakan berita apabila tidak dipublikasikan di media massa sehingga diketahui banyak orang. (Hikmat, 2018)

Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* berpendapat, berita ialah suatu informasi yang dianggap penting juga dapat menarik perhatian serta minat khalayak. Charnley dan James M Neal menuturkan bahwa berita merupakan mempublikasikan situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak (Errol Jonathans dalam Mirza, 2000:68-69). (Sumadiria, 2019)

Doug Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writung: News for the Mass Media* (1985:11) berpendapat bahwa sederhananya berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui oleh khalayak, dengan menyiarkan atau melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. (Sumadiria, 2019)

Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing* menulis, berita ialah sesuatu yang termasa dan dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik minat dan memiliki makna bagi pembaca surat kabar. Sedangkan menurut William S. Maulsby dalam *Getting the News* menegaskan bahwa berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca dari berita yang dimuat. (Sumadiria, 2019)

Jika melihat dari pendapat para ahli belum ada definisi khusus mengenai berita, tetapi pada dasarnya segala hal peristiwa yang ada di dunia ini dapat menjadi berita selama penting dan berkaitan dengan orang banyak, meski begitu para jurnalis tetap memiliki acuan dari konsep dan nilai berita untuk memuat informasi yang layak.

2.2.9 Konsep Berita

Setiap aspek pasti memiliki konsep sendiri-sendiri. Termasuk pada berita, selain definisi ada konsep atau gambaran tentang berita agar lebih mudah dipahami. Seperti menurut Frank Luther Mott menyatakan ada 8 konsep berita. Konsep tersebut ialah sebagai berikut.

a. News As Timely Report (Berita Sebagai Laporan Tercepat)

Konsep ini menitikberatkan pada segi waktu terjadinya suatu peristiwa (*newsness*) menjadi faktor yang penting. Karena berita merupakan laporan tercepat yang dipublikasikan media massa termasuk media online, maka kecepatan dalam mencari, mengumpulkan dan mengolah berita menjadi karakter dasar reporter dan editor.

b. News As Record (Berita Sebagai Rekaman)

Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi. Produk media cetak mengandung arti rekaman peristiwa yang mana dinyatakan dalam berbagai gambar, tulisan. Tidak hanya media cetak media online pun sifatnya terdokumentasikan karena

proses jurnalistiknya tidak beda jauh dengan media cetak hanya media publikasinya saja yang berbeda.

c. *News as Objective Facts* (Berita Sebagai Fakta Objektif)

Pada konsep ini dijelaskan bahwa berita harus factual dan objektif, karena berita merupakan laporan tentang fakta secara apa adanya bukan tentang fakta seharusnya. Meskipun fakta adalah suatu hal yang membingungkan karena tidak mungkin ada objektivitas yang mutlak. Bagi wartawan berita objektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamatinya tanpa pandangan memihak.

d. *News As Interpretation* (Berita Sebagai Interpretasi)

Dalam konsep ini, produk jurnalistik seringkali menyajikan hal-hal yang kompleks seperti pada bidang politik, ekonomi, pemerintahan dan lain-lain. Maka pelaku jurnalistik harus mampu menjelaskan suatu peristiwa dalam suatu berita agar khalayak mengerti mengenai sebab akibat, situasi dan sebagainya. Dibalik prosesnya (*news behind the news*) ini perlu kejujuran tetapi bahayanya adalah prasangka (*prejudice*) terhadap suatu persoalan tertentu.

e. *News As Sensation* (Berita Sebagai Sensasi)

Berita media massa selain dipahami sebagai informasi dipahami diartikan juga sebagai sensasi. Disini terdapat unsur yang subjektif, yakni sesuatu yang mengejutkan, menggetarkan, dan mengharukan bagi pembaca yang satu hal tersebut akan berlainan dengan pembaca

yang lain. Hal itu terdapat pada pemberitaan seperti peristiwa bencana, perang atau skandal desas-desus.

f. *News As Human Interest* (Berita Sebagai Minat Insani)

Setiap peristiwa yang dipublikasikan seringkali menyentuh perasaan, pikiran bagi para pembacanya, baik itu berita mengenai bencana, kriminal, dan lain-lain. Maka berita sifatnya menyentuh dan menimbulkan perasaan takut, iba, terharu, gembira dan sebagainya.

g. *News As Prediction* (Berita Sebagai Lamaran)

Ketika berita dipublikasikan dan dilihat oleh khalayak bukan semata-mata sekedar dilaporkan tetapi sekaligus mengisyaratkan dampak dari peristiwa saat itu dimasa depan. Maka dari itu diperlukan ramalan yang masuk akal (*intelligent forecast*).

h. *News As Picture* (Berita Sebagai Gambar)

Gambar pada satu surat kabar maupun media online bukan hanya sekedar menjadi hiasan tetapi dengan adanya gambar para pembaca terbantu untuk mengintepretasikan suatu peristiwa sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif. (Hikmat,2018)

2.2.10 Nilai Berita

Nilai berita dapat dijadikan acuan bagi para jurnalis untuk menyeleksi dan memastikan informasi dan fakta mana yang layak dijadikan berita. Dedy Iskandar Muda dalam buku *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Rosda, 2003) mengemukakan bahwa nilai berita ialah sebagai berikut:

- a. **Timeliness**, ialah ketepatan waktu dalam menyajikan berita harus sesuai dengan sebagaimana peristiwa itu terjadi. Aktualitas suatu berita menjadi sangat penting sehingga masyarakat terpenuhi akan kebutuhan informasi terbaru.
- b. **Proximity**, yakni kedekatan. Kedekatan disini maknanya cukup bervariasi baik secara geografis maupun psikologis. Secara geografis berarti suatu berita menunjukkan pada peristiwa yang lokasinya dekat dengan khalayak, sedangkan secara psikologis biasanya ditentukan oleh keterikatan pikiran, perasaan, kepercayaan, budaya dan lain-lain.
- c. **Prominence**, yaitu ketokohan. Berita yang membahas orang-orang penting, ternama, *public figure* baik tokoh politik, tokoh militer, seniman, bahkan selebriti. Dari orang-orang terkenal inilah dapat menjadi bahan berita yang menarik.
- d. **Consequence**, yakni dampak atau akibat dari segala tindakan, kebijakan, peraturan, perundang-undangan yang dapat berpengaruh baik itu merugikan atau tidak bagi khalayak.
- e. **Conflict**, yakni pertentangan memiliki nilai berita yang tinggi. Konflik ini menjadi sumber berita yang hamper tidak pernah habis karena konflik merupakan bagian dalam kehidupan, sedangkan di sisi lain berita sangat berhubungan dengan peristiwa kehidupan.
- f. **Development**, materi berita yang berkaitan dengan kegagalan dan keberhasilan pembangunan dimana melibatkan kepentingan penguasa

dan masyarakat, sehingga seorang reporter dituntut dapat mengulas beritanya dengan baik agar menjadi menarik.

- g. *Dissaster& Crimes*, kedua hal ini berkaitan dengan masalah keselamatan manusia karena keselamatan merupakan kebutuhan dasar manusia sehingga berita ini selalu mendapat tempat bagi khalayak.
- h. *Weather*, Negara Indonesia tidak banyak mengalami perubahan cuaca, tetapi beberapa pemirsa masih memerlukan informasi ini. Meskipun berita ini masih dianggap belum memiliki nilai jual yang cukup.
- i. *Sport*, biasanya setiap media massa memiliki kategori khusus untuk dunia olahraga karena sudah menjadi daya tarik khalayak.
- j. *Human Interest*, berita ini lebih mudah memengaruhi perasaan khalayak. Meskipun bukan berita yang mengguncangkan tetap dapat memiliki nilai berita karena naluri, susana hati terusik terlebih didukung dengan objek asli secara visual bukan imajinatif.

2.3 Kerangka Teoritis

Setiap melakukan penelitian sudah pasti peneliti harus berbekal teori, baik sebagai dasar merumuskan hipotesis atau mengkaji teori itu sendiri dengan peristiwa yang ada. Menurut Sitirahayu Haditono (1999) mengemukakan bahwa suatu teori akan memperoleh arti yang penting, apabila mampu melukiskan, menerangkan, dan meramalkan gejala yang ada. (sugiyono,2017)

Begitu juga dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial yang dipaparkan oleh Peter L. Berger dan Luckman yang mana dalam teori ini berpandangan bahwa berita sebagai hasil konstruksi realitas yang

membentuk makna, dan bahasa menjadi instrument pokok untuk menceritakan realitas.

Fokus awal penelitian Berger ialah pada dialog keagamaan. Berger melihat adanya penyimpangan dalam penggunaan agama sebagai obyek untuk melegitimasi tindakan individu kemudian dilembagakan pada lingkungan masyarakatnya. Melalui pendekatan fenomenologi Berger menekankan pentingnya pengalaman keagamaan manusia yang dapat dilembagakan dan berusaha mengikat pengetahuan atau perilaku dari masyarakat yang menjadi pemeluknya.

2.3.1 Teori Konstruksi Realitas

Konstruksi sosial merupakan suatu teori kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Pada teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, kenyataan dan pengetahuan menjadi dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaannya sendiri sehingga tidak tergantung pada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan ialah kepastian fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. (Berger, 1990:1)

Menurut Berger dan Luckman manusia berada dalam kenyataan obyektif dan subyektif. Secara struktural dalam kenyataan obyektif dipengaruhi lingkungan dimana manusia itu tinggal, atau arah perkembangan manusia ditentukan secara sosial, dari saat lahir hingga tua. Sementara itu, dalam kenyataan subyektif manusia dipandang sebagai organisme yang mana memiliki kecenderungan

tertentu dalam societias, individu mengambil alih dunia sosial yang telah membentuknya sesuai dengan kreatifitas yang dimiliki oleh setiap individu. (Putera Manuaba, 2008)

Konstruksi Realitas juga didefinisikan sebagai proses sosial melalui interaksi individu atau kelompok, dilakukan terus menerus menciptakan suatu realitas yang dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan individu yang merupakan manusia bebas.

Kenyataan dibangun secara sosial dalam individu-individu yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat. Manusia sebagai yang menciptakan kenyataan sosial melalui 3 momen dialektis yang stimulant yaitu:

- a. Eksternalisasi, yaitu usaha manusia mengekspresikan diri baik dalam aspek mental atau fisik. Proses ini bentuk ekspresi diri guna menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat, maka pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia
- b. Objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia berupa realitas objektif. Tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas objektif.
- c. Internalisasi, yaitu penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi

oleh struktur dunia sosial. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat. (Luzar,2015)

Realitas serta peristiwa itu sangat kompleks dan acak, ia harus diidentifikasi, diberi nama, serta dihubungkan dengan peristiwa lain yang diketahui khalayak dan ditempatkan dalam konteks sosial tertentu. Proses identifikasi dan kontekstualisasi merupakan aspek penting sehingga peristiwa yang acak dibuat beraturan, bermakna dan relevan bagi khalayak media.(Eriyanto,2002)

Berger menyebutkan bahwa realitas tidak dibentuk secara ilmiah atau hal yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi ia dibentuk dan di konstruksi. Setiap orang memiliki latar belakang berbeda dengan pengalaman, prefensi, pendidikan, dan lingkungan tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.(Eriyanto,2002)

Dalam pandangan konstruksionis memiliki penilaian sendiri terhadap media, wartawan dan berita. Bagi kaum konstruksionis peristiwa adalah hasil konstruksi dan realitas itu bersifat subjektif, realitas hadir dan tercipta karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan dan lewat sudut pandang tertentu wartawan. Selain itu, media dianggap bukan saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, didukung dengan pandangan, bias dan pemihakannya, disini media dipandang sebagai agen konstruksionis sosial yang mendefinisikan realitas.(Eriyanto,2002)

2.3.2 Framing

Pada dasarnya framing merupakan metode melihat cara bercerita media atas suatu peristiwa, dari cara melihat ini akan berpengaruh pada hasil akhir konstruksi realitas. Analisis framing merupakan analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas dan dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami serta dibingkai oleh media.(Eriyanto,2002)

Framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan wartawan ketika menseleksi isu dan menuliskan berita. Perspektif itulah yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, dan apa yang dihilangkan. Beberapa ahli mendefinisikan konsep framing sebagai berikut:

- a. Robert N. Entman berpendapat bahwa proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
- b. Menurut Willian A. Gamson, gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa yang berkaitan objek suatu wacana. Cara bercerita ide terbentuk dalam sebuah kemasan, yang mana kemasan tersebut semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan yang ia terima.

- c. Todd Gitlin mengemukakan pendapatnya bahwa strategi bagaimana realitas dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk dipublikasikan kepada khalayak. Peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak, hal itu dilakukan dengan penyeleksian, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
- d. David E. Snow and Robert Sanford memberikan tanggapan bahwa makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan system kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
- e. Amy Binder menyebutkan bahwa skema interoretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
- f. Selain itu, Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki menyebutkan bahwa strategi konstruksi dan memproses berita, perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. (Eriyanto, 2002)

Ada dua aspek dalam framing, yang pertama memilih fakta. Proses memilih fakta ini berdasarkan pada asumsi karena wartawan akan melihat

peristiwa dengan perspektifnya sendiri. Dalam proses pemilihan fakta ini terdapat dua kemungkinan yakni apa yang dipilih (include) dan apa yang dibuang (excluded). Penekanan suatu aspek dilakukan dengan memilih angle tertentu, bagian mana yang ditekankan dalam realitas? serta bagian mana dari realitas yang diberitakan dan tidak diberitakan.

Aspek yang kedua menuliskan fakta, yang dimana proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan pada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, bahasa, kalimat dan didukung dengan aksesntuasi gambar atau foto. Fakta yang sudah dipilih ditekankan ditempatkan pada posisi-posisi tertentu, seperti menempatkan pada headline depan atau belakang, serta adanya pengulangan kata.

2.4 Kerangka Pemikiran

Framing Robert N. Entman merupakan seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi media. Konsep framing yang dikemukakan oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi yang menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing menekankan pada bagaimana teks komunikasi ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks. Informasi yang terlihat jelas kemungkinan besar lebih mudah diingat oleh khalayak.

Bentuk penonjolan sendiri cukup beragam, seperti adanya pengulangan informasi, penempatan informasi lebih menonjol, suatu informasi dikaitkan dengan aspek budaya dan hal-hal lain yang akrab dengan khalayak, dengan begitu, khalayak lebih mudah mengingat menafsirkan suatu informasi. Entman

berpandangan bahwa framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dari suatu realitas.(Eriyanto,2002)

Tabel 2.2

Seleksi Isu	Penonjolan Aspek
Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta dari suatu peristiwa. Dari realitas yang kompleks yang beragam aspek mana yang diseleksi dan ditampilkan. Dalam proses ini ada berita yang dimasukkan dan ada yang dihilangkan. Wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika suatu aspek tertentu dari suatu isu telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk dipublikasikan kepada khalayak.

(Entman dalam Analisis Framing, 2011 : 222)

Dalam praktik penyeleksian isu, menonjolkan satu aspek dan mengabaikan isu lain menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok seperti penempatan headline, pemakaian grafis, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa, asosiasi terhadap symbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan lain sebagainya.

Pada dasarnya konsep framing Entmant diterapkan melalui empat bagian yaitu sebagai berikut:

a. *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

Konsep ini menekankan bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat dan dimaknai secara berbeda oleh wartawan. Konsep ini merupakan bingkai utama yang pertama kali dapat dilihat sebagai framing.

b. *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)

Konsep ini melihat apa penyebab terjadinya suatu peristiwa, hal apa yang dianggap sebagai masalah dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah.

c. *Make Moral Judgment* (Membuat Keputusan Moral)

Konsep framing ini dipakai untuk membenarkan atau memberi argumen pada pendefinisian masalah yang sudah ditentukan.

d. *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Penyelesaian apa yang ditawarkan atau dikehendaki oleh wartawan untuk mengatasi suatu isu. Jalan seperti apa yang harus dipilih untuk menyelesaikan masalah. (Eriyanto, 2002)

Gambar 2.3**Bagan Kerangka Pemikiran**

