

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1 Kajian Literatur

1.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam melakukan penelitian lebih lanjut, tentunya dibutuhkan review penelitian sejenis untuk menjadi acuan tolak ukur dalam proses penelitian, sehingga dapat memberikan gambaran bagi peneliti untuk menambah keilmuan dan mengembangkan penelitian, yang dilihat baik dari metode penelitian ataupun teori yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk membantu proses penelitian dengan judul “Analisis Framing Berita Vina Cirebon Pada Program Televisi Inews Jabar dan Kompas Jabar

Review penelitian adalah hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti buat. Review penelitian diperlukan untuk mengidentifikasi sebuah topik yang sama dengan tujuan menghindari duplikasi dan mendapatkan persamaan serta perbedaan.

1. Penelitian berjudul "Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com", ditulis oleh Gilang Aulia Paramitha dan Ahmad Abdul Karim, Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2022

Penelitian ini mengkaji berita penembakan jurnalis AS di Ukraina saat peristiwa perang, dilatar belakangi karena seringkali terjadi berita bohong

yang mengangkat peristiwa perang. Namun tidak jarang juga, media memberikan informasi aktual kepada Masyarakat. Dalam hal ini, maka fokus penelitian adalah bagaimana berita penembakan jurnalis AS di Ukraina dibingkai oleh CNNIndonesia.com dan Sindonews.com menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media yakni CNN dan Sindo News memilih isu yang sama dalam memberikan informasi. Namun keduanya membingkai isu tersebut dengan gaya berbeda. CNN menggunakan piramida terbalik, sedangkan Sindo tidak menggunakan piramida terbalik. Dari segi retorik, Sindo lebih menarik pembaca dibandingkan CNN.

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dikaji adalah, sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing. Perbedaannya terdapat pada objek dan subjek yang dikaji. Subjek dari penelitian "Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com" adalah media cetak CNN dan Sindo News dengan objek yang dikaji adalah berita penembakan, sedangkan subjek dari penelitian "Analisis Framing Berita Vina Cirebon Pada Program Televisi Inews Jabar dan Kompas Jabar" adalah media televisi Inews dan Kompas dengan objek yang dikaji adalah pembunuhan.

2. Penelitian berjudul “Analisis Framing Berita Pilpres 2024 Di Media Inews.id dan Viva.co.id” ditulis oleh Farhan Nur Rahman, Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan tahun 2023.

Penelitian ini mengkaji topik yang sedang hangat pada masanya, yakni mengenai Pemilihan Presiden 2024, yang focus penelitiannya pada pemingkaian berita Pilpres 2024 yang dilakukan oleh media Inews.id dan Viva.co.id.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media online tersebut memiliki framing atau pemingkaian yang berbeda. Seperti contoh pada media onlien Inews.id, berita yang dimuat lebih menonjolkan sosok Ganjar Pranowo, sedangkan pada media online Viva.co.id, lebih menonjolkan sosok Prabowo Subianto.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis kaji adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan analisis framing. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek dan subjek yang dikaji, pada penelitian ini subjek yang dikaji adalah media online, sedangkan pada penelitian yang akan penulis kaji subjeknya adalah media televisi. Selain itu, terdapat perbedaan pada teori yang digunakan.

3. Penelitian berjudul “Analisis Framing Berita Pemberhentian PSBB Surabaya Raya di Media Online Kompas.com dan suratsurabaya.net”, ditulis oleh Ruri Handariastuti , Zainal Abidin Achmad , Airlangga Bramayudha, dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, pada tahun 2020.

Virus Covid-19 menjadi masalah besar di Indonesia pada tahun 2019,2020, hingga 2021.. Banyak kebijakan dilakukan oleh pemerintah untuk memberantas mata rantai penularan Covid-19, salah satunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Penelitian ini mengkaji sebuah berita mengenai kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada media online Kompas.com dan suarasurabaya.net.

Hasil dan kesimpulan pada penelitian menunjukkan bahwa framing dari kedua media online ini memiliki kesamaan dan juga perbedaan. Kesamaan terdapat pada sebuah penekanan berita, Dimana keduanya menekankan tentang kekhawatiran pemerintahan jika PSBB diberhentikan. Perbedaannya terdapat pada penggunaan kosakata. Kompas.com menggunakan kata fasilitator, sedangkan suarasurabaya.net menggunakan kata mediator.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis kaji adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Perbedaannya terdapat pada subjek dan objek yang digunakan. Jika pada penelitian ini menggunakan media online sebagai subjeknya, beda halnya dengan subjek yang penulis gunakan adalah media televisi.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	"Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com", ditulis oleh Gilang Aulia Paramitha dan Ahmad Abdul Karim	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media yakni CNN dan Sindo News memilih isu yang sama dalam memberikan informasi. Namun keduanya membingkai isu tersebut dengan gaya berbeda. CNN menggunakan piramida terbalik,	Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dikaji adalah, sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing	Perbedaannya terdapat pada objek dan subjek yang dikaji. Subjek dari penelitian "Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com" adalah media cetak CNN dan Sindo News dengan objek yang

			sedangkan Sindo tidak menggunakan piramida terbalik. Dari segi retorik, Sindo lebih menarik pembaca dibandingkan CNN.		dikaji adalah berita penembakan, sedangkan subjek dari penelitian “Analisis Framing Berita Vina Cirebon Pada Program Televisi Inews Jabar dan Kompas Jabar” adalah media televisi Inews dan Kompas dengan objek yang dikaji adalah pembunuhan.
--	--	--	---	--	--

2	“Analisis Framing Berita Pilpres 2024 Di Media Inews.id dan Viva.co.id” oleh Farhan Nur Rahman (2024)	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media online tersebut memiliki framing atau pembingkaihan yang berbeda. Seperti contoh pada media onlien Inews.id, berita yang dimuat lebih menonjolkan sosok Ganjar Pranowo, sedangkan pada media online Viva.co.id, lebih menonjolkan	Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis kaji adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan analisis framing	Perbedaannya terdapat pada objek dan subjek yang dikaji, pada penelitian ini subjek yang dikaji adalah media online, sedangkan pada penelitian yang akan penulis kaji subjeknya adalah media televisi. Selain itu, terdapat perbedaan pada teori yang digunakan.
---	--	------------	--	--	---

			sosok Prabowo Subianto.		
3	“Analisis Framing Berita Pemberhentian PSBB Surabaya Raya di Media Online Kompas.com dan suratsurabaya.net” oleh Ruri Handariastuti , Zainal Abidin Achmad , Airlangga Bramayudha (2020)	Kualitatif	Hasil dan Kesimpulan pada penelitian menunjukan bahwa framing dari kedua media online ini memiliki kesamaan dan juga perbedaan. Kesamaan terdapat pada sebuah penekanan berita, Dimana keduanya menekankan tentang kekhawatiran	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis kaji adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki	Perbedaannya terdapat pada subjek dan objek yang digunakan. Jika pada penelitian ini menggunakan media online sebagai subjeknya, bedanya dengan subjek yang penulis gunakan adalah media televisi.

			pemerintahan jika PSBB diberhentikan. Perbedaanya terdapat pada penggunaan kosakata. Kompas.com menggunakan kata fasilitator, sedangkan suarasurabaya.n et menggunakan kata mediator.		
--	--	--	--	--	--

1.2 Kerangka Konseptual

1.2.1 Komunikasi Massa

1.2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses tempat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. (Nurani Soyomukti, 2016)

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya heterogen, anonim, dan tersebar melalui media cetak atau elektronik agar pesan yang disampaikan bisa diterima secara serentak. (Jalaludin Rakhmat, 2007)

Komunikasi Massa sangat besar peranannya dalam kehidupan manusia khususnya dalam perubahan Masyarakat dan sosial. Komunikasi massa tidak lepas dari media massa dan Masyarakat yang jumlahnya banyak atau massa. Media massa disini sebagai penyalur pesan dari komunikator kepada komunikan yang banyak dan tersebar dalam area geografis yang luas, oleh karenanya dibutuhkan media massa seperti televisi, radio, ataupun majalah agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan. (Nurani Soyomukti, 2016)

1.2.1.2 Ciri Utama Komunikasi Massa

Di era saat ini, ciri-ciri komunikasi massa menjadi identitas penting dan dapat mempengaruhi persepsi setiap orang. Oleh karena itu dibutuhkan identitas untuk menjelaskan dan menggambarkan komunikasi massa. menurut Dennis McQuail (2011), berikut ciri utama komunikasi massa :

1. Sumber : bukan satu orang, melainkan organisasi formal , pengirimnya sering merupakan komunikator profesional
2. Pesan : beragam, dapat diperkirakan , dan diproses, distandarisasi dan selalu diperbanyak, merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar;
3. Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selalu sering bersifat non moral dan kalkulatif;

4. Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dan banyak penerima.

1.2.1.3 Model Komunikasi Massa

Komunikasi dengan menggunakan media massa mendapat perhatian lebih dari para ilmuwan untuk meneliti komunikasi massa. Perkembangan komunikasi dari masa ke masa membuat komunikasi massa semakin kompleks. Dennis McQuail (2011) menyatakan terdapat pandangan mengenai model-model komunikasi.

1. Model Jarum Hipodermis (*Hypodermic Needle Model*)

Secara harfiah, hypodermic berarti “di bawah kulit”. Dalam komunikasi massa, istilah ini berkaitan dengan anggapan bahwa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera, dan langsung, sesuai dengan pengertian “perangsang tanggapan” (stimulus-respons) yang mulai dikenal sejak awal perkembangan ilmu komunikasi.

Digambarkan sebagai jarum hypodermis raksasa, dimana massa komunikan dianggap pasif. Media massa dianggap sakti dan hebat, karena melalui media massa, ideologi dapat dengan mudah diterima oleh massa komunikan dan massa komunikan terpecah-pecah.

2. Model Komunikasi Satu Tahap (*One-Step Flow Model*)

Model komunikasi beranggapan bahwa media massa dapat mempengaruhi komunikan tanpa adanya pesan melalui orang lain, dalam artian proses komunikasi melalui media massa bersifat langsung. Namun, tidak pesan

yang diberikan tidak mampu mencapai semua komunikan dan menimbulkan efek yang berbeda pada setiap individu komunikan.

Model ini berbanding terbalik dengan model jarum hypodermis. Model ini beranggapan bahwa media tidak punya kekuatan hebat. Komunikan dianggap bukan pihak yang dapat dipengaruhi dengan mudah oleh media massa.

3. Model Komunikasi Dua Tahap (*Two-Step Flow Model*)

Konsep ini digagas oleh Lazarsfeld, dimana pada model ini dijelaskan bahwa pesan yang diberikan radio dan media cetak akan melalui beberapa pihak untuk sampai pada komunikan massa. Pada model komunikasi ini, informasi dari media massa akan diterima oleh tokoh, kemudian tokoh ini akan meneruskan pada Masyarakat. Jadi ada dua tahap, yang pertama dari komunikator kepada opinion leader. Sedangkan tahap kedua dari tokoh itu kepada pengikutnya. Dapat disimpulkan bahwa melalui model komunikasi dua tahap, massa adalah jalinan sosial yang berinteraksi satu sama lain dan dapat memberikan pengaruh satu sama lain.

4. Model Komunika Tahap Ganda (*Multi-Step Flow Model*)

Model ini menggabungkan semua model. Model ini beranggapan bahwa jumlah tahap dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan itu tergantung maksud dan tujuan komunikator, kemampuan menyebarkan pesan, penting atau tidaknya pesan tersebut bagi komunikan.

1.2.2 Media Massa

1.2.2.1 Pengertian Media Massa

Istilah “media massa” merujuk pada alata tau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekadar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masysrakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga Masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatn lain.

Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di Tengah-tengah Masyarakat (Dennis McQuail, 1987).

1.2.2.2 Karakter media massa

Sebagai bentuk komunikasi massa, media massa memiliki karakter yang bis akita lihat dalam kehidupan sehari-hari, anantara lain :

1. Publisitas, ini berarti bahwa media massa adalah produk informasi yang disebarluaskan kepada publik.
2. Universalitas, informasi atau pesan yang disampaikan tidak ada batasan dalam artian bersifat umum dan berisi segala aspek kehidupan.
3. Periodisitas, waktu terbit sudah terjadwal dan tetap, misalnya mingguan, bulanan, atau bahkan harian.
4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode atau jadwal terbit.

5. Aktualitas, berisi hal-hal atau peristiwa terbaru, hangat, dan kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

1.2.2.3 Jenis Media Massa

Berikut merupakan jenis-jenis media cetak:

1. Media Cetak

Media cetakan merupakan media yang mengandalkan visual, dikemas dengan halaman putih yang berisi kata, gambar, atau foto (Kasali, 2007). Peran media cetak sangat penting. Selama berabad-abad, media cetak menjadi satu-satunya alat pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan, dan hiburan, yang kini dilayani oleh berbagai media komunikasi. Selain berfungsi sebagai alat utama untuk menjangkau publik, media cetak juga berperan sebagai sarana utama untuk menghubungkan pembeli dan penjual. Contoh dari media cetak adalah surat kabar (William L. Rivers, 2003).

2. Media Audio

Menurut Arief S Sadiman, dkk (2009), media audio berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan melalui simbol-simbol pendengaran, baik yang bersifat verbal (seperti kata-kata atau bahasa lisan) maupun non-verbal. Dari penjelasan tersebut, bisa disimpulkan bahwa media audio merupakan salah satu jenis alat noncetak yang memungkinkan pendidik menyampaikan informasi kepada peserta didik secara langsung, sehingga peserta didik dapat menguasai kompetensi tertentu dalam proses pembelajaran yang berlangsung.

3. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media yang mengandung unsur yang dapat dilihat, seperti gambar, rekaman video, film, dll (Wina Sanjaya, 2019)

Media audio visual adalah media yang mengandung unsur suara dan gambar. Media ini dianggap paling baik karena menggabungkan dua media sekaligus yakni audio dan visual (Syaiful Bahri Djamarah, 2013). Menurut Arief S Sadiman (2011), media audio visual berupa Televisi, Film, Video, dan Proyektor LCD

Jadi dapat disimpulkan bahwa media audio visual adalah media yang menggabungkan suara dan gambar yang berbentuk karya film, video, televisi ataupun proyektor LCD yang bisa ditonton dan didengar oleh khalayak.

1.2.3 Televisi

1.2.3.1 Pengertian Televisi

Televisi merupakan media gambar dan juga suara yang tidak hanya memberikan sebuah tayangan, tetapi juga pemirsa dapat mencerna gambar dan suara yang ditayangkan (Adi Bajuri, 2010)

Televisi merupakan sarana telekomunikasi yang menerima gambar dan suara melalui layar baik itu hitam putih ataupun berwarna. Kata televisi berasal dari kata *tele* yang berarti “jauh” dan *visio* yang berarti “penglihatan”. Maka dapat didefinisikan bahwa televisi adalah alat komunikasi yang menggunakan visual. (Indah Rahmawati, 2011)

Effendy (2003:177) mengatakan :

“Televisi mempunyai daya tarik yang kuat tak perlu di jelaskan lagi. Kalau radio mempunyai daya tarik yang kuat di sebabkan unsur katakata, musik dan sound effect, maka Televisi selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam kepada penonton”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media massa yang memiliki daya tarik kuat karena dapat menampilkan gambar bergerak dan juga suara yang dapat ditonton dan didengar oleh pemirsa melalui siaran di layar kaca.

1.2.3.2 Sejarah Televisi

Sejarah televisi merupakan kisah panjang dari perkembangan teknologi transmisi gambar bergerak yang dimulai pada akhir abad ke-19 dan terus berkembang hingga menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari saat ini

Awal Penemuan dan Konsep Dasar (Abad ke-19) oleh Paul Nipkow, seorang ilmuwan asal Jerman, mengembangkan disk Nipkow, yang digunakan untuk memindai gambar secara mekanik. Ini menjadi dasar dari sistem televisi mekanik pertama. Pada tahun 1897 teknik transmisi gambar bergerak secara teori mulai dipikirkan oleh beberapa ilmuwan, termasuk George R. Carey dan Hovey R. Taylor di AS, yang menyarankan ide tentang penciptaan gambar bergerak melalui transmisi listrik.

Vladimir Zworykin ilmuwan asal Rusia yang bekerja di Amerika Serikat menemukan tabung kamera atau iconoscope yang dapat menangkap dan mengirim gambar ke televisi. Iconoscope ini bekerja mengubah gambar ke dalam sinyal elektronis yang selanjutnya diperkuat ke dalam gelombang radio. Dari sinilah, Vladimir Zworykin dan Philo Farnsworth menciptakan TV Pertama dan dipertunjukkan kepada khalayak pada tahun 1939 meskipun masih terbatas. (Hidajanto Djamal, Dasar-Dasar Penyiaran, (Jakarta: Kencana, 2011))

Dari masa ke masa, televisi terus melakukan revolusi. Perjalanan dari TV analog menuju TV digital seperti saat ini, tentu merupakan perubahan besar dalam industri penyiaran televisi yang dimulai pada akhir abad ke-20. Televisi analog pertama kali diperkenalkan pada tahun 1930-an, dengan sistem penyiaran berbasis sinyal analog yang mentransmisikan gambar dan suara melalui gelombang elektromagnetik.

Sistem PAL, NTSC, dan SECAM menjadi standar penyiaran analog di berbagai belahan dunia. Sebagai contoh, di Eropa dan Asia, PAL adalah sistem yang umum digunakan, sedangkan di Amerika Utara dan Jepang, NTSC yang lebih populer, dan di negara-negara Eropa Timur serta sebagian Afrika digunakan sistem SECAM.

Hingga pada tahun 2000-an awal Beberapa negara, terutama di Eropa dan Amerika Utara, mulai memperkenalkan TV digital yang menawarkan resolusi lebih tinggi (SD dan HD) dibandingkan dengan TV analog. Sistem penyiaran TV digital pertama kali diujicobakan di berbagai negara dengan standar DVB-T (*Digital Video*

Broadcasting - Terrestrial) yang mendukung siaran digital terrestrial. Beberapa negara lain, seperti Jepang dan AS, mengembangkan sistem mereka sendiri, yaitu ISDB-T dan ATSC, yang juga mendukung siaran digital terrestrial.

Tidak hanya negara luar, Indonesia pun sudah melakukan Analog switch off. Dengan lahirnya Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang Pada Pasal 72 Angka 8 yang menambahkan sisipan satu Pasal 60A Undang-undang Nomor 32 Tahun 2022 Tentang Penyiaran bahwa batas akhir penghentian siaran analog adalah 2 November tahun 2022 dan dilakukan secara bertahap dengan metode simulcast dengan tahapan pertama 17 Agustus 2021, tahap kedua 31 Desember 2021, tahap ketiga 31 Maret 2022, tahap keempat 17 Agustus 2022 dan tahap kelima atau akhir 2 November 2022.

1.2.3.3 Jenis-jenis televisi

Menurut Ilham Z (2010) dalam kamus istilah televisi dan film, jenis televisi adalah sebagai berikut :

1. Televisi Hitam Putih (TV Monokrom)

Televisi jenis ini hanya menampilkan gambar dalam warna hitam, putih, dan abu-abu. Televisi hitam putih adalah tipe televisi pertama yang diperkenalkan sebelum adanya televisi warna.

2. Televisi Warna

Televisi ini dapat menampilkan gambar dengan warna yang lebih hidup dan alami dibandingkan dengan televisi hitam putih. Seiring berjalannya waktu, televisi warna menggantikan televisi hitam putih dan menjadi standar.

3. Televisi Kabel

Televisi yang menggunakan kabel untuk menerima sinyal siaran dari penyedia layanan kabel, yang memungkinkan penonton untuk mengakses berbagai saluran TV tambahan selain saluran terestrial.

4. Televisi Satelit

Televisi yang menerima siaran melalui satelit. Pengguna perlu menggunakan antena parabola untuk menerima siaran TV satelit, yang menawarkan saluran lebih banyak dari berbagai negara dan daerah.

5. Televisi Terrestrial

Televisi yang menerima sinyal siaran secara langsung dari pemancar stasiun televisi di darat. Ini adalah jenis televisi yang paling umum di masa lalu dan masih digunakan di beberapa tempat dengan sistem digital.

6. Televisi Digital

Televisi yang menggunakan teknologi digital untuk mentransmisikan dan menerima sinyal, memberikan kualitas gambar dan suara yang lebih baik dibandingkan dengan televisi analog. TV digital memungkinkan penyiaran dalam format HD, 4K, dan bahkan 8K.

7. Televisi Pintar (*Smart TV*)

Televisi yang terhubung dengan internet dan memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan streaming seperti Netflix, YouTube,

dan aplikasi lainnya, serta mendukung fitur-fitur seperti voice control dan aplikasi berbasis AI.

1.2.3.4 Karakteristik televisi

Menurut Adi Bajuri (2010) dalam bukunya yang membahas tentang televisi dan komunikasi massa, karakteristik televisi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Audio-Visual (Gambar dan Suara)

Televisi adalah media yang menggabungkan unsur gambar dan suara dalam satu kesatuan yang harmonis. Gambar dan suara yang disampaikan secara bersamaan memungkinkan penonton untuk merasakan pengalaman yang lebih utuh dan realistis dibandingkan dengan media lain seperti radio atau surat kabar.

2. Menyediakan Siaran Secara Langsung (*Live*)

Salah satu karakteristik utama televisi adalah kemampuannya untuk menyajikan siaran langsung (live broadcast). Ini memungkinkan penonton untuk menyaksikan berbagai peristiwa secara real-time, baik itu berita, olahraga, atau acara hiburan.

3. Menyentuh Banyak Indra (Multimedia)

Televisi bukan hanya menyajikan informasi dengan audio dan visual, tetapi juga memberikan dampak emosional dan psikologis yang lebih kuat karena

melibatkan banyak indra, seperti pendengaran dan penglihatan. Hal ini membuat televisi menjadi media yang lebih "mengesankan" bagi penonton.

4. Bersifat Komunikatif dan Interaktif

Televisi memiliki potensi untuk berkomunikasi dua arah, meskipun tidak seinteraktif media digital. Penonton dapat berpartisipasi dalam acara, seperti melalui kuis, polling, atau pesan langsung, baik secara langsung maupun melalui metode lain seperti telepon atau internet.

5. Keterbatasan Akses dan Jangkauan

Meskipun televisi mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar, ada beberapa keterbatasan, seperti pemrograman yang dikendalikan oleh stasiun penyiaran dan waktu tayang yang terbatas. Juga, akses ke televisi tertentu bisa terbatas berdasarkan lokasi geografis dan teknologi yang tersedia (misalnya TV satelit, kabel, atau terrestrial).

6. Sifatnya Massal

Televisi memiliki kekuatan untuk menjangkau audiens yang sangat luas, dari individu hingga kelompok besar dalam satu waktu. Ini menjadikannya sebagai media massa yang sangat kuat untuk mempengaruhi opini publik dan memberikan informasi secara bersamaan kepada banyak orang.

7. Daya Tarik Visual yang Kuat

Televisi menggunakan unsur visual yang sangat kuat untuk menarik perhatian penonton. Gambar yang dinamis dan bergerak, serta penggunaan

warna, dapat memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan dengan media lain yang lebih statis, seperti teks di surat kabar atau radio.

8. Penyampaian Informasi yang Menyenangkan dan Menghibur

Televisi tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana hiburan. Banyak program televisi yang menggabungkan unsur hiburan dalam penyampaiannya, yang membuat penonton lebih terhibur dan tidak merasa bosan.

9. Keterbatasan dalam Interaksi Fisik

Meskipun televisi bisa dianggap sebagai media yang sangat kuat dalam hal audio-visual, ia memiliki keterbatasan dalam hal interaksi fisik. Penonton hanya menerima informasi tanpa bisa memberikan respon langsung atau berbicara dengan pembawa acara atau narasumber secara spontan seperti pada media lain (misalnya, dalam percakapan langsung).

1.2.4 Berita

1.2.4.1 Pengertian Berita

Berita berasal dari bahasa samsekerta, yaitu *vrit* yang dalam bahasa inggris disebut *write*, artinya ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebut dengan *Vritta*, Artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. *Vritta* dalam bahasa Indonesia kemudian menjadaii berita atau warta.

Sumadiria (2008) mengemukakan bahwasannya berita merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau gagasan yang bisa dipertanggung jawabkan, menarik,

dan penting bagi sebagian khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet.

1.2.4.2 Jenis-Jenis Berita

Dalam buku *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*, mengklasifikasikan jenis berita berdasarkan penulisannya, sebagai berikut:

1. *Straight News Report*. Adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
32 Misalnya sebuah pidato biasanya merupakan berita-berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how (5W + 1H)*.
2. *Depth News Report*. Merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan straight news report. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.
3. *Comprehensive News*. Merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (straight news). Sebagai gambaran, berita langsung bersifat sepotong-potong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung seperti tidak peduli dengan hubungan atau keterkaitan antara berita yang satu dan berita yang lain.

4. *Interpretative Report*. Lebih dari sekedar straight news dan depth news, berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Karena laporan interpretatif bergantung kepada pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai “opini”.
5. *Feature Story*. Berbeda dengan straight news, depth news, atau interpretative news, dalam laporan-laporan berita tersebut, reporter menyajikan informasi yang penting untuk para pembaca. Sedangkan dalam feature, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. *Depth Reporting*. Adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam, orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut 33 pandang.
7. *Investigative Reporting*. Berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigatif,

para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering ilegal atau tidak etis.

8. *Editorial Writing*. Adalah pikiran sebuah institusi yang diuji didepan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum (Sumadiria, 2008)

Dengan adanya pengklasifikasian terhadap Jenis-jenis berita yang telah diuraikan diatas, akan mempermudah para wartawan saat mengolah berita dalam menentukan teknik dan cara penulisan narasi agar sesuai dengan jenis berita yang telah ditetapkan

1.2.5 Framing

1.2.5.1 Pengertian Analisis Framing

Gagasan tentang framing pertama kali diusulkan oleh Baterson pada tahun 1955. Awalnya, framing dipahami sebagai kerangka konseptual atau seperangkat keyakinan yang mengatur pandangan terhadap politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori standar untuk memahami realitas. Kemudian, pada tahun 1974, Goffman memperluas konsep ini dengan menggambarkan frame sebagai potongan-potongan perilaku yang membantu individu dalam menafsirkan kenyataan.

Secara sederhana, analisis framing bertujuan membangun komunikasi melalui bahasa, visual, dan tindakan, serta menyampaikannya kepada pihak lain atau menginterpretasikan dan mengelompokkan informasi baru. Dengan analisis

framing, kita dapat memahami bagaimana sebuah pesan dimaknai sehingga dapat diinterpretasikan dengan efektif sesuai ide penulis. Analisis framing digunakan untuk melihat bagaimana media membentuk realitas. Selain itu, analisis framing juga digunakan untuk memahami bagaimana media membingkai dan menyajikan peristiwa (Eriyanto, 201).

Analisis Framing merupakan metode penelitian media massa yang berlandaskan pada teori konstruksi sosial. Dalam kerangka teori ini, dinyatakan bahwa realitas yang disajikan oleh media bukanlah cerminan dari kenyataan yang sebenarnya, melainkan hasil konstruksi yang diciptakan oleh media itu sendiri. Konsep ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger dalam sosiologi interpretatif. Menurut Berger, realitas dibentuk melalui proses ilmiah, bukan semata-mata berasal dari kekuatan ilahi, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto dalam karya Kurniawan & Fitri (2022).

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis framing merupakan konsep analisa untuk melihat bagaimana realitas dibingkai atau dikonstruksi oleh media. Pada dasarnya melihat bagaimana media bercerita atas kejadian atau peristiwa yang terjadi, kemudian cara bercerita tersebut dibingkai melalui cara melihat.

1.2.5.2 Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Dua konsep framing yang saling terkait dalam model Pan dan Kosicki terdiri dari konsepsi psikologis dan sosiologis. Konsep psikologis lebih menekankan pada struktur dan proses kognitif, yaitu bagaimana individu memproses informasi dari dalam dirinya. Sementara itu, dalam konsepsi sosiologis, frame berperan dalam

mengidentifikasi dan memahami realitas yang telah diberi label tertentu (Eriyanto, 2002)

Model ini menyatakan bahwa setiap berita memiliki frame yang berfungsi untuk menekankan pentingnya informasi bagi khalayak. Dengan menerapkan frame tertentu, penekanan dalam berita menjadi lebih mudah dipahami. "Frame ini adalah ide yang mengaitkan elemen-elemen berbeda dalam teks berita, seperti kutipan sumber, latar informasi, serta penggunaan kata atau kalimat tertentu, ke dalam keseluruhan teks" (Eriyanto, 2002). Pendekatan framing ini dibagi menjadi empat struktur utama:

- a. Struktur Sintaksis. Menyusun fakta atau peristiwa dalam teks berita, termasuk pernyataan, opini, dan kutipan, dalam format umum berita. Elemen yang diperhatikan meliputi headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, dan penutup. Struktur ini memberikan panduan bagi wartawan dalam memahami peristiwa dan arah berita.
- b. Struktur Skrip. Menggambarkan fakta dalam teks berita dengan memperhatikan strategi dan gaya bercerita wartawan. Pengamatan dilakukan melalui unsur 5W+1H; jika salah satu unsur tidak disertakan, ini dapat menyoroti atau menyembunyikan fakta tertentu.
- c. Struktur Tematik. Merupakan cara penulisan fakta atau pandangan dalam berita berdasarkan proposisi dan hubungan antar kalimat. Elemen yang dianalisis mencakup detail, maksud, nominalisasi,

koherensi, serta bentuk dan hubungan kalimat. Struktur ini berfungsi untuk melihat bagaimana fakta ditulis dan disajikan dalam teks.

- d. Struktur Retoris. Menekankan fakta dalam berita dengan menggunakan leksikon, grafis, dan metafora. Dalam menulis, wartawan memanfaatkan strategi wacana untuk meyakinkan pembaca bahwa informasi yang disajikan adalah akurat (Eriyanto, 2002).

1.3 Kerangka Teoritis

1.3.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Istilah *social construction of reality* menjadi populer sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Konsep ini menggambarkan bagaimana melalui tindakan dan interaksi sosial, individu secara berkelanjutan menciptakan suatu realitas yang dimiliki bersama secara subyektif (Tamburaka, 2012).

Menurut Von Glaserfeld "Konstruktivisme adalah sebuah filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan merupakan hasil konstruksi kita sendiri. Pengetahuan tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas atau menjadi cerminan dari dunia yang ada. Sebaliknya, pengetahuan terbentuk melalui konstruksi kognitif yang melibatkan kegiatan seseorang dalam menyusun struktur, kategori konsep, dan skema yang diperlukan untuk memahami pengetahuan tersebut" (Eriyanto, 2007).

Paradigma konstruksionis memberikan perspektif mengenai cara pandang terhadap media, jurnalis, dan berita. Menurut Eriyanto dalam buku *Analisis Framing*, pandangannya adalah sebagai berikut:

1. 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 paradigma konstruksionis fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebeneran suatu fakta bersifat relatif, berlaku sesuai konteks tertentu.
2. 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 instrument yang dimilikinya, media ikut membentuk realita yang tersaji dalam pemberitaan. Media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa.
3. Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanyalah konstruksi dari realitas. Dalam paradigma 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.

4. Berita bersifat subjektif atau konstruksi atas realitas. Opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif. Wartawan bukan pelapor, Ia agen konstruksi realitas. Dalam paradigma konstruksionis wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya. Berita bukan hanya produk individual, melainkan juga bagian dari proses organisasi 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.
5. 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 partisipan dari keragaman penafsiran dari objektifitas dalam publik.
6. Ketujuh, nilai, etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian integral dalam penelitian. Salah satu sifat dasar dari 38 penelitian yang berifat konstruksionis adalah pandangan yang menyatakan peneliti bukanlah subjek

yang bebas nilai. Pilihan etika, moral, atau keberpihakan peneliti menjadi bagian yang terpisahkan dari proses penelitian.

7. 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)

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pemetaan (*mind mapping*) yang menggambarkan alur pemikiran dan menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Menurut 56 Suriasumantri, 1986 dalam buku Sugiyono, seorang peneliti harus menguasai teoriteori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan teori konstruksii realitas sosial dengan pendekatan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Di mana fokus peneliti menganalisa sebuah permasalahan menggunakan teori framing melalui konsep struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik dan diperkuat melalui teori konstruksi realitas sosial.

Teori dan konsep tersebut dapat digambarkan menjadi sebuah bagan kerangka pemikiran, yaitu sebagai berikut

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



