

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Dalam penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan yaitu, antara lain sebagai berikut :

2.1.1. Calon Tunggal Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2020 (Analisis Framing Pemberitaan Pada Okes.Co.Id, Rmolsumsel.Id dan Detik.Com) “ Oleh Peru Septian, Yunizir Djakfar, Akhmad Rosihan Universitas Baturaja tahun 2020 ”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2004: 6).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruksionis. Paradigma konstruksionis menganggap pembuat teks berita sebagai penentu yang akan mengarahkan pola pikir khalayak. Pertanyaan utama dari paradigma konstruksionis adalah bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi, dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2012: 37).

Penelitian ini menggunakan teori analisis *framing* model Robert N Entman dalam menganalisis isi berita. Tujuan penelitian ini untuk melihat

bagaimana media dalam hal ini *Okes.Co.Id*, *Rmolsumsel.Id* dan *Detik.Com* dalam mengemas atau membingkai pemberitaan mengenai calon tunggal Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ulu tahun 2020. Apakah media tersebut memiliki sudut pandang yang sama atau berbeda terhadap isu mengenai calon tunggal Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ulu tahun 2020.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah, keseluruhan hasil analisis framing model Entman terhadap pemberitaan calon tunggal pilkada OKU tahun 2020 oleh *Okes.Co.Id*, *Rmolsumsel.Id* dan *Detik.Com*, mendapati bahwa *Okes.Co.Id* tidak menunjukkan keberpihakan terhadap pihak manapun. Terlihat dari judul dan isi berita yang dibuat cenderung lebih aman dan tidak memperlihatkan kecenderungan pada pihak manapun.

Sedangkan, *Rmlsumsel.Com* secara keseluruhan mengambil sumber dari pihak KPU OKU dan Polres OKU, terkesan mendukung dan memberikan citra positif kepada KPU OKU dan Polres OKU dalam pilkada OKU tahun 2020. Lain halnya dengan *Detik.Com*, pemberitaan terkait dengan calon tunggal bahwa setiap pemberitaannya cenderung bersifat negatif bagi pasangan calon seolah-olah ingin memberitahu kepada khalayak bahwa pasangan calon tunggal, dimana calon wakil bupati merupakan tersangka korupsi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah, terletak pada penggunaan media *online* sebagai objek penelitian. Sedangkan,

perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran atau objek penelitiannya.

2.1.2. Analisis Framing Pan dan Kosicki pada pemberitaan kontroversi terpilihnya Ahok sebagai komisaris utama Pertamina serta relevansinya dengan pembelajaran teks editorial “ Oleh Diah Windari, Dewi Herlina Sugiarti, Sinta Rosalina Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2022 ”.

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana media *online* tersebut membingkai berita yang ditulis menarik perhatian pembaca. Kemudian pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang proses pemerolehan datanya bersifat apa adanya tanpa manipulasi atau hal yang tidak sesuai lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media melakukan sebuah analisis *framing* pada pemberitaan kontroversi terpilihnya Ahok sebagai komisaris utama Pertamina pada media *online Liputan6.Com* dan *Kompas.Com*, serta merelevansikan dengan pembelajaran teks editorial yang sesuai dengan menganalisis struktur dan kebahasaan teks editorial.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dari hasil analisis pemingkaiian berita yang dilakukan terhadap kedua media *online*, yaitu media *online Liputan6.Com* dan *Kompas.Com* mengenai pemberitaan terkait kontroversi terpilihnya Ahok sebagai komisaris utama Pertamina

dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menunjukkan bahwa, ditemukan adanya perbedaan yang terlihat dari segi kebahasaan.

Jika media *online Kompas.com* menggunakan ragam bahasa kias. Hal tersebut terbukti dalam setiap artikel yang terdapat tambahan kata kiasan, seperti membabi buta, bersih-bersih, belepotan, petantang-petenteng, dan sebagainya. Bahasa tersebut merupakan bahasa yang dapat menimbulkan multitafsir jika pembacanya tidak dapat langsung memahami apa maksud dari bahasa yang digunakannya itu.

Sedangkan, media *online Kompas.Com* lebih menggunakan ragam bahasa lisan atau bahasa sehari-hari yang dapat langsung oleh masyarakat luas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis *framing*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada model *framing* yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan model *framing* Pan & Kosicki sedangkan penelitian ini menggunakan model *framing* Robert N. Entman, serta objek penelitiannya yang berbeda.

2.1.3. *Konstruksi Pemberitaan Penusukan Syekh Ali Jaber di media online (Analisis framing Robert N. Entman di media Republika.co.id dan Kompas.com) “ Oleh Aria Wardana, Hendra Alfani, Septiana Wulandari Universitas Baturaja tahun 2020 ”*

Penelitian ini menggunakan teori analisis *framing* Robert N. Entman di mana dalam teori tersebut Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas dengan empat elemen yaitu identifikasi masalah, penyebab masalah, keputusan moral dan solusi atas masalah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis *framing* Robert N. Entman.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Konstruksi Pemberitaan Penusukan Syekh Ali Jaber Di Media *Online* (Analisis Framing Robert N. Entman di *Media Republika.co.id* Dan *Kompas.com*). Kesimpulan pada penelitiannya adalah Hasil konstruksi dari *Republika.co.id* tentang penusukan Syekh Ali Jaber lebih memfokuskan pada tindakan tidak bermoral, biadab dan mengutuk atas aksi terorisme tersebut sehingga harus diselesaikan dan diungkap motif serta aktor di balik peristiwa tersebut agar dapat ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku. Sedangkan *Kompas.com* tentang penusukan Syekh Ali Jaber lebih memfokuskan peristiwa tersebut dalam sudut pandang masalah hukum. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah, terletak pada penggunaan media *online* sebagai objek penelitian, serta persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan metode analisis *framing* Robert N. Entman. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran atau objek penelitian.

Dari ketiga penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti, maka peneliti menggabungkannya menjadi dalam sebuah matrix tabel penelitian yaitu :

2.1.4. Matrix Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama & Judul penelitian	Metode & teori penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian	Persamaan penelitian
1	Calon Tunggal Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2020 (Analisis Framing Pemberitaan Pada Okes.Co.Id, Rmolsumsel.Id dan Detik.Com) “ Oleh Peru Septian, Yunizir Djakfar, Akhmad Rosihan Universitas Baturaja Tahun 2020 ”.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan	Kesimpulan pada penelitian ini adalah, keseluruhan hasil analisis <i>framing</i> model Entman terhadap pemberitaan calon tunggal pilkada OKU tahun 2020 oleh Okes.Co.Id, Rmolsumsel.Id dan Detik.Com, mendapati bahwa Okes.Co.Id tidak menunjukkan keberpihakan terhadap pihak manapun.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran atau objek penelitiannya.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah, penggunaan media <i>online</i> sebagai objek penelitian.

		<p>memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2004: 6). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruksionis. Penelitian ini menggunakan teori analisis <i>framing</i> model Robert N Entman dalam menganalisis isi berita.</p>	<p>Terlihat dari judul dan isi berita yang dibuat cenderung lebih aman dan tidak memperlihatkan kecenderungan pada pihak manapun. Sedangkan, <i>Rmlsumsel.Com</i> secara keseluruhan mengambil sumber dari pihak KPU OKU dan Polres OKU, terkesan mendukung dan memberikan citra positif kepada KPU OKU dan Polres OKU dalam pilkada OKU tahun 2020. Lain halnya dengan <i>Detik.Com</i>, pemberitaan terkait dengan calon tunggal bahwa setiap</p>		
--	--	---	---	--	--

			pemberitaannya cenderung bersifat negatif bagi pasangan calon seolah-olah ingin memberitahu kepada khalayak bahwa pasangan calon tunggal, dimana calon wakil bupati merupakan tersangka korupsi.		
2	Analisis <i>Framing</i> Pandan Kosicki pada pemberitaan kontroversi terpilihnya Ahok sebagai komisararis utama Pertamina serta relevansinya dengan pembelajaran teks editorial “ Oleh Diah Windari, Dewi Herlina Sugiarti, Sinta Rosalina Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2022 ”.	Penelitian ini menggunakan metode analisis <i>framing</i> dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode analisis <i>framing</i> digunakan untuk mengetahui bagaimana media online tersebut membingkai berita yang ditulis menarik	Pembingkai berita yang dilakukan terhadap kedua media online, yaitu media online Liputan6.Com dan Kompas.Com mengenai pemberitaan terkait kontroversi terpilihnya Ahok sebagai komisararis utama Pertamina dengan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada model <i>framing</i> yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan model <i>framing</i> Pandan & Kosicki, serta objek penelitiannya yang berbeda	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis <i>framing</i> .

		<p>perhatian pembaca. Kemudian pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang proses pemerolehan datanya bersifat apa adanya tanpa manipulasi atau hal yang tidak sesuai lainnya.</p>	<p>menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menunjukkan bahwa, ditemukan adanya perbedaan yang terlihat dari segi kebahasaan. Jika media <i>online</i> kompas.com menggunakan ragam bahasa kias. Hal tersebut terbukti dalam setiap artikel yang terdapat tambahan kata kiasan, seperti membabi buta, bersih-bersih, belepotan, petantang-petenteng, dan sebagainya. Bahasa tersebut merupakan bahasa yang dapat menimbulkan multitafsir</p>	
--	--	---	--	--

			<p>jika pembacanya tidak dapat langsung memahami apa maksud dari bahasa yang digunakannya itu. Sedangkan, media online Kompas.Com lebih menggunakan ragam bahasa lisan atau bahasa sehari-hari yang dapat langsung oleh masyarakat luas.</p>		
3	<p>Konstruksi Pemberitaan Penusukan Syekh Ali Jaber Di Media <i>Online</i> (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Di Media <i>Republika.co.id</i> dan <i>Kompas.com</i>) Oleh Aria Wardana, Hendra Alfani, Septiana Wulandari Universitas</p>	<p>Penelitian ini menggunakan teori analisis <i>framing</i> Robert N. Entman di mana dalam teori tersebut Entrman melihat <i>framing</i> dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari</p>	<p>mengetahui Konstruksi Pemberitaan Penusukan Syekh Ali Jaber Di Media <i>Online</i> (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman di Media <i>Republika.co.id</i> Dan <i>Kompas.com</i>). Kesimpulan pada</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran atau objek penelitian.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah, penggunaan media <i>online</i> sebagai objek penelitian, serta penggunaan metode analisis <i>framing</i> Robert N. Entman</p>

	<p>Baturaja Tahun 2020.</p>	<p>realitas dengan empat elemen yaitu identifikasi masalah, penyebab masalah, keputusan moral dan solusi atas masalah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis <i>framing</i> Robert N. Entman.</p>	<p>penelitiannya adalah Hasil konstruksi dari <i>Republika.co.id</i> tentang penusukan Syekh Ali Jaber lebih memfokuskan pada tindakan tidak bermoral, biadab dan mengutuk atas aksi terorisme tersebut sehingga harus diselesaikan dan diungkap motif serta aktor di balik peristiwa tersebut agar dapat ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku. Sedangkan Kompas.com tentang penusukan Syekh Ali Jaber lebih memfokuskan</p>		
--	-----------------------------	---	---	--	--

			peristiwa tersebut dalam sudut pandang masalah hukum.		
--	--	--	---	--	--

2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangan saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) (Nurudin,2007:3). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara, 2011:37).

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Komunikasi Massa adalah suatu proses di mana kelompok media menyampaikan pesan atau informasi yang disampaikan kepada khalayak ramai melalui media massa.

Menurut (Nurudin, 2007:19-31), dijelaskan bahwa ciri-ciri komunikasi massa diantaranya sebagai berikut: Pertama, komunikator dalam komunikasi massa melembaga, komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang tetapi kumpulan orang; Kemudian pesannya bersifat umum, pesan-pesan komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang/kelompok masyarakat tertentu; Selanjutnya komunikasinya berlangsung satu arah dan dalam komunikasi massa menimbulkan keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya.

2.3. Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Rakhmat (2004:65) karakteristik komunikasi massa dibatasi pada lima jenis media massa yang dikenal sebagai *The Big Five of Mass Media*. Media massa ini terdiri dari koran, majalah, radio, televisi, dan film (Pratyaksa & Putri Eka Wiwik, 2021). Karakteristik komunikasi massa secara konseptual adalah :

- a. Komunikasi media massa diperuntukkan bagi khalayak luas, heterogen dan tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.
- b. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum.
- c. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah.
- d. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi.
- e. Penyampaian pesan melalui media massa, dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
- f. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya yang mencakup di sekitar lingkungan manusia.

2.3.1. Fungsi Komunikasi Massa

McQuail (1996) menjelaskan beberapa fungsi dari komunikasi massa. Ada 5 fungsi dari komunikasi massa yaitu fungsi pengawasan (*surveillance*), fungsi penafsiran (*interpretation*), fungsi keterkaitan (*linkage*), fungsi penyebaran nilai (*transmission of value*), fungsi hiburan (*entertainment*). Ciri yang paling tampak dari komunikasi massa adalah komunikasi tersebut menggunakan media massa, baik audio, visual, maupun media cetak. Ciri lainnya dari komunikasi massa yaitu:

Pesan bersifat umum, menimbulkan keserempakan, komunikasi bersifat satu arah, umpan balik tertunda, komunikannya anonim dan heterogen, mengutamakan isi daripada hubungan (Sofian & Lestari, 2021).

2.3.2. Media Massa

Media massa adalah sarana komunikasi dalam menyampaikan pesan, sebagai alat dalam komunikasi untuk menyampaikan informasi atau berita ke masyarakat luas. Dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti radio, surat kabar, Tv maupun film (Cangara, 2018: 144). Karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih banyak, heterogen, anonim dan pesannya bersifat abstrak dan terpecah.

Media massa sendiri terbagi menjadi dua bagian, yaitu media konvensional (*conventional media*), dan media baru (*new media*). media konvensional merupakan media komunikasi yang telah ditemukan terlebih dahulu sebelum media baru. Media konvensional biasa digunakan untuk mengirimkan atau menerima pesan dan informasi kepada masyarakat luas. Media konvensional dapat dibedakan lagi menjadi dua yaitu, media cetak dan media elektronik.

2.3.3. Media Cetak

Media cetak merupakan media yang proses penyebarannya dilakukan dengan menggunakan teknologi cetak dan dalam bentuk cetak. Media cetak sendiri merupakan sebuah sarana media massa yang diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar, atau majalah. Media cetak merupakan berbagai bentuk barang cetakan seperti majalah, surat kabar, atau lainnya yang dibuat

dengan tujuan menyebarkan informasi atau pesan komunikasi kepada masyarakat luas.

Media cetak memiliki kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu media elektronik dan media *online*. Kelebihan media cetak antara lain sebagai berikut : yang *pertama*, dapat dibaca berkali-kali, jika disimpan, *kedua* membuat seseorang berpikir secara lebih spesifik mengenai isi tulisan, *ketiga* dapat dikoleksi, *keempat* harganya cukup terjangkau, *kelima* mampu menjelaskan hal yang bersifat kompleks dengan lebih baik.

Sedangkan kekurangan media cetak yang *pertama*, lambat dalam memberikan informasi, sebab perlu menunggu proses cetak dan pendistribusian sebelum menyebarkan informasi tersebut, *kedua* tidak dapat menyebarkan informasi secara langsung, *ketiga* hanya dapat menampilkan tulisan atau gambar, *keempat* efek visual hanya berupa gambar dan yang *kelima* biaya produksi cukup mahal. Sebab perlu dicetak dan dikirim sebelum sampai kepada pembaca (Suyasa & Sedana, 2020).

2.3.4 Media Elektronik

Media elektronik merupakan alat komunikasi massa melalui perangkat-perangkat seperti televisi dan radio, serta menyebarkan pesan dan informasinya dalam bentuk siaran. Media elektronik dapat diartikan sebagai perangkat teknologi yang dapat menggantikan media kertas yang biasa digunakan, perangkat teknologi juga memiliki kelebihan daripada media kertas, misalnya media teknologi mudah dipergunakan dan dapat membantu pekerjaan menjadi lebih cepat, dan tidak memakan banyak tempat seperti media cetak.

Media elektronik juga lebih mudah didapat karena tersedia di mana-mana. Saat ini media elektronik dapat dikatakan telah menjadi sumber informasi yang utama, karena dengan media elektronik masyarakat dapat mengetahui informasi disekeliling dengan mudah dan cepat. Dengan menggunakan iklan masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi. Keunggulan media elektronik adalah sifatnya yang *real time* atau disiarkan secara langsung apabila ada peristiwa yang sedang terjadi (Purnamasari & Samaya Doni, 2021).

2.3.5 New Media (Media Baru)

New Media atau media baru merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter *fleksibel*, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (McQuail, 2011:3). *New media* juga merupakan media komunikasi yang menggunakan teknologi digital atau komputer sebagai alat untuk pengoperasiannya. Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New media Reader* mengatakan bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media massa dalam masyarakat. *New media* memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak (Wardrip-Fruin and Nick Montfort 2003) (Utami, 2021).

Dari pernyataan diatas dijelaskan bahwa media baru yang dibahas adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dari berbagai ciri yang sama, dan dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan

pribadi sebagai media alat komunikasi. Media digital saat ini sudah menjadi gaya hidup disetiap kalangan masyarakat, di mana penggunaan media digital telah banyak membantu setiap orang dalam melakukan rutinitas termasuk dalam berkomunikasi, baik dalam individu maupun dalam komunikasi massa.

2.3.6 Media Online

Menurut Ashadi Siregar (Kurniawan, 2005: 20), media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail online* dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user (pengguna) memanfaatkannya.

Media *online* kini menjadi alternatif media yang paling mudah mendapat akses informasi atau berita. Sehingga media *online* menjadi sarana mendapatkan informasi yang paling mudah dan efektif (Hamdani, 2018). Media *online* karakteristiknya berbeda dengan media konvensional (cetak/elektronik). Berikut karakteristik media *online*: multimedia, aktualisasi, cepat begitu diposting atau diunggah dan langsung bisa diakses oleh semua orang (Syamsul, 2011:11).

Media *online* juga dapat diartikan sebagai segala jenis atau bentuk susunan media yang hanya bisa diakses melalui internet. Susunan media tersebut bisa berbentuk teks, foto, video ataupun suara. Dari pernyataan tersebut bisa dilihat bahwa media online memudahkan khalayak dalam memberikan akses internet untuk informasi apa saja, di manapun dan kapanpun khalayak menginginkannya sehingga menyebabkan munculnya produk media baru dan persaingan baru dalam bisnis media.

2.4. Berita

Dalam buku Sumadiria 2005 (hal 64-65) Assegaf mendefinisikan berita sebagai laporan mengenai fakta atau ide yang mampu menarik perhatian pembaca. Sedangkan menurut Mitchel V. Charnley dalam bukunya yang berjudul “Reporting” edisi ketiga (Holt-Reinhart & Winston, New York, 1975 halaman 44) menyatakan bahwa berita merupakan laporan mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting bagi banyak orang. Kemudian A.M. Hoeta Soehoet dalam bukunya “Dasar-Dasar Jurnalistik” juga menuliskan bahwa berita merupakan keterangan mengenai peristiwa atau pendapat seseorang yang dianggap penting bagi pembaca untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari pengertian berita menurut tiga ahli di atas dapat disimpulkan bahwa berita merupakan fakta ataupun opini yang membuat banyak orang merasa tertarik untuk mengetahuinya. Berita dapat diperoleh dengan berbagai media seperti koran, surat kabar, televisi, internet dan lain-lain. Pada saat ini, media yang paling sering digunakan untuk memperoleh berita adalah internet (Rofiqi, 2017).

Menurut Siregar dkk (1998:154) mengemukakan, berita jurnalistik yang muncul dalam surat kabar atau majalah berita dapat digolongkan menjadi empat. Masing-masing ialah berita langsung (*straight/hard/spot news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*), dan laporan mendalam (*indepth report*) (Pudjanarko, 2017). Berikut rinciannya :

1. ***Straight News***, yaitu berita langsung mengenai suatu peristiwa yang ditulis secara singkat dan lugas,

2. *Depth News*, yaitu berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada dibawah suatu permukaan
3. *Investigation News*, yaitu berita dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
4. *Interpretative News*, yaitu berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.
5. *Opinion News*, yaitu berita mengenai pendapat seseorang. (Syamsul, 2005: 8).

2.5. Framing Robert N. Entman

Menurut Eriyanto *framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol dan melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (selviera, 2019). Eriyanto mengemukakan di dalam bukunya yang berjudul *Analisis Framing* . Konsep *framing* , oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi bermakna, menarik, berarti atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002:221). Eriyanto juga menjelaskan, *framing* ialah perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Selanjutnya, cara pandang dan perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta yang akan diambil

dan bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut. (Simatupang, 2021).

Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa media memaknai serta memahami suatu realitas, dengan langkah apa realitas tersebut ditandakan, hal inilah yang menjadi pusat perhatian dalam analisis *framing* .

Dalam penelitian kali ini peneliti memilih menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman. Robert N. Entman merupakan seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak.(Eriyanto, 2002:219–222).

Analisis *framing* model Robert N. Entman inilah yang akan peneliti gunakan untuk melihat konstruksi realitas kedua media online dalam memberitakan konflik sosial dengan topik penelitian : Analisis *Framing* Robert N. Entman dalam pemberitaan kebijakan Pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina (Studi kasus pada media *online BBC Indonesia* dan *CNBC Indonesia*)

Berikut ditampilkan tabel elemen analisis *framing* model Entman, yang fokus pada 4 (empat) model analisis teks berita yang digunakan Entman :

Tabel 2.2

Model *Framing* Robert N. Entman

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i>	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai

(Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) Yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: (Eriyanto, 2002:223–224)

2.6. Kerangka Pikir

Banyak pemberitaan di dalam negeri terkait kebijakan Pemerintah yang menjadi trending topik di media baik di media massa seperti tv dan radio maupun media massa *online* seperti surat kabar *online* maupun media sosial. Salah satunya berita tentang kebijakan baru dari Pemerintah Indonesia untuk membeli BBM jenis pertalite, dan solar di SPBU menggunakan aplikasi MyPertamina. Di Indonesia sendiri, tempat pengisian bahan bakar dikenal dengan nama SPBU atau singkatan dari Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum.

Berita kebijakan baru dari Pemerintah ini menuai kontroversi di kalangan masyarakat, banyak masyarakat menilai kebijakan dari pemerintah tersebut tidak memihak kepada masyarakat, khususnya masyarakat kelas menengah ke bawah. Karena kebijakan tersebut malah semakin mempersulit masyarakat, dan juga tidak semua kalangan masyarakat Indonesia ini menggunakan telpon seluler yang canggih untuk menggunakan aplikasi MyPertamina tersebut.

Serta, tidak semua daerah di setiap wilayah Indonesia ini mempunyai jaringan sinyal yang cukup baik untuk menggunakan aplikasi MyPertamina pada

handphone untuk membeli BBM di SPBU. Sebelumnya, Pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk melarang menggunakan handphone ketika melakukan pengisian bahan bakar di setiap stasiun pengisian bahan bakar umum. Namun, kebijakan itu saat ini berubah dimana Pemerintah memanfaatkan teknologi untuk melakukan pengisian bahan bakar kendaraan menggunakan aplikasi yang ditetapkan oleh Pemerintah.

Banyak kontroversi yang ada di dalam masyarakat, salah satunya adalah terkait dengan perubahan kebijakan yang ada. Dalam kenyataannya di lapangan, walaupun telah menggunakan aplikasi tersebut namun untuk stok pengisian bahan bakar itu masih sulit untuk diterima oleh masyarakat. Dampak dari kekecewaan masyarakat mengakibatkan ramainya argumen masyarakat yang mengomentari di berbagai media sosial.

Pemberitaan terkait dengan kebijakan pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina ini ramai di beritakan oleh berbagai media massa yang ada, baik itu media massa cetak, *online* dan media sosial. Salah satu media yang memberitakan nya ialah media *online* *BBC Indonesia* dan *CNBC Indonesia*. Media berita *online* *BBC* merupakan media penyiaran berita terbesar di dunia. Dimana sering memberitakan terkait dengan kritik sosial terhadap kondisi-kondisi yang ada di dunia, salah satunya adalah Indonesia yang saat ini memberitakan terkait dengan kebijakan Pemerintah mengenai penggunaan aplikasi dalam melakukan pengisian bahan bakar kendaraan.

Sedangkan, *CNBC* adalah perusahaan media dan berita bisnis yang dimiliki oleh Amerika yang melakukan hubungan kerja sama di bidang media

massa elektronik maupun *online* dengan perusahaan media Indonesia yaitu, *Trans media*. di Indonesia *CNBC* dikenal dengan nama media *CNBC Indonesia*. Dimana saluran *CNBC Indonesia* menyajikan konten nasional dan internasional, dengan fokus pada bisnis, keuangan, pasar modal, bursa efek dan ekonomi. Namun belakangan ini media *CNBC Indonesia* gencar memberitakan pemberitaan terkait dengan kebijakan Pemerintah mengenai penggunaan aplikasi dalam melakukan pengisian bahan bakar pada kendaraan.

Peneliti menggunakan kedua media massa *online* diatas untuk menganalisis konstruksi pemberitaan tentang kebijakan Pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina untuk membeli BBM. Berdasarkan observasi sementara peneliti terhadap pemberitaan terkait dengan penggunaan aplikasi MyPertamina terdapat perbedaan antara kedua media.

Adapun pemberitaan yang diberitakan oleh kedua media tersebut, seperti pada media *online BBC Indonesia* menyajikan berita terkait dengan penolakan tentang penggunaan aplikasi yang akan digunakan untuk pembelian bahan bakar umum kendaraan. Sedangkan, pada media *online CNBC Indonesia* menyajikan kebanyakan berita mengenai pro dengan pemerintah yang mengatakan bahwa BBM diwajibkan untuk seluruh masyarakat menggunakan aplikasi itu ketika ingin mendapatkan atau membeli bahan bakar kendaraan.

Hal ini merupakan objek yang dijadikan peneliti sebagai perbandingan dalam mengkonstruksikan kedua media tersebut. Dalam kegiatan analisis media, ada beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk menganalisis media, salah satunya ialah analisis *framing*. Menurut Eriyanto (2002: 68), *framing* ialah pendekatan

untuk melihat realitas dibentuk serta dikonstruksikan oleh media. Proses itu menghasilkan adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih ditonjolkan dan lebih mudah dikenal. Sehingga berita yang ditonjolkan oleh media lebih mudah diingat oleh khalayak.

Dalam berita kebijakan Pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina untuk membeli BBM ini masing-masing media *online* membuat judul, headline, dan isi berita yang memiliki daya tarik sehingga menarik perhatian pembaca yang tertuju pada saat berita itu sedang berlangsung. Pada kasus ini peneliti tertarik untuk menganalisis pemberitaan terkait tentang kebijakan Pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina untuk membeli BBM dari kedua media *online* tersebut dengan cara menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman.

Fokus pada penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran bagaimana *framing* yang dilakukan media *BBC Indonesia* dan *CNBC Indonesia* dalam pemberitaan tentang kebijakan pemerintah tentang penggunaan aplikasi MyPertamina periode 24 juni 2022 sampai 01 juli 2022, dengan menggunakan metode analisis *framing* Robert N Entman. Dalam konsepnya pemberitaan ini dianalisis dari segi pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab masalah (*diagnoses causes*), penilaian moral (*make moral judgement*) dan penekanan penyelesaian masalah (*treatment recommendation*).

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



