

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **1.1. Penelitian Terdahulu**

Peneliti mengawali penelitian dengan mempelajari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Penggalan dari wacana penelitian terlebih dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap pembanding, dan pemberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti menemukan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis.

**1.1.1. Jurnal dengan judul WACANA MEDIA DALAM PEMBERITAAN COVID-19 (Analisis Headline pada Koran Rakyat Merdeka Edisi Maret 2020) Enjang Muhaemin, Cecep Suryana, Dono Darsono, Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Lida Imelda Cholidah, Prodi Ilmu Komunikasi Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung.**

Hasil penelitian terdahulu memaparkan bahwa pilihan kosa kata yang digunakan Rakyat Merdeka dalam *headline* berita covid-19 menunjukkan ideologi media itu sendiri. *Headline* yang diproduksi lebih berideologi politik, karena setiap *headline* yang diproduksi senantiasa kental bernuansa politik. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan analisis wacana dalam hal ini adalah teks yakni lisan yang difiksasikan oleh redaksi melalui satu proses jurnalistik ke dalam bentuk tulisan yang menggunakan media cetak, sedangkan peneliti menggunakan Analisis *framing* penyajian yang dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas, dan menggunakan media *online*. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dan membahas isu tentang covid 19.

**1.1.2. Jurnal dengan judul Analisis Wacana Pemberitaan Vaksin MR (*Measles Rubella*) pada Website Tribun Sumsel Oleh Nuraida, Lara Agristaria, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2019.**

Hasil penelitian terdahulu menggambarkan perkembangan masyarakat di Provinsi Sumatera Selatan kontroversi terhadap vaksin MR (*Measles Rubella*) karena belum dapat izin halal dari Majelis Ulama Indonesia mengetahui bahwa vaksin tersebut mengandung unsur babi dan organ manusia yang di nyatakan haram, namun diperbolehkan jika dalam situasi darurat. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu menganalisis menggunakan analisis *framing* Teun A. Van Dijk dengan menggunakan pendekatan enam struktur yaitu temantik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dan membahas isu tentang wabah penyakit yang menyerang sebagian masyarakat.

**1.1.3. Jurnal dengan judul Analisis *Framing* Pada Media Online Okezone.Com Dan Tribunnews.Com Dalam Pemberitaan Wacana *New Normal* Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia Oleh Aldila Saputri Kristiawati Dan Putri Aisyiyah Rachma Dewi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya Tahun 2021.**

Hasil penelitian menunjukkan ambiguitas dan inkonsistensi Okezone dalam membingkai isu wacana *new normal* ini terlihat dari dinamika pemberitaannya yang berubah-ubah dari pro ke kontra lalu kembali bernada. Sedangkan Tribunnews konsisten mendukung penerapan *new normal* untuk memulihkan kondisi ekonomi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian bersifat deskriptif kualitatif dan membahas isu tentang wabah penyakit covid 19. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada menggunakan konsep framing William A. Gamson dan Andre Modigliani dan isu berita nya tentang *new normal*, sedangkan peneliti menggunakan konsep Robert N Entman dan isu berita nya kartu vaksin sebagai syarat administrasi.

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Penelitian**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian/ Tahun</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>
1.	Enjang Muhaemin, Cecep Suryana, Dono Darsono, Lida Imelda Cholidah	Wacana Media Dalam Pemberitaan Covid-19 (Analisis Headline pada Koran Rakyat Merdeka Edisi Maret 2020)	Hasil penelitian terdahulu memaparkan bahwa pilihan kosa kata yang digunakan Rakyat Merdeka dalam headline berita covid-19 menunjukkan ideologi media itu sendiri. Headline yang diproduksi lebih berideologi politik, karena setiap headline yang diproduksi senantiasa kental bernuansa politik.	Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan analisis wacana dalam hal ini adalah teks yakni lisan yang difiksasikan oleh redaksi melalui satu proses jurnalistik ke dalam bentuk tulisan yang menggunakan media cetak, sedangkan peneliti menggunakan Analisis <i>framing</i> penyajian yang dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas, dan menggunakan media online.
2.	Nuraida, Lara	Analisis Wacana	Hasil penelitian iniyaitu	Perbedaan penelitian terdahulu lebih

	Agristaria	Pemberitaan Vaksin MR (Measles Rubella) pada Website Tribun Sumsel Tahun 2019	menggambarkan perkembangan masyarakat yang kontroversi terhadap vaksin MR ( <i>Measles Rubella</i> ) karena belum mendapat label halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) Provinsi Sumatera Selatan dan Palembang.	membahas isu halal atau haram nya vaksin <i>Measles Rubella</i> sehingga kebijakan dari Majelis Ulama Indonesia bahwa vaksin tersebut haram, sedangkan peneliti menggunakan sumber data dengan mengumpulkan informasi melalui media online yang persoalannya yaitu covid 19 tentang kartu vaksin sebagai syarat administrasi
3.	Aldila Saputri Kristiawati Dan Putri Aisyiyah Rachma Dewi	Analisis Framing Pada Media Online Okezone.Com Dan Tribunnews.Com Dalam Pemberitaan Wacana New Normal Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia .	Hasil penelitian menunjukkan ambiguitas dan inkonsistensi Okezone dalam membingkai isu wacana new normal ini terlihat dari dinamika pemberitaannya yang berubah-ubah dari pro ke kontra lalu kembali bernada Sedangkan Tribunnews konsisten mendukung penerapan new normal untuk memulihkan kondisi	Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada menggunakan konsep framing William A. Gamson dan Andre Modigliani dan isunya tentang new normal, sedangkan peneliti menggunakan konsep Robert N Entman dan isunya tentang kartu vaksin sebagai

		Diterbitkan Tahun 2021	ekonomi.	syarat administrasi.
--	--	---------------------------	----------	----------------------

## 1.2. Komunikasi Massa

Menurut Effendy (2006: 9) istilah komunikasi atau bahasa Inggris disebut *Communication* berasal dari kata lain *Communicatio* dan bersumber dari kata *Comunis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Maka dari itu, kalau ada orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, makna komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di bicarakan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain perkataan, mengenai bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dibicarakan.

Pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia sama makna atau satu paham melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.

Menurut Nurudin (2007:3), pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Komunikasi Massa adalah suatu proses di mana organisasi 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, 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. Media Massa**

Media berasal dari bahasa Latin *medium* yang berarti perantara, pengantar atau tengah. Dalam pengertian tunggal dipakai istilah *medium*, sedangkan dalam pengertian jamak dipakai istilah *media*. Kemudian istilah *media* digunakan dalam bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia, dengan makna sebagai alat komunikasi, perantara atau penghubung (Arifin, A. 2011: 89). Media yang dimaksud dalam hal ini adalah media massa. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Yang mana merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa.

Media massa atau mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi *media*. Masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa yang lebih tinggi daripada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi karena pilihan mereka yang terbatas. Masyarakat dengan tingkat ekonomi lebih tinggi memiliki lebih

banyak pilihan dan akses banyak media massa, termasuk bertanya langsung pada sumber atau ahli dibandingkan mengandalkan informasi yang mereka dapat dari media massa tertentu.

Menurut McLuhan media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Melalui media massa kita memperoleh tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Untuk khalayak informasi itu dapat membentuk, mempertahankan, dan mendefinisikan citra. (Nova, F. 2009:204)

Media massa sebagai sarana informasi adalah alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Berdasarkan bentuk media massa dapat dibedakan dari jenisnya, seperti media cetak, elektronik dan media baru, yaitu media *online*. Media cetak memiliki berbagai jenis, seperti koran, majalah, tabloid, dan *news latter*. Media elektronik terdiri dari radio dan televisi. Sedangkan media *online* merupakan media yang berbasis internet, baik itu website maupun radio dan televisi internet (*streaming*).

Menurut Biagi (2010:10), menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Tercatat perkembangan media massa di Indonesia tahun 2017 diperkirakan ada sekitar 2.000 media cetak. Namun dari jumlah perkiraan tersebut hanya 321 media yang dapat disebut sebagai media profesional. Sedangkan media *online* (media siber) diperkirakan mencapai 43.300, tapi yang tercatat sebagai media profesional yang lolos syarat pendataan pada 2014 berjumlah 211 saja. Angka ini menyusut menjadi hanya 168 media *online* pada 2015. Selain itu, hingga akhir 2014 tercatat ada 1.166 media radio dan 394 media televisi. Pada

2015 jumlah media radio mengalami penyusutan menjadi 674 sedangkan televisi bertambah menjadi 523. Dari data tersebut, nampak media cetak surat kabar, media *online*, dan media radio mengalami penyusutan, sedangkan data yang bertambah adalah pada media televisi (Waluyo D, 2018:7).

Media Massa memiliki beberapa jenis diantaranya adalah :

1. Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih, dengan menggunakan koran atau surat kabar, tabloid, majalah, brosur
2. Media Massa Elektronik (*electronic media*) Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.
3. Media Cyber (*online media, cybermedia*) Yakni media massa yang dapat ditemukan di internet. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan media online. Media Online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasiteknologi yang terdapat bersama komputer digital dan gadget.

Dari data diatas tentu akan menumbuhkan media massa sebagai sebuah industri yang secara hakikatnya sejak kelahiran media adalah sebagai industri. Dapat dikatakan juga kehadiran dan perkembangan media tidak pernah lepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perbedaannya hanya pada perkembangan fungsi dan teknologi yang digunakan. Media yang dulunya hanya menyebar luaskan informasi, tetapi sekarang diubahnya menjadi sebuah wahana usaha ekonomi atau bisnis. Industrialisasi media tidak lagi untuk memanfaatkan perkembangan teknologi tetapi kegiatan di bidang ekonomi.

#### **1.4. New Media (Media Baru)**

Media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya tanpa bertatap

muka langsung dengan bantuan internet, berbagai perangkat teknologi komunikasi dari berbagai ciri yang sama, dan dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Media *online* merupakan bagian dari media baru yang saat ini menjadi pilihan untuk penyebarluasan informasi. 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, M. 2011:11)

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas lalu orang akan menilai media *online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahnya dalam kelompok tersendiri. Alasannya media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga hubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.

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

mengemukakan bahwa:

“Istilah media digital (digital media) menggambarkan semua bentuk media komunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan video menggunakan teknologi komputer. Digital media membaca, menulis dan menyimpan data secara elektronik dalam bentuk numerik menggunakan kode nomor untuk data (teks, gambar, suara dan video). Karena semua media digital menggunakan kode nomor yang sama, media digital yang kompatibel (*compatible*) dapat berarti mereka dapat berfungsi dengan baik antara satu sama lain untuk pertukaran dan mengintegrasikan teks, gambar, suara dan video.” (Biagi, S. 2010:231)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media digital membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan sehingga memudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara dengan bebas dan terkendali.

### 1.5. Berita

Berita adalah informasi atau laporan yang menarik perhatian masyarakat konsumen, berdasarkan fakta berupa kejadian dan atau ide (pendapat), disusun sedemikian rupa dan disebarluaskan media massa dalam waktu secepatnya (Mondry, 2016:144).

Kusumaningrat, H. D. (2016:48) mengemukakan unsur layak sebuah berita diantaranya yaitu:

“Berita pertama-tama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat; Berita juga harus lengkap (*complete*), adil (*fair*) dan berimbang (*balanced*); Kemudian berita pun harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif; dan yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita, yaitu berita harus ringkas (*concise*), jelas (*clear*), dan hangat (*current*).” Berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar, maupun penonton dan suatu peristiwa bisa disebut berita apabila sudah disiarkan, dilaporkan atau diinformasikan.

Romli, A.S. (2014:11), mengemukakan bahwa jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain:

“***Straight news***: berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas;  
***Depth news***: berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan”

“***Investigation news***: berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber”

“***Interpretative news***: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian penulisnya/reporter”

“*Opinion news*:berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, tokoh, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya. “

## 2.6. Konstruksi Realitas Media

Konstruksi adalah sebuah realitas yang dilakukan oleh media yang digunakan oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi pembuatan berita politik antara lain, pasar dan kenyataan politik. Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi pembuatan tentang peliputan politik adalah idealisme dan ideologi yang dianut, baik oleh media secara keseluruhan maupun individu dan wartawannya. Masing-masing media dibentuk oleh konstruksi realitas, karena konstruksi realitas berita tergantung dari kebijakan redaksional yang sudah ditentukan oleh politik media itu sendiri. Menganalisis media yang sudah dibentuk oleh media, maka analisis *framing* merupakan jalan untuk memahami dan membuat sebuah realitas. Disatu pihak, betul media menjadi cerminan bagi keadaan sekelilingnya. Namun di lain pihak juga membentuk realitas sosial itu sendiri. Lewatsikapnya yang selektif dalam memilih hal-hal yang ingin di ungkapkannya dan juga lewat caranya menyajikan hal-hal tersebut, media memberi interpretasi, bukanmembentuk realitasnya sendiri.

(Sobur2002:90), mengatakan bahwa: “Sebuah realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik didalam maupun diluar realitas tersebut. Realitas itu memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lainsehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas social dan mengkonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektifitas individu lain dalam institusi sosialnya.”

Dalam hal berita, kurang lebih terdapat kesepahaman antara ilmuwan media bahwa gambaran “realitas” yang diberitakan adalah konstruksi selektif yang dibuat dari bagian-bagian informasi yang nyata dan pengamatan yang disatukan dan diberikan makna melau kerangka, sudut pandang atau

perspektif tertentu. Konstruksi sosial merujuk pada proses dimana peristiwa, orang, nilai, dan ide pertama-tama dibentuk atau ditafsirkan dengan cara tertentu dan prioritas terutama oleh media massa (McQuail, D. 2012:110-111).

Untuk menjelaskan proses pembentukan realitas sosial, maka dikembangkan asumsi dari perspektif sosiologi yang menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk melalui tindakan serta jenis-jenis interaksi sosial seperti interaksi sosial antar individu atau antar kelompok individu yang menciptakan sebuah realitas yang dimiliki, dan dialami bersama secara subjektif dan berkesinambungan.

## **2.7. Framing**

*Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas. Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Karenanya, seperti yang dikatakan Frank D. Durham, framing membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Menurut pandangan subjektif, realitas sosial adalah suatu kondisi yang cair dan mudah berubah melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Mulyana, D. 2006: 34).

Konsep *framing* telah digunakan secara luas dalam *literature* ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses seleksi dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah berita oleh media. Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif *multidisipliner* untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta.

Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan tautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Ada beberapa definisi *framing* dalam Eriyanto. Definisi tersebut dapat diringkas dan yang disampaikan oleh beberapa ahli. Meskipun berbeda dalam penekanannya dan pengertian. Masih ada titik singgung utama dari definisi tersebut, yaitu antara lain

**Tabel 2.2**  
**Definisi *Framing* Menurut Para Ahli**

Robert N Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi yang lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gramson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. <i>Frame</i> mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola

Amy Binder	yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
David E. Snow dan Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. <i>Frame</i> mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
Zhongdang Pan dan GERAL M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

**Sumber: (Eriyanto, 2002: 67,68)**

Pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan, *framing* merupakan sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas. Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media memaknai dan memahami suatu realitas, dan dengan cara apa realitas itu ditandakan, hal inilah yang menjadi pusat perhatian dari analisis *framing*.

## **2.8. Framing Robert N. Entman**

Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman. Dalam buku (Eriyanto, 2002:187) Entman adalah 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.

Elemen analisis *framing* model Entman, yang fokus pada 4 (empat) model analisis teks berita yang digunakan Entman(Eriyanto, 2002:189-191):

1. ***Define problems*** (pendefinisian masalah) adalah elemen pertama yang merupakan master frame bingkai yang paling utama pada bagian ini dijelaskan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan.
2. ***Diagnose causes*** (memperkirakan penyebab masalah) merupakan elemen *framing* untuk membingkai penyebab masalah dalam suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga siapa (*who*) yang dianggap sebagai sumber masalah. Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa atau siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Lebih luas lagi bagaian ini akan menyertakan siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah dan korban.
3. ***Make moral judgement*** (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang ketiga yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada definisikan masalah yang dibuat. Ketika masalah yang sudah didefinisikan, penyebab masalah yang sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut.
4. ***Treatment recommendation***(menekankan penyelesaian masalah), elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian ini tergantung pada bagian peristiwa itu dilihat dan siapa atau apa yang di pandang sebagai penyebab masalah.

*Framing* menurut Robert N. Entman melibatkan seleksi dan arti penting. Lebih jelasnya, Entman menyatakan bahwa *framing* didefinisikan sebagai sebuah proses melakukan seleksi dan menyoroti beberapa aspek dari sebuah situasi untuk mempromosikan sebuah penafsiran tertentu. Penafsiran pada umumnya datang dari sebuah narasi yang meliputi sebuah definisi yang saling terhubung mengenai masalah kebijakan, analisis penyebab, evaluasi moral terhadap yang terlibat, dan perbaikan. Dalam kasus ini, gambar-gambar visual seperti fotografi merupakan instrumen *framing* yang ideal.

Konsepsi Entman ini menggambarkan luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Peristiwa yang sama bisa dimaknai secara berbeda oleh media massa tergantung pada pemaknaan dan pemahaman yang dimiliki oleh wartawan dan kebijakan dari media massa. Analisis *framing* model Entman inilah yang akan peneliti gunakan untuk melihat konstruksi realitas ketiga media *online* dalam memberitakan konflik sosial dengan topik penelitian: Analisis *Framing* Pemberitaan Media *online* Detik.com Dan CNN Indonesia.com Tentang Kartu Vaksin Sebagai Syarat Administrasi.

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

**TABEL 2.3**  
**Analisis Framing Model Entman**

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnosa causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu di lihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa ( <i>actor</i> ) 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 di tawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang harus di tawarkan dan harus di tempuh untuk mengatasi masalah?

**Sumber : (Eriyanto, 2002: 223)**

## 2.9. Kerangka Pikir

Kartu vaksin sebagai syarat administrasi menimbulkan banyak polemik dari berbagai kalangan masyarakat. Banyak masyarakat memberikan respon terkait kartu vaksin sebagai syarat administrasi, pasalnya hal tersebut memberikan dampak yang begitu besar terhadap masyarakat di karenakan ingin mengurus berbagai administrasi masyarakat kini tidak bisa beraktivitas leluasa. Salah satu contohnya ialah, dalam aturan PPKM darurat masyarakat yang belum divaksin COVID-19 tidak diizinkan pergi ke luar kota. Jadi masyarakat yang hendak

berpergian harus menunjukkan kartu vaksin ke petugas. Pemerintah menjamin pengawasan PPKM darurat akan lebih ketat dari biasanya. Berita Kartu vaksin sebagai syarat administrasi pun tak lepas dari pandangan media massa.

Perkembangan media massa membuat orang bisa menikmati berita dari mana saja termasuk dengan adanya *mediaonline*. Dengan banyaknya media *online* yang muncul, banyak juga informasi yang disajikan dengan gaya khasnya masing-masing. Diantaranya media *online* Detik.com dan CNN Indonesia.com, di mana masing-masing media *online* tersebut menyajikan berita dengan cara yang berbeda, seperti halnya dalam berita kartu vaksin sebagai syarat administrasi.

Dalam beritakartu vaksin sebagai syarat administrasi ini masing-masing *mediaonline* membuat judul, *headline*, serta isi berita yang menarik sehingga perhatian pembaca tertuju pada berita saat situasi yang ada sedang berlangsung. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk menganalisis pemberitaan terkait kartu vaksin sebagai syarat administrasi dari kedua media *online* dengan cara memakaianalisis *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*). Sehingga akan terlihat bagaimana konstruksi realitas/*framing* yang dilakukan oleh media *online* Detik.com & CNN Indonesia.com tentang berita Kartu vaksin sebagai syarat administrasi.

**GAMBAR 2.1**  
**KERANGKA PIKIR**



