

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam tinjauan Pustaka berguna untuk membantu peneliti dalam menentukan langkah-langkah sistematis dari teori dan analisis *framing*. Penelitian terdahulu dijadikan referensi dalam menggunakan analisis *framing* pada penelitian ini sehingga peneliti dapat dengan cepat menggunakan *framing* pada objek yang akan diteliti. Peneliti mencoba memaparkan hasil penelitian terdahulu guna menjadi bahan perbandingan atas peneliti sebelumnya yang memiliki kaitan relevan dan referensi awal terhadap penelitian saat ini.

2.1.1 Analisis Framing Pemberitaan Sindiran Susi Pudjiastuti Kepada Puan Maharani di Tribunnews dan CNN Indonesia.

Akhir-akhir ini media dihebohkan dengan pemberitaan berupa sindiran Ibu Susi Pudjiastuti terhadap aksi yang dilakukan Ibu Puan Maharani selaku ketua DPRD RI yang menanam padi di tengah hujan. Adapun penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Berfokus pada dua media yaitu Tribunnews dan CNN Indonesia. Analisis framing yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembingkaihan yang dilakukan oleh media online Tribunnews maupun CNN Indonesia dalam memberikan pemberitaan terkait kasus sindiran yang dilontarkan Ibu Susi Pudjiastuti kepada Ibu Puan Maharani terkait aksinya yang menanam padi di tengah hujan. Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa secara keseluruhan, pembingkaihan berita yang disampaikan oleh Tribunnews dan CNN Indonesia sebenarnya hampir serupa.

Namun, ada juga perbedaan dari kedua media ini seperti pembedaannya dalam menyampaikan berita. Ini merupakan bukti bahwa masing-masing media mempunyai cara pandangnya sendiri dalam menyampaikan isi berita, walaupun awal dari isu ini beredar berasal dari sumber yang sama yakni melalui media sosial Twitter. (Maulina & Setiawan, 2022).

Persamaan penelitian ini terletak pada paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dalam metode yang digunakan adalah analisis framing

2.1.2 Konstruksi Pemberitaan Media Tentang Negara Islam Indonesia (Analisis Framing Republika dan Kompas).

Kasus NII memiliki jangkauan dan daya tarik dengan skala nasional bahkan internasional. Keterkaitan antara kepentingan negara dan upaya maker dari kelompok NII menjadi magnitude yang menggiring beragam opini, ide, gagasan dalam tampilan bungkus pemberitaan media. Bagi media kasus penculikan, cuci otak, dan upaya maker yang dilakukan NII tidaklah dipandang sebagai sebuah peristiwa objektif semata, melainkan bagaimana peristiwa tersebut dikonstruksi menjadi lebih bermakna untuk menunjukkan sikap, keberpihakan atau vested interest yang ada dibalik pemberitaan media. Media diasumsikan tidak hanya menghadirkan kembali realitas berita ke hadapan pembaca, tetapi juga menyertakan sejumlah penilaian terhadap fakta yang dikonstruksi dalam kemasan sikap tertentu. Adanya berbagai pertarungan kepentingan di dalam mengonstruksi berita akan menyebabkan perspektif media dalam memandang suatu persoalan berbeda satu sama lain. Untuk melihat preferensi sikap media tersebut digunakan analisis framing yang menyoroti masalah strategi yang digunakan media untuk

menonjolkan dan menekankan suatu fakta tertentu dalam suatu peristiwa yang diberitakannya.(Ar-Rizki, 2019)

Persamaan penelitian ini terletak pada paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dalam metode yang digunakan adalah analisis *framing* .

2.1.3 Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemberitaan mengenai Gugus Tugas penanganan Covid-19 di ketiga media online edisi 20-23 Maret 2020. Empat tahap Framing Entman mencakup: *Define Problem, Diagnose Cause, Make moral judgment and Treatment recommendation*. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Define Problem* dalam pemberitaan berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam menggandeng para influencer dinilai bukan pilihan yang tepat, *Diagnose cause* ditunjukkan dalam bentuk sikap acuh para generasi milenial dalam menanggapi pandemi Covid-19, *Make moral judgment* dalam bentuk penegasan bahwa para *influencer* tidak dibayar dalam program ini sebagai bentuk kontribusi mereka kepada negara, dan *treatment recommendation* yang ditawarkan adalah pemerintah membekali influencer pemahaman yang kuat terkait covid19 sebelum menjadi mediator penyampai pesan bagi milenial. Media online merupakan ruang publik yang dianggap penting sebagai rujukan dalam meningkatkan literasi informasi masyarakat, sehingga pemberitaannya diharapkan bisa objektif dan mendidik. (Respatiningrum et al., 2018)

Persamaan Penelitian ini terletak pada paradigma Konstruktivis dengan

pendekatan kualitatif dalam metode yang digunakan adalah analisis *framing* dan peneliti terdahulu menggunakan model *framing* Zhongdang pan & Gerald M Kosicki untuk melihat sasaran atau objek penelitian.

2.2 Komunikasi Massa

Definisi dasar komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa. Menurut Jay Back dan Frederick C. Whitney, mass communication lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik atau bisa disebut lebih merujuk pada proses dalam komunikasi dengan menggunakan media massa. (Pinontoan & Wahid, 2020)

2.2.1 Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Proses sederhana yang terjadi dalam komunikasi meliputi komunikator mengirimkan pesan kepada komunikan melalui saluran. Perbedaan komunikasi massa dengan komunikasi pada umumnya lebih berdasarkan pada jumlah pesan berlipat-lipat yang sampai pada penerima. Perbedaan lainnya dapat dilihat dari penyebutan pengirim pesan dan penerima pesan dalam komunikasi massa, pengirim pesan dalam komunikasi massa sering disebut sebagai sumber (*source*) sedangkan penerima pesan yang berjumlah banyak disebut *audience*, pendengar, pemirsa, penonton, atau pembaca. Adapun elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi massa sebagai berikut:

a) Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa meliputi jaringan, stasiun lokal, direktur dan staf teknis yang berkaitan dengan penyampaian pesan.

Komunikator dalam komunikasi massa merupakan gabungan dari

berbagai individu yang terdapat dalam satu lembaga media massa.

Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa bukan individu. Komunikator dalam komunikasi massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Daya saing (*Competitiveness*)
2. Ukuran dan kompleksitas (*Size and complexity*)
3. Industrialisasi (*Industrialization*)
4. Spesialisasi (*Specialization*)
5. Perwakilan (*Representation*)

b) Isi

Isi dari komunikasi massa bergantung pada kebijakan media dalam pengelolaannya. Isi dalam media massa dapat berupa berita dan informasi. Berita dan informasi merupakan hal pokok, setiap hari media massa akan memberikan berita dan informasi kepada audiens nya. Isi dalam media massa bersifat publik, artinya dapat dikirim dan diterima oleh semua orang. Menurut Ray Eldon Hiebert dalam Nurudin (2014: 101) isi media setidaknya bisa dibagi ke dalam lima kategori yakni sebagai berikut:

1. Berita dan Informasi
2. Analisis dan Interpretasi
3. Pendidikan dan Sosialisai
4. Hubungan masyarakat dan Persuasi
5. Iklan dan bentuk penjualan lain

6. Hiburan

c) *Audience*

Dalam komunikasi massa memiliki audience yang sangat beragam. Audience merupakan publik yang menerima pesan dari media massa. Audience dalam komunikasi massa bersifat heterogen dan anonim bahkan antara pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal. Menurut Hiebert dan kawan-kawan dalam Nurudin (2014: 105-106) audience dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya mempunyai lima karakteristik sebagai berikut:

1. *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial.
2. *Audience* cenderung besar yang berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun luas namun bersifat relatif.
3. *Audience* cenderung heterogen. Heterogen artinya berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, Tetapi heterogenitas nya juga tetap ada.
4. *Audience* cenderung anonym, Yakni tidak mengenal satu sama lain.
5. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator.

d) Umpan Balik

Dalam komunikasi massa, umpan balik biasanya terjadi secara tidak langsung. Artinya antara komunikator dengan komunikan dalam komunikasi massa tidak terjadi kontak langsung yang

memungkinkan mereka mengadakan reaksi langsung satu samalain. Istilah lainnya, umpan balik yang terjadi dalam komunikasi massa terjadi bersifat tertunda.

e) Gangguan

Dalam komunikasi massa terdapat dua jenis gangguan, sebagai berikut:

1) Gangguan Saluran

Dalam proses komunikasi massa, pasti akan mengalami gangguan saluran. Dalam media, gangguan saluran berupa sesuatu hal seperti kesalahan cetak, gambar tidak jelas, dan gangguan gelombang radio. Dengan berkembangnya zaman hingga berkembang juga teknologi yang digunakan dalam media komunikasi massa maka semakin besar juga resiko terdapatnya gangguan saluran komunikasi massa.

2) Gangguan Semantik

Dalam ilmu bahasa, semantik dapat di artikan mempelajari tentang tata kalimat. Dapat di definisikan gangguan semantik merupakan gangguan yang berhubungan dengan bahasa.

f) *Gatekeeper*

Yang menjadi pembeda dari komunikasi massa adalah dengan adanya gatekeeper. Dalam komunikasi massa, gatekeeper berperan dalam menentukan pesan massa mana yang akan disampaikan kepada komunikator dan mana yang tidak. Dengan kata lain, gatekeeper mengontrol aktivitas dalam komunikasi massa.

Contohnya: editor film, redaktur, dan lembaga sensor film

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki 7 ciri sebagai berikut (Karman, 2014) :

1. Komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga;
2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogeny;
3. Pesan dalam komunikasi massa bersifat umum
4. Komunikasi nya berlangsung satu arah;
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakkan;
6. komunikasi massa mengandalkan peraltan teknis;
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Ketika kita berbicara soal fungsi komunikasi massa, maka kita sepakatharus bicara soal fungsi media massa. Karena komunikasi massa berarti komunikasilewat media massa. Jadi berbicara tentang komunikasi massa sebenarnya berbicara tentang keberadaan media massa. Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (Nurudin, 2014: 64), fungsi media massa ada 4 yaitu:

- 1) Memberikan informasi (*To inform*);
- 2) Memberikan hiburan (*To entertain*);
- 3) Membujuk (*To persuade*)
- 4) Transmisi budaya (*Transmission of the culture*)

Sesuai dengan tingkat perkembangan masyarakat dan teknologi komunikasi, fungsi komunikasi massa diatas sudah tidak relevan lagi. Dalam konteks kekinian,

fungsi komunikasi massa bila ditambah dengan:

- 1) Melawan kekuasaan dan kekuatan represif
- 2) Menggugat hubungan trikotomi antara pemerintah, pers, dan masyarakat.

Berikut penjelasan mengenai fungsi dari komunikasi massa:

1. Fungsi Informasi

Salah satu fungsi paling penting dalam komunikasi massa adalah fungsi informasi. Komponen dalam fungsi informasi merupakan berita-berita yang disajikan. Selain berita, dalam beberapa hal iklan juga memiliki fungsi informasi disamping fungsifungsi lainnya.

2. Fungsi Hiburan

Dalam media elektronik, fungsi hiburan menduduki posisi paling tinggi jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi lainnya. Sedangkan media cetak menempatkan berita (informasi) terlebih dahulu, dan fungsi hiburan ditempatkan setelah fungsi informasi.

3. Fungsi Persuasi

Dalam komunikasi massa, fungsi persuasi tidak kalah penting dengan fungsi informasi dan fungsi hiburan. Banyak bentuk dalam komunikasi massa yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, namun jika lebih teliti ternyata terkandung fungsi persuasi. Media massa dapat menggerakkan seseorang untuk berbuat suatu hal dan tidak melakukan hal lain, misalnya dalam iklan.

4. Transmisi Budaya

Salah satu fungsi komunikasi yang paling luas adalah transmisi budaya,

meskipun paling sedikit dibicarakan. Tidak bisa dipungkiri bahwa transmisi budaya selalu hadir pada setiap penerimaan individu. Transmisibudaya memiliki dua tingkatan, kontemporer dan historis. Di dalam tingkatan kontemporer, media massa memperkuat konsensus nilai masyarakat, dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan secara terusmenerus. Sementara itu, secara historis, kita telah dapat melewati atau menambahkan pengalaman baru dari sarang untuk membimbing ke masadepan.

2.1 Media Massa

Media merupakan alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada khalayak. Media massa sendiri merupakan kependekan dari media komunikasi massa. Seperti yang telah dijelaskan dalam pendefinisian komunikasi massa sebelumnya, bahwa massa adalah masyarakat luas yang heterogen. Sehingga media massa disebut sebagai jembatan komunikasi antarmassa. Untuk memahami posisi media massa, perlu juga untuk mengetahui karakteristik media massa. Karakteristik merupakan wujud konkret dari fungsi dan peranan media massa. Adapun karakteristik media massa sebagai berikut (Studi et al., n.d.) :

1. Komunikasi melembaga;
2. Pesannya serempak;
3. Komunikasinya heterogeny
4. Umpan baliknya tertunda

Selain memiliki karakteristik, terdapat jenis-jenis media massa. (Rizal,

2021) terdapat tiga jenis media massa yaitu sebagai berikut:

1. Media massa cetak (*printed media*)
2. Media massa elektronik (*electronic media*)
3. Media baru (*Media Baru*)

2.2 Media Online

Secara sederhana, pengertian media online atau sering disebut cybermedia (media siber) merupakan media yang tersaji di situs website internet. Media online diartikan sebagai media ketiga setelah media cetak (*printed media*) dan media elektronik (*electronic media*). Produk jurnalistik online (*cyber journalism*) ini didefinisikan juga sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui jaringan internet. Secara umum, media online dikenal sebagai media baru (*new media*). (Com et al., 2021)

Media baru (*new media*) merujuk pada perkembangan teknologi digital namun tidak serta merta menjadi media digital. Video, teks, gambar, hingga grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dari *new media*, selain ciri interaktif dan interekstual. (Yusniar & Retnasary, 2020)

Dalam M. Romli (2018: 37-38), karakteristik media online sebagai berikut:

1. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita atau informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, gambar, audio, video, grafis, hingga audio visual
2. Aktualitas: kecepatan dalam memuat berita atau informasi disebabkan karena media yang semakin canggih maka informasi atau berita tersebut menjadi

lebih mudah dan cepat disajikan

3. Cepat: kecepatan publikasi menyebabkan informasi lebih cepat di akses oleh semua orang
4. Terkini: pembaruan (*updating*) informasi dilakukan dengan cepat baik darisisi konten maupun redaksional
5. Kapasitas luas: halaman web bisa menampung atau memuat teks yang sangat banyak dibanding media cetak
6. Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja bahkan setiap saat
7. Luas: informasi yang disebarakan dapat menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet
8. Interaktif
9. Terdokumentasi: informasi atau berita dapat tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui link atau pencarian (*search*)
10. *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi yang tersaji

2.3 Pengertian Berita

Berita merupakan laporan tentang berbagai fakta setelah dimuat di media massa. Laporan yang termuat dalam berita bersifat faktual (benar terjadi) dan aktual (terkini) serta menarik dan penting bagi khalayak (Putra & Nasionalita, 2018). Kapanpun dan dimanapun berita selalu dibutuhkan. Sari berita sama halnya dengan pokok-pokok penting dalam berita, yakni seputar pertanyaan 5W + 1H atau yang sering disebut sebagai unsur- unsur sebuah berita. Adapun 5W +

1H sebagai berikut:

1. *What* (Apa yang terjadi)
2. *Who* (Siapa yang menjadi bahan berita)
3. *Where* (Dimana peristiwa itu terjadi)
4. *When* (Kapan peristiwa itu terjadi)
5. *Why* (Kenapa peristiwa itu terjadi)
6. *How* (Bagaimana jalannya peristiwa itu)

2.3.1 Berita Online

Berita merupakan hal yang tak lepas dari kehidupan manusia, perkembangan berita sangatlah pesat apalagi setelah berkembang dan munculnya media online sehingga menimbulkan yang namanya berita online. Penulisan berita online sebenarnya sama saja dengan penulisan berita di dalam media cetak, perbedaannya hanya terletak pada efisiensi dan aktualisasi nya saja. Berita online sangat cepat, mudah di akses, dan integritasi dengan unsur multimedia (Sunaryanto et al., 2022)

2.4 Analisis Framing

Analisis *framing* merupakan salah satu metode analisis media. Secara sederhana, arti *framing* adalah membingkai. (Hikmatunisa & Setiawan, 2022) mengatakan analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Perspektif pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut.

Analisis *framing*, ketika sesuatu diletakkan dalam bingkai, maka ada bagian yang terbuang ada bagian yang terlihat. Analisis framing digunakan untuk mengkaji pembingkai realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lain-lain) yang dilakukan oleh media. Pembingkai yang dimaksud merupakan proses konstruksi, yang artinya realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu.

2.5 Model Framing Pan dan Kosicki

Bagi Pan dan Kosicki, analisis framing dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologi; framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, konsepsi sosiologis; kalau pandangan psikologis lebih melihat pada proses internal seseorang maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atau realitas. (Ar-Rizki, 2019)

Di sini tampak ada dua konsepsi yang agak berlainan mengenai framing. Di satu sisi framing dimaknai sebagai struktur internal dalam alam pikiran seseorang, di sisi lain *framing* dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana sosial atau politik. Pan dan Kosicki membuat suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama konsepsi psikologis yang melihat frame semata sebagai persoalan internal pikiran dengan konsepsi sosiologis yang lebih tertarik melihat frame dari sisi bagaimana lingkungan sosial di konstruksi seseorang. Bagi Pan dan Kosicki, framing pada dasarnya melibatkan kedua konsepsi tersebut.

Pan dan Kosicki melalui tulisan mereka *Framing Analysis: An Approach to News Discourse* mengoperasionalkan empat dimensi structural teks berita sebagai perangkat framing yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Kecenderungan atau kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dengan keempat struktur tersebut. (Sunaryanto et al., 2022)

Pertama, struktur sintaksis berhubungan dengan cara wartawan menyusun peristiwa seperti pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa. Kedua, struktur skrip berhubungan dengan cara wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa kedalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat sehingga 20 membentuk teks secara keseluruhan. Keempat, struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan makna tertentu kedalam berita.

Dengan struktur tersebut maka dapat diamati bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk umum berita, cara wartawan mengisahkan peristiwa, kalimat yang dipakai dan pilihan kata atau idiom yang dipilih. Struktur framing Pan dan Kosicki dapat digambarkan dalam skema berikut

Tabel 2.1

Perangkat Framing Pan & Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar foto, grafik.

2.6 Kerangka Pikir

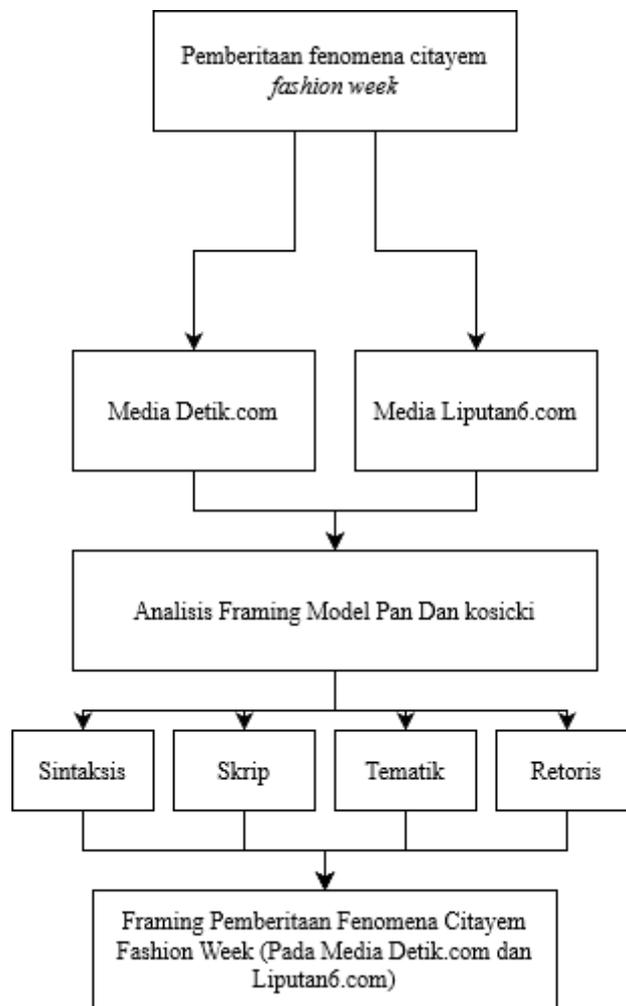
Hadirnya internet sebagai media baru mempengaruhi perkembangan teknologi pemberitaan seperti situs berita *online*. Berita *online* memiliki keunikan tersendiri dalam menyajikan berita, namun situs berita *online* memiliki karakteristik yang sama dengan media massa lainnya yakni menyajikan berita dan informasi yang sebenarnya.

Salah satu pemberitaan fenomena citayem *fashion week* Jakarta Pusat sangat gencar disorot oleh media pemberitaan terutama media pemberitaan *online*. Berdasarkan observasi awal, peneliti melihat bahwa media mengonstruksi pemberitaan citayem *fashion week* SCBD Jakarta Pusat sebagai tren yang menarik untuk diikuti.

Melalui postingan di media sosial Instagram masyarakat banyak mengupload tentang penampilan mereka, nongkrong, berkumpul, dan *catwalk* layaknya model terkenal, dari postingan tersebut banyak orang yang penasaran dan

datang ke SCBD. Tidak hanya masyarakat umum, Tokoh terkenal bahkan *public figure* pun turut ikut memeriahkan catwalk di *zebracross* tersebut.

Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti pemberitaan yang sedang menjadi *trending* atau *headline* di berbagai media *online* lantaran remaja citayem *fashion week* ini dikenal sebagai tempatn yang menarik untuk semua kalangan. Disini peneliti tertarik untuk melihat bagaimana penyajian berita yang dilakukan oleh Detik.com dan Liputan6.com dengan menggunakan analisis *framing* model Pan dan Kosicki. Model framing Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Dengan menggunakan model *framing* Pan dan Kosicki dapat dijelaskan melalui empat perangkat *framing* yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran