

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh

2.1.1 *PEMBINGKAIAN KENAIKAN HARGA BBM TAHUN 2014 PADA MASA PEMERINTAHAN PRESIDEN JOKOWI DODO.*

Penelitian ini dilakukan oleh Farkhana dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang pada tahun 2015. Penelitian ini menganalisis bagaimana pembingkaiian penyajian berita Kenaikan Harga BBM Tahun 2014 Pada Masa Pemerintahan Presiden Jokowi Dodo. Di Media Koran Kompas, Koran Tempo, Koran Sindo dan Media Indonesia. Dengan menggunakan model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosick. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa masing-masing media mempunyai maksud tersendiri dan terdapat juga media yang berpihak kepada kepentingan masyarakat dan pemerintah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah model framing yang digunakan. Model framing yang digunakan penulis adalah model framing Robert Entman sedangkan yang digunakan penelitian terdahulu adalah model framing framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosick.

2.1.2 ANALISIS FRAMING PENOLAKAN PEMBERITAAN VAKSINASI COVID-19 MEDIA ONLINE TIRTO.ID DAN KOMPAS.COM.

Penelitian terdahulu di atas dilakukan oleh Cicilia Sofiatun Huda Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Baturaja 2021. Bertujuan untuk menganalisis frame berita Penolakan Vaksinasi Covid-19 Media Online Tirto.id dan Kompas.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, setiap media memiliki sudut pandang dan cara yang berbeda dalam melihat dan memaknai suatu peristiwa. Semua itu disesuaikan dengan ideologi, tujuan dan kepentingan media. Hal tersebut jelas berimbas pada bagaimana media tersebut mengkonstruksi realitas dari suatu peristiwa menjadi berita.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah media online sebagai objek penelitian, penggunaan metode analisis framing Robert Entman dan penggunaan paradigma konstruktivis. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran dan tema yang digunakan.

2.1.3 ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN MEDIA ONLINE GOAL.COM & BOLA.NET TERHADAP PENUNDAAN SHOPEE LIGA 1 2020”

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Muhammad Alfarizi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja 2021. Penelitian yang menganalisis bagaimana Frame Pemberitaan Media Online Goal.com & Bola.net Terhadap Penundaan Shopee Liga 1 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, setiap media memiliki sudut pandang dan cara yang berbeda dalam melihat dan memaknai suatu peristiwa semua itu disesuaikan dengan pandangan dan tujuan media

tersebut jelas berimbas pada bagaimana media tersebut membingkai berita. Hasil analisis Framing Bola.net terhadap pemberitaan penundaan Shopee Liga 1 2020 menghasilkan konstruksi bahwa, melihat dan memaknai pemberitaan penundaan Shopee Liga 1 dengan tenang dan selalu mempublikasikan berita dengan di sertai makna dan harapan agar liga bisa berjalan dengan normal kembali.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah media online sebagai objek penelitian, penggunaan metode analisis framing Robert Entman dan penggunaan paradigma konstruktivis. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sasaran dan tema yang digunakan.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa secara tidak langsung dan satu arah pada sejumlah besar orang. Informasi dapat tersebar dalam waktu yang bersamaan dengan adanya teknologi massa.

Komunikasi massa merupakan bagian dari ilmu komunikasi yang berkaitan dengan publik atau khalayak ramai untuk menyebarkan sebuah pesan melalui media massa. Salah satu bentuk komunikasi massa adalah film dimana industri perfilman di Indonesia saat ini sangat berkembang pesat, film mampu mengemas sebuah cerita secara realistis. Dunia perfilman saat ini telah mampu merebut perhatian masyarakat. Lebih-lebih setelah berkembangnya teknologi komunikasi massa yang dapat memberikan konstitusi bagi perkembangan dunia perfilman. Meskipun masih banyak bentuk-bentuk media massa lainnya (Caroline et al, 2020)

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 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.

Menurut Cangara dalam jurnal yang berjudul Dominasi Perempuan Dalam Iklan Televisi : Stereotip Gender Dalam Iklan Televisi Pada SCTV Seperti media massa, media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat -alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010:123).

Media Massa memiliki beberapa jenis menurut Effendy (2009:187) dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, diantaranya adalah

Media Massa Cetak (*printed media*),Media Massa Elektronik (*electronic media*) dan Media Online (*online media, cybermedia*).

2.3 Berita

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

Tidak ada rumusan tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, "*News is difficult to define, because it involves many variabel factors,*" kata Earl English dan *Clarence Hach*. Berita sulit didefinisikan, sebab ia mencakup banyak faktor variabel. "Berita lebih mudah dikenali daripada diberi batasannya," menurut Irving Resenthall dan Marton Yarmen. (Romli, 2014 : 3)

Namun demikian, banyak pakar komunikasi yang mencoba merumuskan definisi- definisi berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur-unsur yang dikandung oleh sebuah berita. *Nothclife* misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur "keanehan" atau "ketidaklaziman" sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*). Ia mengatakan, "jika seekor anjing menggigit orang itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing itulah

berita” (*If a dog bites a man, it is not news. But if man bites a dog is news*).
(Romli, 2014 : 4).

Kita boleh sepakat serta tidak sepakat terhadap pandangan *Nothclife* tersebut. Karena jika yang digigit anjing itu adalah orang terkenal misalnya artis populer atau seorang kepala negara, maka berita tersebut merupakan berita yang menarik. Kesimpulannya adalah “kita menerima penekanan bahwa berita yang baik dan yang layak dicari antara lain adalah yang mengandung unsur “keanehan”

Romli (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.

1.4 Fungsi Pers

Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki,

menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia

Menurut UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, disebutkan dalam pasal 3 mempunyai fungsi sebagai berikut: (Nugraha J, 2020)

- a. Sebagai media informasi: pers memberi dan menyediakan informasi tentang peristiwa yang terjadi kepada masyarakat dan masyarakat membeli surat kabar karena memerlukan informasi
- b. Fungsi Pendidikan: pers sebagai sarana pendidikan massa, pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya
- c. Fungsi menghibur: pers juga memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel yang berbobot. Berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok dan karikatur
- d. Fungsi kontrol sosial: terkandung makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur berikut:
 - *Social participation* yaitu keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan
 - *Social responsibility* yaitu pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat
 - *Social support* yaitu dukungan rakyat terhadap pemerintah

- *Social control* yaitu kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah
- e. Sebagai lembaga ekonomi: pers adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang pers dapat memanfaatkan keadaan disekitarnya sebagai nilai jual sehingga pers sebagai lembaga sosial dapat memperoleh keuntungan maksimal dari hasil produksinya untuk kelangsungan hidup pers itu sendiri.

2.5 Frame Pemberitaan Media

Pada kenyataannya, media masa tidak selalu menyajikan beritanya melalui pendekatan positivistik. Media massa terkadang menyajikan berita melalui pendekatan konstruktivisme (Kun Wazis, 2012: v). Itu berarti, apa yang diberitakan media massa bukanlah realitas yang apa adanya, melainkan hasil dari pada konstruksi realitas yang dilakukan oleh media itu sendiri.

Max Weber dalam Bungin (2008) melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki makna subjektif, karena itu perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Perilaku sosial baru dapat dikatakan “sosial” jika subjek dari perilaku sosial itu mengarahkan individu lain kepada subjektivitasnya Realitas yang terkonstruksi juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut; (a) Tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) Tahap sebenarnya

konstruksi; (c) Tahap pembentukkan konstruksi dan; (d) tahap konfirmasi (Widyasary, 2017)

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. 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 kesinambungan (McQuil, 2012).

Ada tiga hal penting dalam menyiapkan materi konstruksi sosial: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semua kepada masyarakat dan, keberpihakan kepada kepentingan umum (Widyasary, 2017)

Keberpihakkan media massa kepada kapitalisme. Hampir semua media massa saat ini digunakan untuk mempengaruhi kekuasaan dan bisnis. Setiap media berusaha untuk menarik minat masyarakat, sehingga laku di pasaran. Media tidak ada bedanya dengan perusahaan-perusahaan lainnya, yang sangat mementingkan keuntungan/

Keberpihakkan semua kepada masyarakat. Bentuk keberpihakan biasanya ditampilkan dalam sikap empati, simpati dan sebagainya. Namun sayangnya, sikap empati dan simpati ini sering kali digunakan hanya untuk “menjual berita” semata.

Kerberpihakan kepada kepentingan umum. Umumnya semua media massa, menempatkan ‘keberpihakkan kepada kepentingan umum’ sebagai visi dari media massa tersebut.

Untuk menjelaskan proses pembentukan realitas sosial, makadikembangkan 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 (Alfarizi, 2021).

2.6 Analisis Framing

2.6.1 Konsep dan Model Framing

Analisis Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Bagaimana media memahami dan memaknai realitas dan dengan cara apa realitas itu ditandakan, hal inilah yang menjadi pusat perhatian dari analisis framing.

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Di dalam proses penyeleksian realitas yang akan diberitakan oleh media, terdapat cara pandang atau perspektif yang mempengaruhinya. Perspektif tersebut kemudian yang mempengaruhi sebuah media dalam menentukan fakta yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan dan akan dibawa ke mana berita tersebut. Framing adalah pendekatan yang digunakan untuk mengetahui cara pandang atau perspektif dari media tersebut (Gianty, 2017b)

Jadi, analisis framing adalah menggambarkan bagaimana media mengkonstruksi sebuah peristiwa dan perspektif media tersebut. Dimana hasilnya dapat dilihat dari teks berita pada media dan akan dibawa kemana berita tersebut.

Terdapat beberapa definisi mengenai framing yang disampaikan oleh beberapa ahli, yang diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 2.1

Definisi Framing dari Beberapa Ahli

(Sumber: Eriyanto, 2002, 77-79)

| | |
|-------------------|---|
| Robert Entman | Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain. |
| William A. Gamson | 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 |

| | |
|---------------------------------|--|
| | <p>makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.</p> |
| Todd Gitlin | <p>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 khalayakpembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.</p> |
| David E.Snow dan Robert Sanford | <p>Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.</p> |
| Amy Binder | <p>Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke</p> |

| | |
|------------------------------------|--|
| | dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa. |
| Zhongdang pan dan Gerald M.Kosicki | Strategi konstruksi dan memproses berita.Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. |

2.6.2 Framing Robert Entman

Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Dalam (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.

Menurut Entman, framing dalam berita dilakukan dengan empat cara yaitu:

Tabel 2.2

Model analisa Robert Entman

(Sumber: Eriyanto, 2002, 223-224)

| | |
|---|--|
| <i>Define Problem</i> (Pendefenisian masalah) | Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Atau sebagai masalah apa? |
| <i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah) | Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab 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? |

Entman melihat framing dalam dua aspek utama yaitu pemilihan topik dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua elemen ini dapat lebih

memperjelas framing berita melalui proses memilih topik yang layak ditampilkan dan menonjolkan isi berita. Perspektif wartawanlah yang memilih, menonjolkan, dan menentukan fakta yang akan dibuang. Di balik itu, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi dari wartawan dalam proses produksi sebuah berita. (Sobur, 2002)

2.6.3 Aspek Framing

Ada dua jenis aspek dalam framing, yakni memilih fakta/realitas dan menulis fakta (Eriyanto, 2005, 69-70).

Pertama ialah proses pemilihan fakta adalah berdasarkan asumsi dari wartawan akan memilih bagian mana dari realitas yang akan diberitakan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan memilih angle dan fakta tertentu untuk menentuka aspek tertentu akan menghasilkan berita yang berbeda dengan media yang menekankan aspek yang lain.

Kedua Menuliskan fakta Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Cara penyajian itu meliputi pemilihan kata, kalimat, preposisi, gambar dan foto pendukung yang akan ditampilkan. Tahap menuliskan fakta itu berhubungan dengan penonjolan realitas. Aspek tertentu yang ingin ditonjolkan akan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Penggunaan kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dari pada aspek lainnya.

2.7 Kerangka Pemikiran

Naiknya harga BBM menimbulkan banyak dampak ekonomi dari berbagai kalangan. Berbagai pihak memberikan berbagai respon terkait naiknya harga BBM, pasalnya hal tersebut memberikan dampak yang begitu besar terhadap ekonomi masyarakat Indonesia. Seperti yang kita ketahui pada awal September 2022 lalu Pemerintah resmi menaikkan harga BBM. Dan berita kenaikan ini tidak luput dari pandangan media massa.

Akibat dari peristiwa kenaikan BBM ini banyak menimbulkan dampak bagi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Terutama pada sektor-sektor yang banyak menggunakan BBM pasti akan mengalami kontraksi yang tinggi terutama sector angkutan, baik itu angkutan darat, angkutan laut, angkutan kereta api, jasa kurir dan pengiriman lainnya. Tentunya hal ini akan berpengaruh pada nilai jual barang dan upah jasa yang semakin meningkat.

Hal ini juga menjadi salah satu sorotan media massa mengingat isu ini sangat hangat diperbincangkan. Pengaruh dampak ekonomi masyarakat menjadi salah satu sorotan media dalam peristiwa kenaikan BBM ini. Mengingat hampir semua awak media merilis pemberitaan-pemberitaan kenaikan BBM.

Perkembangan media massa membuat orang bisa menikmati berita dari mana saja termasuk dengan adanya media online. Dengan banyaknya media online yang muncul, banyak juga informasi yang disajikan dengan gaya khasnya masing-masing. Diantaranya media online Detik.com dan Kompas.com, di mana masing-masing media online tersebut menyajikan berita dengan cara yang

berbeda, seperti halnya dalam berita dampak ekonomi masyarakat pasca kenaikan harga BBM.

Bagan I Kerangka Pemikiran

Sumber: (Penulis, 2022)

