

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Di dalam bab ini diuraikan berbagai hal berkaitan dengan kajian pustaka beserta kerangka pemikiran. Uraian ini ditujukan untuk memperkuat data dengan teori yang ditampilkan melalui penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti berkaitan dengan teori analisis *framing*. Hal tersebut tentunya akan memberikan gambaran kepada peneliti yang akan melakukan kegiatan analisis data pada bab IV. Selain itu kerangka pemikiran yang disajikan pun memberikan gambaran mengenai materi yang dijadikan pijakan oleh peneliti dalam menganalisis.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

1. Analisis *Framing* pemberitaan tindak pidana korupsi yang dilakukan oleh Dewie Yasin Limpo di Harian Tribun Timur Makassar oleh Andi Sitti Maryandani menggunakan teori Analisis Framing oleh Robert Entman dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar Tahun 2016.

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Sitti Maryandani bertujuan untuk mengetahui bagaimana Harian Tribun Makassar menyusun pemberitaan kasus korupsi Dewie Yasin Limpo dan serta meneliti bagaimana Harian Tribun Timur membingkai dan merekonstruksi Berita Kasus Korupsi Dewie Yasin Limpo.

Penelitian ini menarik kesimpulan dimana Tribun Timur Makassar lebih condong mengangkat sudut pandang berupa proses hukum Kasus Dewie Yasin Limpo. Dalam media ini, penulis berita tersebut cenderung lebih menampilkan kronologi penangkapan, beberapa fakta, serta proses pemeriksaan dan proses hukum dengan menunjukkan beberapa pihak-pihak yang terlibat dalam kasus korupsi Dewie Yasin Limpo.

Dalam penelitian ini, Harian Tribun Makassar menempatkan sumber berita serta penggunaan gambar yang dirasa pas untuk menggambarkan isi berita tersebut (*Define Problems*). Media ini juga secara objektif menampilkan fakta yang menginformasikan terkait pihak yang terlibat dalam tindak kasus korupsi ini (*Diagnose Causes*). Sementara itu, media Harian Tribun Makassar menunjukkan bukti kuat dugaan tindak pidana korupsi Dewie Yasin Limpo (*Make Moral Judgement*). Untuk penyelesaian sendiri, media ini lebih menonjolkan keseimbangan informasi serta sikap dari KPK dan Partai Hanura (*Treatment Recommendation*).

2. Analisis *Framing* pemberitaan generasi milenial dan pemerintah terkait Covid-19 di Media online oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi dan Nalal Muna menggunakan teori Analisis *Framing* Robert Entman dari Universitas Mulawarman Samarinda, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, dan Politeknik APP Jakarta.

Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengkontruksi sebuah pemberitaan terkait Satgas Penanganan Covid-19 di tiga media *online* di

Indonesia periode 20-23 Maret 2020. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan teori Analisis *Framing* model Robert N Entman yang menganalisis pendefinisian masalah dalam pembingkaihan dari beberapa berita. Penelitian ini menampilkan hasil dimana penggunaan *influencer* dalam pemberitaan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dinilai tidak tepat. Sumber masalah dari penelitian ini adalah ditunjukkan melalui sikap khalayak yang didominasi oleh generasi milenial yang acuh menanggapi Covid-19. Kemudian, nilai moral dari pemberitaan ini menunjukkan bahwa para *influencer* yang disebutkan dalam penelitian ini tidak dibayar. Sementara untuk penyelesaian masalah yang ditawarkan adalah dengan membekali para *influencer* untuk menambah pengetahuan ketika akan menjadi sebagai mediator terkait Covid-19 di khalayak umum.

3. Analisis *Framing* Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media *Online* Republika.co.id dan Tempo.co oleh Murti Ali Lingga dan Hamdani M. Syam dari Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala. Penelitian ini menggunakan teori analisis *framing* oleh Robert N. Entman.

Dalam penelitian ini menunjukkan bagaimana pembingkaihan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) pada media *online* republika.co.id dan tempo.co dengan meneliti 6 berita yang dipilih dari masing-masing media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Analisis *Framing* model Robert N Entman untuk mengkontruksi pemberitaan terkait LGBT ini.

Hasil analisis penelitian ini mengungkapkan bahwa kedua media *online* ini memiliki sudut pandang yang berbeda. Dimana republika.co.id menunjukkan bahwa seluruh aktivitas dari kaum LGBT yang dilakukan di Indonesia tidak diperbolehkan atau harus dihentikan. Berbeda dengan tempo.co, dimana pada media ini disebutkan bahwa keberadaan dari kaum LGBT di Indonesia tidak dipermasalahkan karena hal itu dapat bertentangan dengan Hak Asasi Manusia (HAM).

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Analisis framing berita kasus korupsi Dewie Yasin Limpo di Harian Tribun Timur Makassar oleh Andi Sitti Maryandani menggunakan teori Analisis Framing oleh Robert Entman dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar Tahun 2016.

No.	Item	Peneliti I
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Andi Sitti Maryandani (2016) tentang: Analisis framing berita kasus korupsi Dewie Yasin Limpo di Harian Tribun Timur Makassar
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana Harian Tribun Makassar membingkai kasus korupsi Dewie Yasin Limpo dan juga menganalisis bagaimana Harian Tribun Timur mengkonstruksi berita kasus korupsi Dewie Yasin Limpo.
3.	Pendekatan Penelitian	Analisis <i>Framing</i>
4.	Teori	Analisis <i>Framing</i> oleh Robert N. Entman
5.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana Harian Tribun Timur Makassar lebih condong menaikkan peristiwa tindak pidana korupsi Dewie Yasin Limpo sebagai proses hukum dengan menampilkan beberapa fakta terkait OTT, kronologinya, proses perkembangan kasus dan informasi mengenai pihak yang terlibat.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaannya adalah dari objek media yang akan di teliti. Pada penelitian terdahulu menggunakan media cetak yaitu “Harian Tribun Makassar” sedangkan media yang akan peneliti teliti adalah “Pikiran Rakyat dan CNBC Indonesia”. Persamaannya adalah dari segi teori yang akan digunakan yaitu analisis <i>framing</i> oleh Robert N. Entman.
7	Kritik	Latar belakang tidak induktif

Tabel 2.2

Matriks Analisis *Framing* pemberitaan generasi milenial dan pemerintah terkait Covid-19 di Media online oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi dan Nalal Muna menggunakan teori Analisis Framing Robert Entman dari Universitas Mulawarman Samarinda, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, dan Politeknik APP Jakarta.

No.	Item	Peneliti II
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Murti Ali Lingga dan Hamdani M. Syam (2020) tentang: Analisis framing pemberitaan generasi milenial dan pemerintah terkait Covid-19 di Media online
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi dari pemberitaan mengenai Satgas Penanganan Covid-19 di tiga media <i>online</i> edisi 20-23 Maret 2020.
3.	Pendekatan Penelitian	Analisis <i>Framing</i>
4.	Teori	Analisis <i>Framing</i> oleh Robert N. Entman
5.	Hasil Penelitian	Penelitian ini menampilkan hasil dimana penggunaan <i>influencer</i> dalam pemberitaan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dinilai tidak tepat. Sumber masalah berupa sikap khalayak umum dan nilai moral dibuktikan dengan para <i>influencer</i> yang tidak dibayar serta penyelesaian masalah dengan memberikan pemahaman kuat kepada <i>influencer</i> yang akan bekerja sebagai mediator informasi Covid-19 kepada masyarakat atau khalayak.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaannya adalah dari objek media yang akan di teliti. Pada penelitian terdahulu menggunakan media <i>online</i> yaitu “Kompas.com dan Liputan6.com” sedangkan media yang akan peneliti teliti adalah “Pikiran Rakyat dan CNBC Indonesia”. Persamaannya adalah dari segi teori yang akan digunakan yaitu analisis framing oleh Robert N. Entman.
7	Kritik	Penjelasan tentang kerangka teoritis tidak cukup banyak

Tabel 2.3

Analisis *Framing* Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media *Online* Republika.co.id dan Tempo.co oleh Murti Ali Lingga dan Hamdani M. Syam dari Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

No.	Item	Peneliti III
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi dan Nalal Muna (2018) tentang: Analisis Framing Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media Online Republika.co.id dan Tempo.co
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) di Media <i>Online</i> Republika.co.id dan Tempo.co dengan memilih enam berita masing-masing media.
3.	Pendekatan Penelitian	Analisis <i>Framing</i>
4.	Teori	Analisis <i>Framing</i> oleh Robert N. Entman
5.	Hasil Penelitian	Kedua media <i>online</i> ini memiliki <i>frame</i> yang berbeda. Republika.co.id mengungkapkan bawah segala aktivitas kaum LGBT di Indonesia harus dilarang dan segera dihentikan. Sementara Tempo.co menilai keberadaan kaum LGBT di Indonesia tidak perlu dipersoalkan.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaannya adalah dalam penelitian ini mengambil enam berita dalam masing-masing media sedangkan peneliti akan mengambil satu berita dalam satu media. Persamaannya adalah dari segi teori yang akan digunakan yaitu analisis <i>framing</i> oleh Robert N. Entman.
7	Kritik	Pembahasan penelitian tidak dijelaskan dengan urutan model analisis <i>framing</i> Robert N. Entman

2.1.2 Kerangka Pemikiran

2.1.2.1 Kerangka Teoritis

2.1.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi bisa disebut sebuah kegiatan menyampaikan informasi dari seorang komunikator yang dilangsungkan kepada komunikan. Dimana biasanya, pesan yang disampaikan dikirimkan melalui sebuah perantara ataupun media.

Selain sebagai penyampai pesan, komunikasi yang disampaikan dapat memiliki arti atau makna yang disampaikan oleh komunikator kepada pihak lain atau komunikan untuk mendapatkan sebuah pengertian satu sama lain. Terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi disebutkan sebagai proses pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak. Berlo mengemukakan komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber (Oktavia, 2016).

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah suatu usaha sistematis yang dirumuskan secara tegas untuk menyampaikan prinsip-prinsip informasi melalui pembentukan opini dan sikap. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian ataupun proses pengiriman informasi, akan tetapi juga mencakup opini publik serta sikap yang sangat vital bagi kehidupan sosial serta politik (Effendy, 2017, p. 9).

Sementara, menurut pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

Source (Sumber) menunjukkan bahwa seluruh peristiwa komunikasi akan mengaitkan sumber sebagai penghasil atau pengirim suatu pesan. Dalam komunikasi antar orang, sumbernya bisa berupa orang, tetapi bisa juga berupa kelompok, organisasi, atau lembaga. Sumber biasanya juga disebut *sender*, *disseminator*, *atau source*, *sender*, *atau encoder* dalam bahasa Inggris.

Pesan (*Message*) adalah suatu pesan ataupun informasi yang disampaikan oleh komunikator terhadap penerima. Dimana pesan tersebut dapat disampaikan melalui media ataupun secara langsung. Isi dari informasi tersebut dapat berupa sebuah informasi pendidikan, pengetahuan, entertainment, pendapat ataupun sebuah nasihat. Pesan juga dapat disebut dengan kata *message*, *content* *atau information* dalam bahasa Inggris.

Media (*Channel*) bisa disebut sebagai wadah yang digunakan sebagai media penyampai pesan dari komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Ada beberapa jenis media yang digunakan dalam komunikasi, salah satunya pancaindera yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara langsung atau tatap muka. Sementara untuk komunikasi massa, media dapat berupa sebuah alat yang digunakan untuk menampilkan sebuah pesan yang dapat dilihat oleh banyak orang. Media yang terdapat di dalam komunikasi massa dibedakan menjadi dua jenis yaitu media konvensional atau cetak dan juga media elektronik. Media cetak dapat

berupa koran atau surat kabar, buku, brosur, pamphlet, brosur, stiker dan lain sebagainya. Sementara untuk media elektronik antara lain dapat berupa televisi, film, televisi, *audio cassette*, *video recording*, komputer, *electronic board*, dan sebagainya.

Penerima (*Receiver*) Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima merupakan orang atau pihak yang menerima sebuah pesan yang sudah dikirimkan oleh seorang komunikator. Penerima disini bisa satu orang ataupun lebih dari satu orang yang biasa disebut dengan istilah khalayak umum, komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebutkan dengan *audience* atau *receiver*. Adanya penerima sangat penting dikarenakan informasi tidak akan tersampaikan jika tidak ada penerima informasi yang dituju. Jika informasi tersebut tidak sampai ke penerima, maka akan mengakibatkan beragam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber informasi, pesan yang disampaikan maupun saluran.

Pengaruh atau *effect* adalah perbedaan sebuah perasaan atau keadaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima informasi. Pengaruh semacam ini dapat terjadi pada pengetahuan, sikap, dan bahkan perilaku seseorang, karena pengaruh juga dapat dimaknai sebagai sebuah perubahan atau penguat keyakinan seseorang tentang pengetahuan yang ia miliki, sikap, dan perilaku sebagai akibat dari menerima sebuah pesan.

Umpan Balik adalah dimana beberapa orang percaya bahwa umpan balik sebenarnya adalah bentuk pengaruh dari penerima. Namun, umpan balik

sebenarnya bisa datang dari elemen lain, seperti pesan dan media, meskipun pesan belum sampai ke penerima. Misalnya, draft surat yang perlu diubah sebelum dikirim, atau alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan mengalami *crash* sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti ini menjadi umpan balik yang diterima pada sumbernya.

Lingkungan atau kondisi merupakan faktor penentu yang dapat mempengaruhi berjalannya sebuah proses komunikasi. Dimana lingkungan ini dapat dig adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan menjadi 4 jenis, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, serta dimensi waktu (Oktavia, 2016).

Komunikasi sendiri memiliki beberapa proses Menurut Harold D. Laswell menyatakan, bahwa dalam proses komunikasi harus dapat menjawab pertanyaan "*who say what, in wich channel to whom and with what effect*" yaitu : (Oktavia, 2016)

1. *Who* (siapa), berarti siapakah yang mengirim pesan atau yang menjadi komunikator dalam komunikasi tersebut.

2. *Say what* (informasi yang disampaikan), bermakna apa isi informasi ataupun hal yang akan disampaikan kepada komunikan.

3. *In which channel* (media yang digunakan), wadah atau media apa yang digunakan untuk menyalurkan sebuah pesan dalam proses komunikasi baik secara langsung maupun memakai sebuah alat.

4. *To whom* (untuk siapa) bermakna siapa pihak yang menerima ataupun mendapatkan informasi tersebut.

5. *With what effect* (perubahan yang muncul), apa efek yang muncul akibat dari informasi yang telah didapatkan.

2.1.2.1.2 Teori Konstruksi Sosial

Konstruksi realitas sosial dipopulerkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui sebuah buku dengan *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Dalam buku tersebut, dirinya menunjukkan sebuah proses sosial melalui perilaku ataupun tindakan beserta interaksi, yang mana setiap individu menciptakan menampilkan secara konstan sebuah realitas yang dialami setiap individu secara subyektif (Astuti, 2016).

Konstruksi sosial filsafat konstruktivis berawal dari pemikiran konstruksi kognitif. Menurut von Glaserfeld, pemahaman konstruktivisme kognitif muncul dalam karya-karya Mark Baldwin pada abad ini, dan secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Piaget. Namun, jika kita melihat ke belakang, gagasan utama konstruktivisme sebenarnya digagas oleh epistemolog Italia Giambattista Vico, yang merupakan pelopor konstruktivisme.

Ada beberapa tahapan dari poses konstruksi sosial pada media massa, sebagai berikut:

1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi .

Redaksi media massa menyiapkan materi konstruksi yang didistribusikan oleh seorang editor redaksi. Masing-masing media memiliki ciri khasnya sendiri dalam penyajian materi konstruksi sesuai visi dan misi media itu sendiri. Maka dari itu ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam penyajian materi konstruksi sosial yaitu:

a. Keberpihakan media massa terhadap kapitalisme. Hal ini dikarenakan, hampir seluruh media saat ini dimiliki oleh seorang kapitalis. Dalam artian, media digunakan untuk mesin pencipta uang serta pelipatgandaan modal,

b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Menarik empati serta simpati dari masyarakat adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh sebuah media. Karena pada dasarnya masyarakat lah yang akan menjadi konsumen dari produk yang akan dihasilkan oleh sebuah media.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum merupakan keberpihakan yang sesungguhnya yang dilakukan oleh sebuah media massa. Akan tetapi, meskipun begitu tetap saja kepentingan kapitalis lebih dominan mengingat media digunakan sebagai mesin produksi uang oleh seorang kapitalis.

2. Tahap Sebaran Konstruksi Sebaran

Konstruksi media massa dilakukan melalui strategi yang dilakukan oleh sebuah media massa. Konsep dari strategi sebaran media massa sangat berbeda di setiap masing-masing media. Namun prinsip utamanya adalah real time, yaitu

aktualitas dari sebuah berita yang akan dibaca oleh pembaca atau konsumen media. Pada umumnya sebaran dalam setiap media massa memiliki model satu arah dimana konsumen tidak memiliki pilihan lain selain mengonsumsi berita tersebut. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial adalah bagaimana sebuah berita bisa sampai kepada konsumen secepatnya, sesuai dengan agenda yang dimiliki oleh media massa tersebut. Hal yang dipandang penting oleh media maka harus dapat diserap atau dibaca oleh konsumen media.

3. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

a. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap pertama adalah konstruksi membenaran yang terdapat dalam media massa yang sudah terbangun di masyarakat. Masyarakat cenderung membenarkan apa yang sudah tersaji dalam media, dengan kata lain media memiliki sikap otoritas untuk membenarkan semua kejadian atau informasi yang disebarkan.

Tahap kedua adalah kesediaan masyarakat atau pembaca agar pikirannya bisa dikonstruksi oleh media massa, yaitu berdasarkan sikap generik dari tahap pertama.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumen media massa menjadi konsumtif. Para konsumen akan memiliki kebiasaan bergantung pada media massa di segala aktivitasnya. Contohnya seperti membaca berita pada portal media online di setiap saat agar tidak ketinggalan informasi yang terjadi.

b. Pembentukan Konstruksi Citra Pembentukan

Konstruksi citra bangunan pada media massa terdiri dari dua model yaitu.:

1. Model *good news* yaitu sebuah konstruksi pemberitaan yang lebih condong mengkonstruksi sebuah berita yang memiliki kesan bagus menjadi lebih bagus daripada objek pemberitaan tersebut.
2. Model *bad news* yaitu sebuah pembingkaiian pemberitaan yang lebih condong menampilkan sisi atau citra yang buruk dari suatu objek pemberitaan sehingga menampilkan sisi objek pemberitaan menjadi terlihat lebih jelek, daripada yang ada pada objek pemberitaan tersebut.

4. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi sendiri merupakan sebuah tahapan dimana para pembaca atau media massa memberikan sebuah argumentasi baik akuntabilitas agar terlibat dalam kontruksi sebuah pemberitaan. Media ini sendiri memberikan sebuah penjelasan mengapa ia hadir dalam sebuah proses kontruksi realitas sosial.

2.1.2.1.3 Analisis *Framing*

Untuk memahami bagaimana media *online* mengkonstruksi masalah, digunakan metode Analisis *Framing*. *Framing* itu sendiri adalah proses pemilihan dari berbagai aspek realitas untuk membuat bagian tertentu dari peristiwa lebih menonjol daripada yang lain. Kerangka tersebut juga mencakup penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga aspek-aspek tertentu menerima distribusi yang lebih besar daripada yang lain. Metode ini juga digunakan dalam

penelitian ini termasuk paradigma konstruktivis, dimana teks berita tidak bisa disamakan dengan realita, tetapi berita dianggap sebagai konstruksi realitas (Atmaja, 2014)

2.1.2.1.4 Analisis *Framing* Robert N Entman

Analisis *Framing* pada model Robert N. Entman lebih menggambarkan kepada proses seleksi serta menonjolkan aspek realitas dalam sebuah teks berita pada media. Penonjolan ini dimaksudkan agar isi teks berita bisa dilihat lebih jelas, lebih bermakna, serta lebih mudah diingat oleh khalayak. Hal ini dikarenakan informasi yang menonjol akan lebih mudah menarik perhatian masyarakat dan lebih diterima karena pesan yang disampaikan akan lebih terasa dan tersimpan dalam memori dibandingkan dengan sebuah berita yang disajikan secara biasa.

Analisis *framing* secara teknis, tidak memungkinkan seorang wartawan untuk melakukan framing secara menyeluruh terhadap suatu berita. Melainkan, hanya beberapa bagian dari kejadian penting yang menjadi sebuah objek *framing* dari bagian berita tersebut. Namun, kejadian ini sendiri juga merupakan salah satu bagian ataupun aspek yang sangat ingin diketahui oleh masyarakat pembaca. Sedangkan aspek lainnya sendiri merupakan ide yang diberitakan (Sobur, 2018, p. 172)

2.1.2.1.5 Seleksi Isu

Media membingkai suatu pemberitaan melalui cara dengan memilih isu-isu tertentu dan mengabaikan yang lain. *Framing* adalah cara untuk memahami

perspektif atau sudut pandang yang digunakan jurnalis ketika memilih permasalahan dan menulis berita.

Seleksi isu ini berhubungan erat dengan pemilihan suatu realitas yang terjadi di masyarakat. Dimana realitas yang sangat beragam itu diseleksi mana saja yang akan ditampilkan. Maka dari itu, dalam proses ini terdapat bagian berita yang ditampilkan dalam narasi (*included*), ataupun realitas yang tidak dimasukkan ke dalam berita tersebut (*excluded*). Tidak semua aspek berita yang didapatkan bisa ditampilkan dalam sebuah pemberitaan (Mulyana, 2012, p. 222).

Dalam model *Framing* terdiri atas seleksi isu yang meliputi beberapa konsep yaitu pendefinisian masalah (*define problems*) dimana pada bagian ini peristiwa atau isu dilihat sebagai masalah apa. Pendefinisian masalah menyertakan konsepsi serta interpretasi dari wartawan di dalamnya. Kedua, adalah memperkirakan sumber masalah (*diagnosis causes*) yang dimana pada bagian ini dilakukan analisis penyebab suatu peristiwa yang ada pada teks berita. Hal yang dianggap sebagai penyebab dari masalah (*what*) dan siapa yang menjadi aktor atau penyebab masalah dari peristiwa tersebut (*who*).

Ketiga yaitu membuat keputusan moral (*make moral judgement*) yaitu nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah (*problem*) serta nilai moral apa saja yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. Dalam elemen ini, terdapat argumentasi pada pendefinisian masalah yang telah dibuat. Ketika masalah dan sumber masalah sudah ditentukan, maka argumentasi akan diperlukan untuk mendukung gagasan tersebut. Selain itu, gagasan yang

dibutuhkan adalah gagasan yang familiar dan tidak asing bagi masyarakat, agar masyarakat dapat langsung menerima.

Keempat adalah penekanan penyelesaian (*treatment recommendation*) yaitu rekomendasi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pada bagian ini dilakukan untuk mengetahui apa nilai berita yang diberikan atau dikehendaki oleh seorang wartawan (Atmaja, 2014, p. 4)

2.1.2.1.6 Penonjolan Aspek

Menurut Eriyanto (2002) penonjolan aspek merupakan sebuah proses yang digunakan untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna, mudah diingat, dan lebih menarik perhatian masyarakat. Adapun salah satu cara menonjolkan aspek dari isu adalah dengan menggunakan berbagai strategi seperti menempatkan *headline* dengan berita atau gambar yang menarik, memakai pengulangan kata, memakai label tertentu untuk menggambarkan sebuah peristiwa yang sedang diberitakan ataupun yang lainnya. Semua itu digunakan agar berita menjadi lebih bermakna dan layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat (Mustika, 2017).

2.1.2.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.2.1 Pengertian Jurnalistik

Seperti yang dikutip dalam buku Suryawati (2011: 4) merupakan sebuah proses mengolah suatu informasi yang ditujukan untuk disebarluaskan kepada khalayak atau masyarakat melalui media massa (Mulyani, Sjafirah, & Yudhapramesti, 2018).

Jurnalistik juga bisa disebut dengan pembuka informasi, dimana jurnalistik adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana cara mengolah informasi yang benar agar bisa sampai kepada masyarakat secara layak. Dan tugas utama jurnalistik sendiri adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai apa saja yang telah terjadi di lingkungan masyarakat.

Secara konseptual jurnalistik dapat dilihat dari 3 sudut pandang yaitu:

1. Sebagai proses, jurnalistik adalah sebuah aktivitas dalam mencari, mengolah, menulis serta menyebarkanluaskan sebuah informasi yang telah dibuat oleh wartawan kepada khalayak melalui sebuah media, baik media *online* ataupun media konvensional.

2. Sebagai teknik, jurnalistik adalah sebuah keahlian (*expertise*) atau keterampilan (*skill*) menulis karya seperti berita, *feature* dan informasi lainnya dengan mengumpulkan beragam informasi melalui peliputan (*reportase*) serta wawancara dari narasumber.

3. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah bidang kajian terkait pengemasan serta penyebarluasan berita maupun informasi, ide dan lain sebagainya melalui media massa. Jurnalistik sendiri merupakan ilmu terapan (*applied science*) yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi serta tren di masyarakat.

Dalam jurnalistik sendiri ada 4 komponen yaitu informasi, penyusunan informasi, penyebarluasan informasi serta media massa (Restendy, 2016).

2.1.2.2.2 Fungsi Pers

Kata Pers berasal dari bahasa Belanda sedangkan dalam bahasa Inggris sendiri disebutkan dengan kata *press*. Sedangkan dalam Pasal 1 butir (1) Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers didefinisikan sebagai suatu lembaga yang melaksanakan berbagai kegiatan jurnalistik untuk memperoleh serta menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk tulisan, gambar, maupun media elektronik dengan beragam saluran yang ada (Surbakti, 2015).

Istilah pers muncul karena adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih serta ditemukannya percetakan surat kabar. Maka dari itu banyak orang yang mengidentikkan pers dengan jurnalistik. Tak hanya itu, wartawan pun seringkali disebut dengan insan pers. Dalam bahasa Inggris, pers sendiri memiliki arti mesin pencetak, mencetak, orang-orang yang terlibat dalam penulisan dan produksi berita, dan yang lain sebagainya (Restendy, 2016, p. 2).

Pers yang saat ini menjadi pilar ke-4 demokrasi memiliki fungsi salah satunya *surveillance* yaitu pengawasan. Maka dari itu pers diharapkan untuk selalu menjalankan fungsinya sebagai pengawasan atau anjing penjaga yang bertugas memperhatikan serta memastikan pemerintahan dengan sistemnya agar bisa berjalan sebagai mestinya dan tidak dapat merugikan masyarakat (Setiawan, 2020).

Adapun beberapa fungsi pers yang terdapat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang pers yang terdiri dari:

- a. Hak masyarakat untuk dapat mengetahui sebuah informasi harus dipenuhi
- b. Penegakkan nilai demokrasi melalui pers

- c. Mewujudkan supremasi hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) di masyarakat
- d. Menghormati serta mendukung kebhinekaan
- e. Pendapat masyarakat atau khalayak umum dapat dikembangkan
- f. Memberikan opini publik ataupun kritik terhadap jalannya pemerintahan.
- g. Menjunjung tinggi keadilan beserta kebenaran.

Demikian juga, pers dalam Undang-Undang Pers pada pasal 3 yaitu sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial, dan sebagai lembaga ekonomi.

Selain itu, menurut K. Baschwitz pers juga memiliki 5 ciri sebagai berikut:

a. Publisitas yang berarti isi pesan dari berita yang disampaikan berlaku untuk siapapun dan bersifat terbuka.

b. Universalitas yang berarti isi atau acara pers bisa bermacam-macam tidak terpaku oleh satu jenis pemberitaan saja.

c. Periodesitas yang berarti jadwal penerbitannya sudah teratur.

d. Aktualitas yang berarti berita yang disajikan merupakan berita yang hangat dan baru. *Aktualitas* pun terdiri dari *aktualitas objektif* dan *aktualitas subjektif*.

e. Komersialitas yang berarti pers mempunyai bisnis dan tidak hanya mengedepankan kualitas berita saja. Pers bisa disebut sebuah komoditi yang diperjualkan. (Surbakti, 2015, pp. 79-81)

2.1.2.2.3 Pengertian Berita

Kata “berita” berasal dari kata sangsekerta yaitu vrit (ada atau terjadi) atau vritta (kejadian atau peristiwa). Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, Berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut News. (Restendy, 2016, p. 3)

Berita merupakan laporan dari sebuah peristiwa yang aktual serta menarik perhatian pembacanya. Berita memiliki beberapa kriteria yang harus ada di dalamnya yaitu antara lain aktual, memberi pemahaman kepada masyarakat luas serta informasi yang tidak diketahui sebelumnya, factual, memberikan suatu informasi yang sedang terjadi, penting menyangkut kepentingan orang banyak dan memiliki daya tarik untuk dibaca (Lingga & Syam, 2018).

Konsep dasar dari sebuah berita adalah menyajikan sebuah informasi yang telah diolah oleh seorang wartawan, yang dimana informasi tersebut memiliki keunggulan relatif, berita tersebut kadang bersifat objektif maupun subjektif. Meskipun terkadang bersifat subjektif, hal itu tergantung dari siapa yang melihat dan memanfaatkannya (Wahjuwibowo, 2016, p. 43).

Seperti yang Jack Hart katakan dalam *A Writer's Coach* dalam sebuah penyampaian informasi, maka ada diharuskan terlebih dahulu untuk membuat sebuah laporan. Sebuah laporan mencatat setiap penemuan yang didapatkan oleh seseorang, kemudian laporan tersebut disusun berdasarkan topiknya. Dimulai dengan pernyataan umum, kemudian dilanjutkan secara metodik dan langsung menuju topik lainnya. (Ishwara, 2011, p. 82)

Berita selalu menyajikan fakta, maka dari itu jika ada berita yang dianggap merugikan pihak tertentu itu bisa disebut sebagai penyajian fakta (Palulungan, K, Ramli, Yunus, & Fattah, 2020, p. 76).

Para ahli komunikasi dan jurnalisme memiliki definisi berita sebagai berikut::

1. Berita adalah fakta atau gagasan nyata yang dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca (Dean M Lyle Spencer).

2. Berita adalah hal terbaru (baru) yang dipilih wartawan untuk dimuat di surat kabar agar dapat menarik atau memiliki makanan dan dapat menarik minat pembaca (Willard C. Bleyer).

3. Berita adalah narasi yang benar dan wajar dari fakta-fakta penting dan terkini yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuatnya (William S. Morsby).

4. Berita merupakan sebuah informasi pertama dari peristiwa penting dan dapat menarik perhatian khalayak umum (Eric C. Hepwood).

5. Berita adalah laporan tercepat tentang peristiwa yang benar, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca (Mictel V. Charnley).

Sedangkan menurut The New Glorier Webster International Dictionary, berita adalah:

1. Sebuah informasi hangat yang baru saja terjadi dan belum diketahui sebelumnya.

2. Berita merupakan sebuah informasi yang ditampilkan melalui media seperti media cetak yaitu surat kabar ataupun media elektronik yaitu radio dan televisi.

3. Berita yaitu sebuah informasi mengenai suatu tokoh ataupun subjek yang layak untuk diberitakan dan informasinya disebarkan kepada masyarakat (Restendy, 2016, p. 3).

Suatu berita juga pastinya memiliki nilai layak berita jika akan dipublikasikan seperti unsur kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutannya (*surprise*), unsur kedekatannya (*proximity*) secara geografis, serta ada dampak (*impact*) dan konflik personalnya (Restendy, 2016, p. 3).

2.1.2.2.4 Jenis-Jenis Berita

Ada beberapa jenis berita yang sering dipublikasian di media *online* maupun media konvensional. Jenis berita ini seringkali menghiasi setiap rubrik berita yang akan dibaca oleh para pembaca. Adapun jenis berita tersebut antara lain:

1. Berita Langsung (*Straight News*)

Berita langsung merupakan sebuah laporan yang ditulis secara singkat, jelas dan padat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Berita langsung memuat informasi yang jelas dan tidak ada unsur yang ditambahkan atau dikurangi. Berita langsung juga memiliki dua jenis lainnya yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lembut atau ringan (*soft news*).

2. Berita Opini (*Opinion News*)

Berita opini merupakan sebuah berita yang berisi pendapat atau gagasan dari seorang cendekiawan ataupun ahli maupun pejabat mengenai sebuah peristiwa.

3. Berita Interpretatif

Berita interpretatif merupakan berita yang dikembangkan dengan sebuah pendapat atau gagasan dari komentar para pembaca ataupun wartawan itu sendiri. Biasanya berita interpretatif berasal dari berita yang kurang jelas atau tidak lengkap artinya sehingga dibutuhkan sebuah informasi tambahan dari penulisnya agar berita tersebut bisa sampai kepada masyarakat.

4. Berita Mendalam (*Indepth News*)

Berita mendalam merupakan pengembangan dari berita-berita yang ada sebelumnya dengan pendalaman beberapa hal yang ada di bawah suatu permukaan. Biasanya berita ini bermula dari sebuah berita yang masih buram atau belum selesai pengungkapannya sehingga bisa dilanjutkan kembali (*follow up system*).

Pendalaman ini dilakukan dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai narasumber terkait berita yang sedang dialami sehingga isi dari berita tersebut dinilai lebih kaya dan penuh dengan informasi.

5. Berita Penjelasan (*Explanatory News*)

Berita penjelasan merupakan sebuah berita yang berisi penjelasan terkait suatu peristiwa, pada berita penjelasan terdapat informasi yang penuh dengan fakta dan data dari berbagai narasumber. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan menambahkan argumentasi dari penulis. Biasanya jenis berita ini panjang lebar dan biasanya berseri atau memiliki sambungan berita yang akan ada berikutnya.

6. Berita Penyelidikan (*Investigative News*)

Berita penyelidikan merupakan sebuah berita yang diperoleh dari pengembangan serta penyelidikan dari berbagai sumber. Dalam berita ini, wartawan langsung melakukan penyelidikan ke lapangan serta menggali beberapa informasi yang dibutuhkan. Data awal dari berita ini adalah data mentah atau berita singkat yang mengandung kecurigaan sehingga perlu dilakukannya penyelidikan. Umumnya berita investigasi disajikan dengan bentuk *feature*.

Selain berita-berita yang sudah dijelaskan diatas, ada juga jenis berita lainnya seperti berita singkat (*spot news*), berita basi, berita bohong (*libel*), berita foto, berita kilat (*news flash*), dan berita pembuka halaman (*headline*) (Restendy, 2016, p. 4).

2.1.2.2.5 Media Massa (*Mess Media*)

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber

kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Media massa sendiri terdiri dari beberapa fungsi antara lain: fungsi pengawasan (*surveillance*), fungsi penafsiran (*Interpretation*), fungsi pertalian (*Linkage*), fungsi penyebaran nilai – nilai (*Transmission of Value*), dan fungsi hiburan (*Entertainment*).

Peran yang dilakukan oleh media massa akan menghasilkan sebuah informasi terkait berbagai isu publik bagi setiap warga negara. Maka dari itu, media massa memiliki fungsi yang mencakup sebagai *civic form* atau sebagai pers yang mengawasi kinerja pemerintah.

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat media massa memiliki peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi. Tak hanya itu, kebebasan media massa dan dukungan dari teknologi tersebut dapat menghadirkan dua kondisi, dimana di salah satu kemudahan dalam mendapatkan informasi akan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan (Habibie, 2018).

2.1.2.2.6 Media *Online*

Saat ini teknologi sangat berkembang pesat, dengan adanya internet manusia saat ini seperti sedang hidup di dalam kampung global. Internet bisa jadi medium yang dapat mempengaruhi bagaimana cara kita mengkonsumsi sebuah berita. Ward menyebutkan, teknologi informasi memunculkan ketegangan etik baru dan mendorong revolusi etik di dunia digital (Margianto & Syaefullah, 2018, p. 13)

Dalam beberapa tahun terakhir, media *online* memiliki perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini bisa dilihat dengan pentingnya internet di masa sekarang yang memiliki beragam informasi. Media *online* pun menjadi wadah yang digunakan sebagai sarana penyampai pesan kepada masyarakat dengan biaya yang cukup murah dan juga cukup mudah.

Media *online* sendiri bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah adanya media cetak, dan media elektronik. Media *online* sendiri bisa dikatakan sebagai *cyber journalism* yang mana disebutkan bahwa media bisa digunakan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang didistribusikan melalui internet (M. Romli, 2020, p. 34)

Kegiatan jurnalisme pun menjadi lebih mudah karena perkembangan teknologi yang menghadirkan media *online* ini. Perkembangan media *online* di Indonesia dipelopori oleh Republika Online (www.republik.co.id) yang mulai hadir pada Agustus 1994. Kemudian disusul oleh Tempo.com dan media media online lainnya Tujuan dari media online ini adalah para pembaca bisa mendapatkan informasi secara cepat tanpa harus menunggu dicetak.

Media *online* sendiri memiliki dampak yang dibagi menjadi dua macam yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Dampak positif dari media *online* sebagai berikut:

1. Dapat menjadi partner media cetak dalam menyampaikan informasi serta dalam mengefektifkan kecepatan waktu dalam pengunggahan berita.
2. Mengurangi penggunaan kertas sehingga dapat meminimalisir sampah.

3. Hemat biaya karena bisa membaca berita hanya dengan satu kali klik.

Dampak negatif dari media *online* sebagai berikut:

1. Media konvensional banyak yang gulung tikar karena banyaknya masyarakat lebih memilih menggunakan android daripada harus membeli koran.

2. Rawan terdapat berita hoax yang tersebar di media-media *online* (Nurkinan, 2017).

Ada beberapa jenis media *online* dari sisi pemilik (*publisher*) tergolong menjadi enam jenis yaitu antara lain:

1. *News Organization Website*.

Yaitu sebuah situs organisasi atau sebuah lembaga penyiaran, misalnya seperti edisi *online* surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.

2. *Commercial Organizaion Website*

Seperti, situs organisasi atau perusahaan komersial, seperti produsen, pengecer, dan layanan keuangan, termasuk toko *online* dan bisnis *online*.

3. *Website Pemerintah*

Di Indonesia ditandai dengan domain {dot} go.id, seperti indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id, dan dpr.go.id. x Situs web kelompok kepentingan, termasuk situs web organisasi massa, partai politik, dan lembaga swadaya masyarakat.

4. *Website Organisasi Non-Profit*

Situs web organisasi nirlaba ini seperti organisasi amal ataupun kelompok masyarakat.

5. Personal *Website* atau *blog* (Aisyah, Pantow, & Koagouw, 2015).

2.1.2.2.7 Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalisik adalah landasan hukum bagi setiap wartawan yang mencari sebuah informasi di lapangan. Dengan ini, kode etik jurnalistik merupakan suatu acuan bagi para wartawan dalam menjalankan profesinya (Daulay, 2016, p. 41).

Kode etik jurnalistik dibuat oleh para wartawan atau jurnalis sendiri melalui kongres yang diadakan di dewan pers. Para wartawan dinilai memiliki risiko terkait profesinya, maka perlu suatu aturan yang mengatur kegiatan kewartawanan sehingga profesi yang dijalankan para jurnalis bisa dilaksanakan dengan sebaik-baiknya yaitu dengan adanya kode etik jurnalistik (Daulay, 2016, p. 41).

2.1.2.2.8 Pengertian Korupsi

Korupsi kekuasaan adalah sebuah bentuk penyelewengan kekuasaan sehingga mengakibatkan sebuah pemerintahan tidak bisa berjalan dengan semestinya. Contohnya seperti, ketika seseorang membuat suatu kebijakan yang salah sehingga fungsi pemerintahan tidak berjalan dan membuat kebijakan tersebut tidak berpihak kepada masyarakat atau rakyat. (Halimang, 2020, p. 38)

Menurut Robert Klitgaard, korupsi merupakan suatu tingkah laku menyimpang dari tugas-tugas yang ia miliki dalam sebuah jabatan negara karena keuntungan status, uang, ataupun hal yang bersifat pribadi. Sementara Unesco

Courier (1996) berpendapat bahwa korupsi merupakan sebuah tindakan yang menyimpang demi keuntungan pribadi (*misuse of office for personal gain*). Dan Komisi Pemberantas Korupsi (KPK) mendefinisikan korupsi sebagai perilaku yang merugikan masyarakat dan hanya menguntungkan diri sendiri (Halimang, 2020, p. 38).

Berdasarkan Rekapitulasi Tindak Pidana Korupsi yang ditangani oleh KPK, sejak tahun 2004 jumlah keseluruhan kasus yang ditangani KPK adalah sebanyak 823 kasus sampai dengan tahun 2016. Menurut KPK, tidak ada penurunan kasus melainkan terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. (Korupsi, 2017, p. 1)

2.1 Bagan Kerangka Konseptual

