

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikira**

##### **2.1.1 Kajian Pustaka**

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan. Pada umumnya referensi yang sudah lebih dari lima tahun diterbitkan dianggap kurang mutakhir. Penggunaan jurnal atau internet sebagai referensi untuk mengemukakan landasan teori lebih diutamakan. Keaslian terkait dengan sumber maksudnya supaya peneliti menggunakan sumber aslinya dalam menggunakan teori. Jangan sampai peneliti mengutip dari kutipan orang lain, dan sebaiknya mencari sumber aslinya (Sugiyono, 2013:80).

Tujuan dari telaah pustaka itu sendiri, adalah untuk mengetahui hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya serta memastikan bahwa masalah yang diteliti belum pernah diteliti oleh pihak manapun. Penelitian yang menggunakan metode analisis *framing* sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, dengan objek, dan subjek yang berbeda. Maka dari itu, dalam penggunaan metode penelitian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan berupa pemilihan isu maupun penggunaan metode penelitiannya. Peneliti pun mengambil empat referensi dari penelitian terdahulu yang sama-sama menggunakan analisis *framing*, di antaranya :

**Iman Sudirman (2013), *Pemberitaan Pemilihan Presiden RI 2014 (Studi Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Presiden RI 2014 Pada Surat Harian Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat)*, Universitas Garut.**

Pada penelitian skripsi ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seleksi isu dan penonjolan aspek pengemasan pesan moral dalam sinetron preman pensiun 2, episode 46 yang memperlihatkan tentang bagaimana preman-preman dalam sinetron tersebut sangat menghormati dan menaati serta mencontohkan rakyat yang baik terhadap pemilihan presiden tahun 2014 yaitu dengan memilih sesuai hati nurani dan tidak golput (tidak memilih sama sekali).

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut adalah penelitian yang datanya kualitatif dengan metode analisis *framing* Pan dan Kosicki, dan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini bahwa harian umum Pikiran Rakyat dalam membingkai pemberitaan pemilihan presiden RI 2014 cukup berimbang, dalam artian tidak memihak terhadap salah satu pasangan calon, baik pasangan calon Prabowo Subianto-Hatta Radjasa, maupun pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla, ini juga dikuatkan dengan pernyataan -pernyataan baik itu oleh pakar maupun peneliti pada setiap berita “pemilihan presiden RI 2014”, dan juga dilandasi oleh fakta fakta yang terjadi di lapangan.

**2. Nur Aisyah Wulandari (2014), Pemberitaan Foto *Pre Wedding* (Analisis Framing Pemberitaan Foto *Pre Wedding* Pada media Online Detik.Com Dan Kompas.Com), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.**

Salah satu penelitian skripsi ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana bingkai pemberitaan foto *pre wedding* dalam model Roben. N. Entman pada Detik.com dan Kompas.com karena foto *pre wedding* menimbulkan polemik dan permasalahan karena sebagian ulama mengharamkan yang menimbulkan pro dan kontra dalam lingkungan masyarakat.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut adalah penelitian yang datanya kualitatif dengan metode analisis *framing* model Robert N. Entman dan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat perbedaan bingkai antara Detik.com dan Kompas.com dalam membingkai suatu berita yang menimbulkan pro-kontra. Pada *detik.com*, media ini tidak memihak manapun dan mencoba memberitakan dengan seimbang sesuai dengan apa yang terjadi. Sedangkan *kompas.com* lebih bersifat klarifikasi dengan berita yang di tampilkan, dan kedua media *online* tersebut telah berhasil membuat opini publik sesuai kehendak masing-masing media tersebut.

**3. Sigit Wicaksono (2017), Analisis Bingkai Pemberitaan Tentang Peristiwa Bom Thamrin Di Majalah Tempo Dan Gatra, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.**

Salah satu penelitian skripsi ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bahwa Jalan M.H Thamrin merupakan suatu peristiwa model serangan teroris yang baru pertama di Indonesia. Peristiwa teror ini menjadi sorotan yang menarik bagi media untuk melakukan pemberitaan. Dalam penelitian ini mengungkap bagaimana dua majalah berita nasional yakni Tempo dan Gatra membingkai peristiwa teror bom di jalan Thamrin.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut adalah penelitian yang datanya kualitatif dengan metode analisis framing model Pan dan Kosicki untuk melihat pembingkai yang dilakukan dua media ini dalam memberitakan peristiwa bom Thamrin.

Hasil dari penelitian ini pada akhirnya menunjukkan bagaimana dua majalah berita nasional memiliki *frame* atau pola yang berbeda-beda. *Frame* yang dibuat kedua majalah ini tidak begitu saja tercipta dengan sendirinya melainkan peran media untuk menkonstruksi peristiwa bom Thamrin sesuai dengan perspektif dan ideologi masing-masing. Majalah Tempo dengan menganut ideologi media jurnalistik independen maka dalam melakukan pembingkai peristiwa bom Thamrin adalah model serangan teroris berbeda yang pernah terjadi di Indonesia. Sebaliknya majalah Gatra dengan ideologi bisnis oplahnya membingkai peristiwa bom Thamrin lebih kepada adalah mengkritik aturan hukum tentang terorisme di Indonesia. Peneliti juga mengkaitkan bingkai majalah Tempo dan Gatra dengan peta ideologi Daniel Hallin sehingga majalah Tempo masuk pada *sphere of legitimate controversy*.

4. **Rieka Mustika (2017), *Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook*, Volume 20, Nomor 2, Puslitbang Aptika IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta Pusat.**

Penelitian skripsi ini merupakan penelitian jurnal nasional yang bertujuan untuk melihat bagaimana dua media online yaitu Kompas.com dan *Republika Online* membingkai pemberitaan tentang pedofilia melalui akun *Facebook*. Karena di media sosial terdapat grup *Facebook* (FB) bernama Loli Candy's yang mengumpulkan foto porno anak-anak. Pada kasus terungkapnya jaringan *pedofilia* di *Facebook*, beberapa media memiliki gaya masing-masing dalam penulisan beritanya. Setiap media sesungguhnya memiliki ideologi yang berbeda mengingat bahwa media bukanlah saluran yang bebas tetapi telah mengonstruksi berita sedemikian rupa.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut adalah penelitian yang datanya kualitatif dengan metode analisis framing yang digunakan adalah model Robert N. Entman.

Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat Perbedaan pembedaan dalam berita yang dimunculkan oleh Kompas.com dan *Republika Online* yang paling sering terlihat adalah terletak pada pemilihan narasumber. *Republika Online* sebagai media bemuansa Islam selalu memilih narasumber yang memiliki pemikiran Islam.

### 2.1.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

**Matrik Penelitian Terdahulu tentang Pemberitaan Pemilihan Presiden RI 2014**

No	Item	Penelitian 1
1	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Iman Sudirman (2013), <i>Pemberitaan Pemilihan Presiden RI 2014 (Studi Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Presiden RI 2014 Pada Surat Harian Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat)</i> , Universitas Garut.
2	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui seleksi isu dan penonjolan aspek pengemasan pesan moral dalam sinetron preman pensiun 2, episode 46.
3	Pendekatan Penelitian	Pendekatan kualitatif
4	Teori	Analisis <i>framing</i> Pan dan Kosicki
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini bahwa harian umum pikiran rakyat dalam membingkai pemberitaan pemilihan presiden RI 2014 cukup berimbang, dalam artian tidak memihak terhadap salah satu pasangan calon, baik pasangan calon Prabowo Subianto-Hatta Radjasa, maupun pasangan Jokowi-Jusuf Kaila, ini juga dikuatkan dengan pernyataan -pemyataan baik itu oleh pakar maupun peneliti pada setiap berita “pemilihan presiden RI 2014”, dan juga dilandasi oleh fakta fakta yang terjadi di lapangan.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaannya adalah penelitian ini tidak menggunakan kerangka pemikiran dan paradigma serta memiliki objek yang berbeda. Sedangkan persamaanya adalah sama-sama menggunakan analisis framing dalam penelitian.
7	Kritik	Perlunya memperdalam penelitian menggunakan paradigma yag mendasari pemikiran dasar serta dilengkapi dengan kerangka pemikiran untuk mengetahui pokok inti permasalahan.

**Tabel 2.2**

**Matrik Penelitian Terdahulu tentang Pemberitaan Foto Pre Wedding (*Analisis Framing Pemberitaan Foto Pre Wedding Pada Media Online Detik.com dan Kompas.com*)**

No	Item	Penelitian 2
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Nur Aisya Wulandari (2014), <i>Analisis Framing Pemberitaan Foto Pre Wedding Pada media Online Detik.Com Dan Kompas.Com</i> , Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
2	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana bingkai pemberitaan foto <i>pre wedding</i> dalam model Roben. N. Entman pada <i>Detik.com</i> dan <i>Kompas.com</i> karena foto <i>pre wedding</i> menimbulkan <i>polemic</i> dan permasalahan karena sebagian ulama mengharamkan yang menimbulkan pro dan kontra dalam lingkungan masyarakat.
3	Pendekatan Penelitian	Penelitian Kualitatif
4	Teori	Analisis Framing Robert N. Entman
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat perbedaan bingkai antara <i>Detik.com</i> dan <i>Kompas.com</i> dalam membingkai suatu berita yang menimbulkan pro-kontra. Pada <i>detik.com</i> , media ini tidak memihak manapun dan mencoba memberitakan dengan seimbang sesuai dengan apa yang terjadi. Sedangkan <i>kompas.com</i> lebih bersifat klarifikasi dengan berita yang di tampilkan, dan kedua media <i>online</i> tersebut telah berhasil membuat opini <i>public</i> sesuai kehendak masing-masing media tersebut.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaannya adalah pada objek dan berita yang dipakai. Sedangkan persamaanya adalah sama-sama menggunakan analisis framing dan paradigma yang digunakan dalam penelitian.
7	Kritik	Dalam penelian ini penggunaan informan kurang akurat dan penjelasan-penjelasan dalam penelitian kurang dipahami dan dikuasi

**Tabel 2.3**

**Matrik penelitian terdahulu tentang Analisis Bingkai Pemberitaan Tentang Peristiwa Bom Thamrin Di Majalah Tempo Dan**

**Gatra**

No	Item	Penelitian 3
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Sigit Wicaksono (2017), <i>Analisis Bingkai Pemberitaan Tentang Peristiwa Bom Thamrin Di Majalah Tempo Dan Gatra</i> , Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini yakni bagaimana level teks dalam penyajian berita penolakan FPI terhadap pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com, bagaimana level kognisi sosial dalam penyajian berita penolakan FPI terhadap pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com, bagaimana level konteks sosial dalam penyajian berita penolakan FPI terhadap pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdekacom.
3	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4	Teori	Analisis <i>Framing</i> Pan dan Kosicki
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini pada akhirnya menunjukkan bagaimana dua majalah berita nasional memiliki <i>frame</i> atau pola yang berbeda-beda. <i>Frame</i> yang dibuat kedua majalah ini tidak begitu saja tercipta dengan sendirinya melainkan peran media untuk menkonstruksi peristiwa bom Thamrin sesuai dengan perspektif dan ideologi masing-masing. Majalah Tempo dengan menganut ideologi media jurnalistik independen maka dalam melakukan pembingkaiian peristiwa bom Thamrin adalah model serangan teroris berbeda yang pernah terjadi di Indonesia. Sebaliknya majalah Gatra dengan ideologi bisnis oplahnya membingkai peristiwa bom Thamrin lebih kepada adalah mengkritik aturan hukum tentang terorisme di Indonesia. Peneliti juga mengkaitkan bingkai majalah Tempo dan Gatra dengan peta ideologi Daniel Hallin sehingga majalah Tempo masuk pada <i>sphere of legitimate controversy</i> sedangkan Gatra pada <i>sphere of consensus</i> .
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang	Perbedaannya adalah dalam segi metode yang digunakan. Sementara pada persamaanya adalah pada segi pengambilan teori yaitu analisis Framing dan membahas tentang

	akan peneliti lakukan	pemberitaan yang sedang ramai dibicarakan.
7	Kritik	Dalam peneliitian ini, peneliti sering kali mengulang-ulaang kata sehingga membuat informasi dalam penelitian ini bagi pembaca sedikit kebingungan dan rancu

Tabel 2.4

**Matrik penelitian terdahulu tentang Analisis *Framing* Pemberitaan Media *Online* Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun *Facebook***

No	Item	Penelitian 4
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Rieka Mustika (2017), <i>Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook</i> , Volume 20, Nomor 2, Puslitbang Aptika IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta Pusat.
2	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk melihat bagaimana dua media online yaitu <i>Kompas.com</i> dan <i>Republika Online</i> membingkai pemberitaan tentang pedofilia melalui akun <i>Facebook</i> . Karena di media sosial terdapat grup <i>Facebook</i> (FB) bernama Loli Candy's yang mengumpulkan foto porno anak-anak. Pada kasus terungkapnya jaringan pedofilia di <i>Facebook</i> , beberapa media memiliki gaya masing-masing dalam penulisan beritanya
3	Pendekatan Penelitian	Penelitian Kualitatif
4	Teori	Analisis Framing Robert N. Entman
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat Perbedaan pembedaan dalam berita yang dimunculkan oleh <i>Kompas.com</i> dan <i>Republika Online</i> yang paling sering terlihat adalah terletak pada pemilihan narasumber. <i>Republika Online</i> sebagai media bemuansa Islam selalu memilih narasumber yang memiliki pemikiran Islam.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaannya adalah penelitian ini membandingkan 2 media <i>online</i> berita dengan kasus yang tidak terlalu dibicarakan banyak orang. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan media <i>online</i> sebagai bahan objek dalam penelitian
7	Kritik	Dalam penelitian ini istilah "Pedofilia" tidak dijelaskan secara komprehensif, sebaiknya dalam penelitian ini istilah Pedofilia harus sering dibahas kerana kata tersebut adalah judul yang

	diutamakan dalam penelitian ini.
--	----------------------------------

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2013:60).

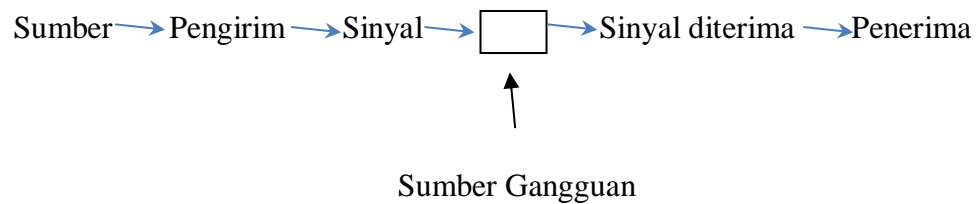
### **2.2.1. Kerangka Teoritis**

#### **2.2.1.1 Ilmu Komunikasi sebagai *Grand Theory*.**

Komunikasi adalah salah satu aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit orang yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Pemahaman komunikasi yang beragam menjadikan komunikasi mempunyai definisi yang tidak terhingga seperti: saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut, kritik sastra, dan masih banyak lagi. Masing-masing mazhab menginterpretasikan berbeda dengan cara mereka sendiri. Kelompok pertama mendefinisikan interaksi sosial sebagai proses di mana seseorang berhubungan dengan orang lain, atau proses memengaruhi perilaku, cara berpikiran ataupun respon emosional. Sedangkan kelompok semiotik mendefinisikan interaksi sosial sebagai hal yang membuat individu menjadi anggota budaya atau masyarakat tertentu (Fiske, 2014: 1-5).

Model dasar tentang komunikasi matematis menampilkan komunikasi sebagai proses linier yang sederhana. Model ini membuat banyak orang tertarik

untuk menjiplak, selain itu sifat linier yang berpusat pada proses juga telah menarik banyak kritikus. Model ini secara umum mudah dipahami pada pandangan pertama. Karakteristik sederhana dan searah sangat jelas terlihat (Fiske, 2014:10).



Gambar 1.2: Model Komunikasi Shannon dan Weaver

### 2.2.1.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Komunikasi memiliki bentuk-bentuk yang sesuai dengan konteksnya yang mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi, yaitu:

a) Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya.

b) Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.

c) Komunikasi Kelompok (Group Communication)

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

#### d) Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum, misalnya: kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

#### e) Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan

komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

f) Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik). (Deddy. 2010: 80-84)

### 2.2.1.3 Komunikasi Massa

Tan dan Wright (1991) komunikasi massa adalah bentuk saluran media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Adapun komunikasi massa yang dikemukakan oleh Bittner (1999) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak tapi tidak menggunakan media massa maka kegiatan itu tidak bisa disebut komunikasi massa (dalam Elvinaro dan Lukiati, 2004:3).

Pada dasarnya komunikasi massa mempunyai karakteristik yang berbeda dengan komunikasi lainnya. Perbedaan itu mempunyai komponen-komponen yang terlibat di dalamnya dimulai dari lembaga terlembagakan, pesan bersifat umum, komunikasi yang anonim dan heterogen, pesan serempak dalam waktu bersamaan, mengutamakan isi daripada hubungan isi daripada timbal balik, bersifat satu arah, stimulasi indera terbatas, umpan balik tertunda (Elvinaro dan Lukiati, 2004:7-12).

Sedangkan peran komunikasi massa menurut Dominick (2000), fenomena terbentuknya selebriti di bidang keartisan atau pakar di bidang politik, ekonomi, komunikasi dan lainnya, tidak terlepas dari pesan yang dimainkan komunikasi massa dalam kehidupan orang banyak. Melalui media massa kita menjadi tahu berbagai macam informasi, sedangkan Gamble dan Gamble (2001) menyebutkan peranan komunikasi massa terpaan terhadap komunikasi massa itu sangat besar. Secara sadar atau tidak sadar, pola kehidupannya sudah di kontrol oleh media massa dan biasanya mereka menghabiskan waktunya selama tujuh jam untuk mengkonsumsi media massa di tengah kesibukan kerjanya, sehingga mereka juga memiliki pilihan media yang sangat spesifik, seperti majalah atau tabloid yang berhubungan dengan pekerjaannya (dalam Elvinaro dan Lukiati, 2004:13-15).

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat terdiri dari asumsi yang penting untuk dikaji sebab dianggap cukup penting, terutama konsekuensi media massa. Dominick (2001) menjelaskan fungsi komunikasi terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan). Menurut Dominick (2001)

fungsi pengawasan pada komunikasi massa yaitu terjadi ketika terdapat dua bentuk yaitu (1) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan (2) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Fungsi pengawasan peringatan yaitu berupa bentuk peringatan yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman atau bencana, sedangkan fungsi instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu masyarakat sehari-hari. Seperti berita atau film, menyajikan berita bursa efek, produk baru, serta ide tentang mode, resep masakan. *Interpretation* atau fungsi penafsiran hampir dikatakan sama dengan fungsi pengawasan. Pada dasarnya media massa tidak hanya menyajikan data dan fakta saja, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, perbedaannya hanyalah tujuan dari fungsi penafsiran tidak lain ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok (dalam Elvinaro dan Lukiati, 2004:16-18).

#### **2.2.1.4 Pengertian Media Massa**

Media Massa adalah singkatan dari Media Komunikasi Massa yang merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang di pergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi Massa sendiri-singkatan dari Komunikasi Media Massa-artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa (*communicating with media*) (Romli, 2009:27).

### 2.2.1.5 Karakteristik Komunikasi Massa dan Media Massa

Adapun karakteristik menurut (Romli, 2009:30) komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. Komunikator Melembaga (*Institutionalized Communicator*) atau juga *Collective Communicator*. Komunikator berbicara mewakili lembaga (media massa), bukan atas nama dirinya sendiri.
2. Pesan bersifat umum. Hal itu karena dikonsumsi untuk orang banyak yang heterogen.
3. Menimbulkan keserempakkan (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*) penerima oleh massa. Media yang menjadi saluran komunikasi di terima pada saat yang sama oleh publik.
4. Komunikan bersifat heterogen. Massa pembaca, pendengar, atau pemirsa tidak heterogen. Mereka terdiri atas macam-macam karakter, suku, ras, agama, dan kepentingan.
5. Berlangsung satu arah (*one way traffic communication*), yaitu komunikator kepada komunikan. Tanggapan atau reaksi muncul belakangan.

### 2.2.1.6 Peran Media Online

Suryawati (dalam Quail, 2011:55), menyatakan ada enam persepektif tentang peran media massa dalam konteks masyarakat modern, yaitu sebagai berikut :

1. Media massa sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa. Ia ibarat “jendela” untuk melihat apa yang terjadi di luar kehidupan.

2. Media massa adalah refleksi fakta, terlepas dari rasa suka atau tidak suka. Ia ibarat “cermin” peristiwa yang ada dan terjadi di masyarakat ataupun dunia.
3. Media massa sebagai filter yang menyeleksi berbagai informasi dan issue yang layak mendapat perhatian atau tidak.
4. Media massa sebagai penunjuk arah berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
5. Media massa sebagai sarana untuk mensosialisasikan berbagai informasi atau ide kepada publik untuk memperoleh tanggapan/umpan balik.
6. Media masa sebagai interkulator, tidak sekadar tempat “lalu lalang” informasi, tetapi memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif (Suryawati, 2011:55).

#### **2.2.1.7 Pengertian Media Online**

Media online merupakan media yang menggunakan internet. Sepintas lalu orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media online menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang di salurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan (Mondry, 2011:).

Kehadiran media *online* pada era globalisasi ini telah menambah perbendaharaan media baru (*new media*) untuk menolong para pembacanya. Ini lah salah satu produk teknologi informasi yang telah berhasil merambah dunia baru melalui jaringan internet. Akses jaringan yang cepat, murah, dan mudah

seolah telah menghipnotis publik untuk bergantung pada media ini, khususnya untuk memperluas jaringan serta referensi bagi para penggunanya. Kebutuhan masyarakat sangat tertolong melalui media online. (Muhtadi, 2016)

Kelebihan media online, memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih “personal”, yang dapat diakses siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Tentu dengan syarat, ada sarananya, berupa perangkat komputer dan jaringan internetnya. Kelebihan lain, informasi yang disebarakan dapat di-*update* setiap saat, bila perlu setiap detik, lebih dari itu, media *online* juga dilengkapi fasilitas pencarian berita dan pengarsipan berita yang dapat di akses dengan mudah (Mondry, 2011:44).

#### **2.2.1.8 Karakteristik Media Online**

Adapun karakteristik media *online* antara lain :

1. Kapasitas luas (*unlimited space*) halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan dan editing (*real time and flexible*) naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat (*no deadline*).
4. Cepat (*speed*), begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet (*wide audience*)
6. Aktual (*actual*), berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. (*Update*), pembaruan informasi terns dan dapat dilakukan kapan saja.

8. Interaktif, dua arah, dan “egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, polling, dsb.
9. Terdokumentasi (*storage*), informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
10. Terhubungan dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji (Romli, 2014:37).

#### **2.2.1.9 Analisis Framing**

Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkap rahasia dibalik sebuah perbedaan bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Dengan demikian realitas sosial dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentukan dan makna tertentu.

*Framing* adalah penekanan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, akhirnya adalah adanya bagian tertentu yang lebih menonjol yang lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak (Sobur, 2011:161-162).

### 2.2.1.10 Analisis *Framing* Robert N. Entman

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. Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentukan tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan (Eriyanto, 2012:53).

Analisis *framing* sebagai suatu metode analisis teks, banyak mendapat pengaruh dari teori sosiologi dan psikologi. Dari sosiologi terutama sumbangan pemikiran Peter L. Berger dan Erving Goffman, sedangkan teori psikologi terutama berhubungan dengan skema dan kognisi (Eriyanto, 2012:54). Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Terutama Framing, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksikan peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2012:54).

Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (story telling) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat ” ini berpengaruh pada hasil

akhir dari konstruksi realitas. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2012:54).

#### 2.2.1.11 Model Framing Robert N. Entman

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto, 2012:54).

Konsep *framing*, oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain (Eriyanto, 2012:54).

**Tabel 2.5**

#### **Dimensi Framing Robert Entman**

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proese ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (include), tetapi ada juga berita yang
-------------	---

	dikeluarkan (exclude). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari semua isu.
Penonjolan Aspek	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika dari aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Kedua faktor tersebut dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak di tampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawan yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya. Dibalik semua ini, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita.

Ada hal penting dalam *framing*, ketika sesuatu diletakkan dalam *frame*, maka ada bagian yang terbuang ada bagian yang terlihat. Jadi analisis *framing* ini merupakan analisis untuk mengkaji pembingkaihan realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lain-lain) yang dilakukan media. Pembingkaihan tersebut merupakan proses konstruksi, yang artinya realitas dimaknai dan dikonstruksi dengan cara dan makna tertentu. *Framing* digunakan oleh media untuk menonjolkan atau memberi penekanan aspek tertentu sesuai kepentingan media.

Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak (Kriyantono, 2009:30).

Menurut Entman, bahwa analisis bingkai (*frame analysis*) pada pemberitaan memiliki empat cara yaitu: mengidentifikasi masalah (*problem identification*), mengidentifikasi penyebab masalah (*casual identification*), melakukan evaluasi moral (*moral evaluation*), melakukan saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*) (Bungin, 2011:60).

**Tabel 2.6**  
**Seleksi Isu Framing Robert N. Entman**

<i>Define problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? (Pendefinisian masalah) Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgment</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk (Membuat keputusan moral) menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?

<i>Treatment Recommendation</i> (Membuat keputusan moral)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?
--	---

Konsepsi mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakna oleh wartawan. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan *master frame/* bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda (Eriyanto, 2012:36).

*Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula (Eriyanto, 2012:37). *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah

argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak (Eriyanto, 2012:37).

Elemen *framing* lain adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2012:38).

### **2.2.2 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka konseptual ini merupakan bentuk dari suatu kerangka berfikir yang digunakan sebagai pendekatan untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Kerangka ini didapat dari konsep ilmu atau teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka atau ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variable yang diteliti (Sugiyono, 2013:80).

#### **2.2.2.1 Pengertian Jurnalistik**

Menurut (Sumadiria, 2011:4) menjelaskan secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata *Journ*. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan

demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik. Sementara itu menurut (Romli, 2009:20) jurnalistik merupakan sebuah proses kegiatan dalam mengolah, menulis, dan menyebarkan berita dan opini melalui media massa. Dalam hal ini media massa dianggap sebagai peranan penting bagi jurnalis untuk menyebarkan informasi tentang suatu kejadian. Tanpa media massa masyarakat luas tidak akan tau dengan kejadian yang telah terjadi

#### **2.2.2.2 Jenis-jenis Jurnalistik**

Berdasarkan media yang digunakan untuk publikasi atau penyebaran informasi, jurnalistik dibagi menjadi tiga jenis:

1. Jurnalistik cetak yaitu proses jurnalistik di media cetak (*printed media*) koran/surat kabar, majalah, tabloid.
2. Jurnalistik elektronik atau penyiaran yaitu proses jurnalistik di media radio, televisi, dan film.
3. Jurnalistik *online* yaitu penyebaran informasi melalui situs *web* berita atau portal berita (media internet, media *online*, media siber) (Romli, 2014:36).

#### **2.2.2.3 Kode Etik Jurnalistik**

Kode etik jurnalistik adalah etika profesi wartawan. Ciri utama wartawan profesional yaitu menaati kode etik, bagaimana halnya dokter, pengacara, dan kaum profesional lain yang memiliki dan menaati kode etik. Kode etik jurnalistik sebagai berikut:

1. Independen, akurat, berimbang, dan tidak bertikad buruk.
2. Profesional (tunjukkan identitas, hormati hak privasi, tidak menuap, berita faktual dan jelas sumbernya, tidak plagiat, penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik).
3. Berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
4. Tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
5. Tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
6. Memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “*off the record*”.
7. Tidak menuliskan atau meyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi SARA.
8. Hormati kepentingan publik, kecuali untuk kepentingan publik.
9. Segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru/tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
10. Layani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional (Romli, 2009:22)

#### **2.2.2.4 Elemen Jurnalisme**

Kode etik jurnalistik secara universal tercantum dalam 9 elemen jurnalisme sebagai berikut:

1. Kewajiban pertama adalah pada kebenaran

2. Kesetiaan jurnalisisme adalah pada warga
  3. Disiplin verifikasi
  4. Jurnalis harus tetap independen
  5. Jurnalis bertindak sebagai pemantau
  6. Jurnalis harus menyediakan forum bagi kritik, komentar, dan tanggapan dari publik
  7. Membuat hal penting itu menjadi menarik dan relevan
  8. Berita yang disajikan komprehensif dan proporsional
  9. Mengikuti hati nurani, etika, tanggung jawab moral dan standar nilai
- (Ishwara, 2011:30).

#### **2.2.2.5 Pengertian Berita**

Kata “berita” sendiri berasal dari bahasa Sansakerta, *vrit* (artinya ada atau terjadi) atau *vritta* (artinya kejadian atau peristiwa). Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah “laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Sumber berita adalah fakta dan data sebuah peristiwa, meliputi apa yang kemudian menjadi rumus berita, 5W+1H: *What* (apa yang terjadi), *Where* (dimana hal itu terjadi), *When* (kapan peristiwa itu terjadi), *Who* (siapa yang terlibat dalam kejadian itu), *Why* (kenapa hal itu terjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi). (Romli, 2009:15)

Arti dasar berita adalah laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Sebuah peristiwa tidak bisa disebut berita jika tidak dipublikasikan di media massa sehingga diketahui orang banyak. Tapi tidak

semua peristiwa layak dilaporkan kepada publik melalui media massa (Romli, 2009:15).

#### **2.2.2.6 Jenis–Jenis Berita**

Jeni–jenis berita secara umum dapat di kelompokkan menjadi 5 yang di antaranya adalah :

1. *Straight News*: Berita langsung (*straight news*) merupakan berita liputan suatu peristiwa atau kejadian secara langsung. Berita langsung di buat untuk menyampaikan peristiwa-peristiwa yang secepatnya harus di ketahui khalayak. Oleh karena itu, jenis berita ini hanya melaporkan peristiwa yang terjadi secara singkat. Biasanya dikenal dengan istilah *breaking news*.
2. *Opinion News*: Berita opini adalah berita yang berisi pendapat, pernyataan, dan komentar. Praktisnya berita opini memberitakan pernyataan narasumber seperti pidato, konferensi pers, ucapan pejabat, pengamat, atau orang yang termasuk kategori “*news maker*” (pembuat berita). Sebagai tanda bahwa berita tersebut adalah berita opini, biasanya pada judul dicantumkan nama narasumber, diikuti titik dua, lalu berisi kutipan pernyataan atau kesimpulan pernyataan yang paling menarik.
3. *Deep News*: Sesuai dengan namanya berita ini ditulis secara mendalam dan lengkap. Berita jenis ini melaporkan peristiwa yang membutuhkan informasi secara intensif. Tujuannya, yaitu untuk memperoleh keterangan dan mengungkap fakta-fakta yang tersembunyi.
4. *Interpretative News*: Berita pelaporan interpretatif umumnya memfokuskan pada sebuah isu, masalah, atau peristiwa yang bersifat kontroversial. Namun,

laporan tetap terfokus pada fakta bukan opini. Dalam memberitakan informasi seperti seperti ini, wartawan dituntut dapat menganalisis dan menjelaskan persoalan yang terjadi dengan jelas. Berita interpretatif sangat bergantung pada pertimbangan nilai dan fakta yang ada. Berita jenis ini informasinya diperoleh langsung dari narasumber.

5. *Feature Story Report*: Berita pelaporan cerita khas atau lebih akrab disebut *feature* merupakan bentuk berita ringan yang mendalam, menghibur, enak untuk disimak, dan biasanya menggunakan teknik “pengisahan sebuah cerita”. *Feature* lebih sering dijumpai pada surat kabar atau majalah. Tulisan *feature* memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menghibur dan memunculkan empati pembaca (Cahya, 2012:14).

#### **2.2.2.7 Nilai Berita**

Definisi berita yang dikemukakan sejumlah pakar dengan berbagai sudut pandang (*angle*) dan penekanan khusus sangat berguna untuk merumuskan nilai-nilai berita (*news values*) atau “nilai-nilai jurnalistik” yang menjadi standar kelayakan sebuah berita layak muat atau tidak (Romli, 2009:20).

Adapun empat unsur menjadi “karakteristik utama” sebuah peristiwa dapat diberitakan atau dapat dipublikasikan di media massa (*fit to print*), yaitu aktual, faktual, penting, dan menarik.

1. Aktual, artinya peristiwa terbaru, terkini, atau hangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent event*).

2. Faktual (*factual*), yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi, bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).
3. Penting, meliputi dua hal. Pertama, besar kecilnya ketokohan orang yang terlibat peristiwa (*prominence*). Kedua, besar-kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*).
4. Menarik, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*) (Romli, 2009:20).

#### **2.2.2.8 Unsur Daya Tarik Berita**

Faktor keterkaitan individual merupakan salah satu jembatan yang dapat menghubungkan antara berita dan minat pribadi (*self-interest*). Topik-topik berita yang memiliki hubungan dekat dan intim dengan pembaca atau pendengarnya secara individual akan lebih disukai dan dapat membangkitkan semangat yang kuat untuk menarik perhatian mereka (Muhtadi, 2016:29-33).

Adapun unsur daya tarik berita, menurut (Muhtadi, 2016:29-33) :

##### 1. Ketepatan atau Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

Sifat kebaruan memang dapat memberikan nilai tersendiri bagi kualitas berita sebab pembaca selalu menginginkan berita-berita baru.

##### 2. Kedekatan (*Proximity*)

Dalam kerangka *proximity*, berita-berita yang secara geografis dekat dengan para pembacanya akan lebih menarik dan banyak dibaca daripada berita-berita yang jauh dari lokasi di mana pembaca itu berada. Sebab berita juga

merupakan salah satu rekaman peristiwa yang dapat menghubungkan antara peristiwa dan para pembacanya.

### 3. Pertentangan(*Conflict*)

Konflik, baik itu melibatkan banyak orang, menyangkut urusan-urusan lembaga politik dan pemerintahan, maupun berkenaan dengan olahraga, sering menyita perhatian para pembaca. Suatu pergolakan memang selalu menimbulkan perhatian masyarakat.

### 4. Keunggulan dan Keutamaan (*Eminence and Prominence*)

Peristiwa yang sederhana dan tidak luar biasa, jika di dalamnya terlibat orang-orang penting, bisa berubah menjadi sesuatu yang layak menjadi berita.

### 5. Konsekuensi dan Pengaruh (*Consequence and Impact*)

Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya, selain bertujuan memberikan informasi, media massa juga dimaksudkan untuk melakukan perubahan sikap dan perilaku para pembaca atau penontonya.

### 6. Minat Insani (*Human Interest*)

Berita yang mengandung aspek minat insani tidak selalu harus tampil seperti berita pada umumnya. Ia bisa saja ditulis dalam pola pemaparan berita langsung, feature, ataupun tajuk. Bahan-bahannya bisa diperoleh melalui peliputan biasa, dari hasil investigasi, ataupun interpretasi seseorang.

#### **2.2.2.9 Kategori Berita**

Pengategorisasian berita menjadi landasan atau pijakan bagi wartawan untuk menentukan bagaimana sebuah realitas diklasifikasikan dan bagaimana peristiwa didefinisikan, dipahami, bahkan direkonstruksi (Birowo, 2016:77).

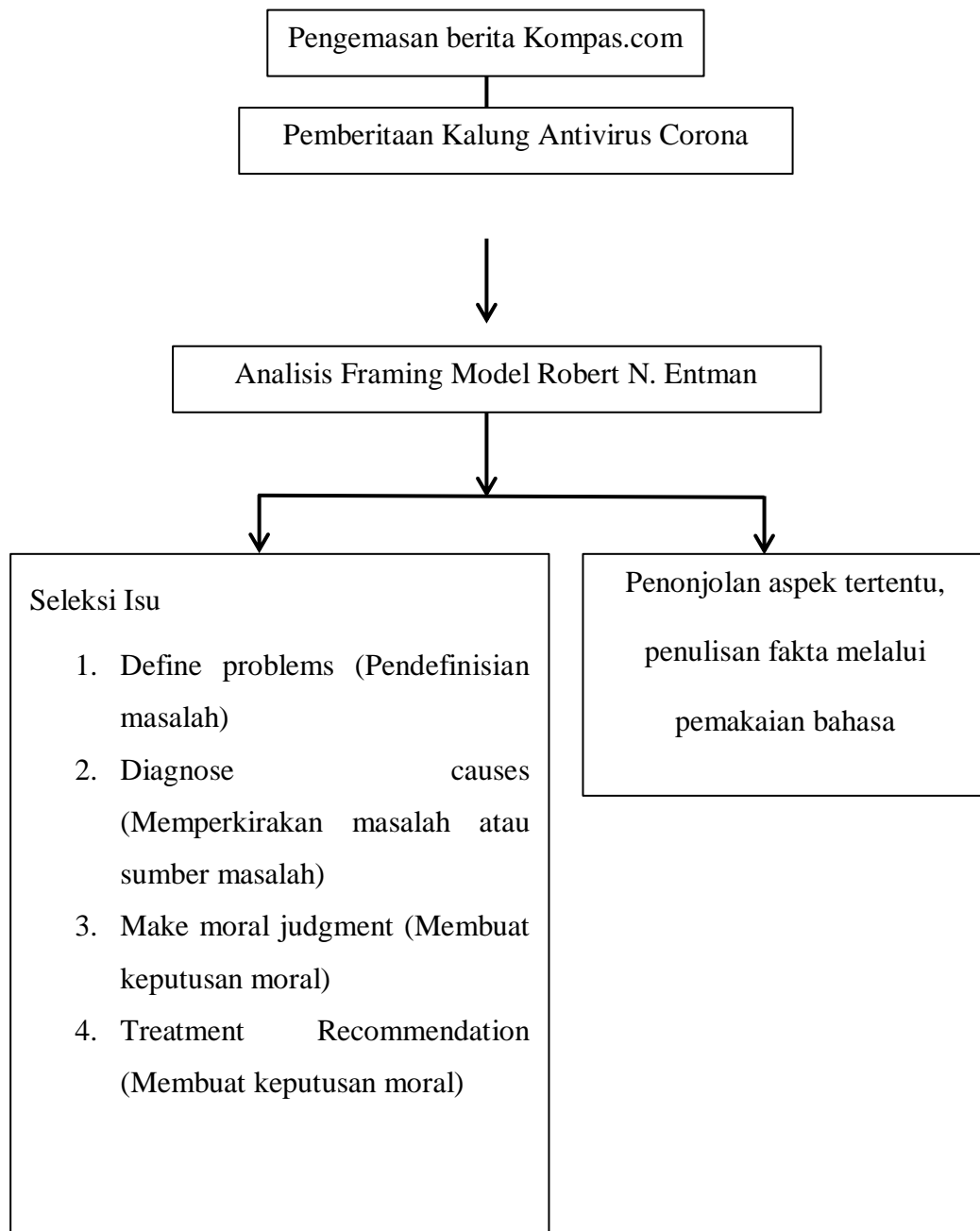
Adapun kategori berita menurut (Santana, 2013:17) terdiri dari 8 kategori berita, yakni:

1. *Hard News* : Kisah berita ini merupakan desain utama dari sebuah pemberitaan. Isinya menyangkut hal-hal penting yang langsung terkait dengan kehidupan pembaca, pendengar, atau pemirsa. Pada situs-situs berita internet, laporan langsung *di-up load* pada *up-dating* informasi yang mesti segera diketahui masyarakat.
2. *Feature News* : Kisah peristiwa atau situasi yang menimbulkan kegemparan atau imaji-imaji (pencitraan). Peristiwanya bisa jadi bukan termasuk yang teramat penting harus diketahui masyarakat, bahkan kemungkinan hal-hal yang telah terjadi beberapa waktu lalu.
3. *Sport News* : Berita-berita olahraga bisa masuk ke dalam kategori *hard news* atau *feature*. Selain dari, hasil-hasil pertandingan atau perlombaan atau rangkaian kompetisi musiman, pemberitaan juga meliputi berbagai bidang lain yang terkait sport, seperti tokoh-tokoh olahragawan, kehidupan para pemain olahraga yang hendak bertanding, kesiapan-kesiapan kelompok olahraga di dalam masa pelatihan, sampai para penggemar olahraga tertentu yang fanatik.
4. *Social News* : Kisah-kisah kehidupan sosial, seperti *sport*, bisa masuk ke dalam pemberitaan *hard news* atau *feature news*. Umumnya, meliputi pemberitaan yang terkait dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, dari soal-soal keluarga sampai ke soal perkawinan anak-anak.

5. *Interpretive* : Wartawan berupaya untuk memberi kedalaman analisis, dan melakukan survei terhadap berbagai hal yang terkait dengan peristiwa yang hendak dilaporkan.
6. *Science* : Para wartawan berupaya untuk menjelaskan, dalam bahasa berita, ikhwal kemajuan perkembangan keilmuan dan teknologi.
7. *Consumer* : Para penulis *a consumer story* ialah para pembantu khalayak yang hendak membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari, baik yang bersifat kebutuhan primer dan sekunder, seperti peralatan rumah tangga sampai aksesoris pakaian.
8. *Finansial* : Para penulis *financial news* memokus perhatiannya pada bidang-bidang bisnis, komersial, atau investasi. Para penulisnya umumnya mempunyai referensi akademis atau kepakaran terhadap subyek-subyek yang dibahasnya.

### **2.2.3 Bagan Kerangka Pikir**

Analisis *Framing* Pemberitaan Kalung Anti Virus Corona (Studi Deskriptif Kualitatif Pemberitaan Kalung Anti Virus Corona Di *Kompas.Com*)



**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber : (Eriyanto, 2012:54) dan Modifikasi Peneliti**