

## **BAB II**

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

#### **2.1. Kajian Pustaka**

Kajian kepustakaan terfokus pada penelitian-penelitian terdahul untuk memperkuat kajian penelitian yang sedang diteliti, sehingga aspek-aspek substansi dari penelitian terdahulu yang pernah diteliti dapat memperkuat penelitian yang akan datang. Kajian pustaka ini juga menunjukkan originalitas penelitian tentang Analisis Framing Robert Entman Terhadap Berita “Pelanggaran Protokol Kesehatan di Kalangan Selebtiris Setelah Suntik Vaksin Covid-19 Pada Media Tribunnews.com dan Kompas.com.

##### **2.1.1. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu**

###### **2.1.1.1 Penelitian Terdahulu 1**

Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Batubara Di Kompas.Com Dan BBC Indonesia.Com oleh Intan Leliana, Herry, Panji Suratriadi, Edward Enrieco menggunakan teori analisis framing Robert Entman peneliti merupakan mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Leliana, Herry , Panji Suratriadi , Edward Enrieco bertujuan untuk mengetahui bagaimana pbingkain sebuah berita di Kompas.com dan BBC Indonesia.com.

Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap berita-berita di dua media online, yaitu: Kompas.com dan BBCIndonesia.com, Adapun objek

penelitian yang penulis coba angkat adalah mengenai kasus korupsi dana Bansos Covid 19 dan penangkapan Menteri Sosial Juliari Batubara oleh KPK.

Pembingkaiian berita dilakukan dengan mengamati judul berita, foto yang disajikan, nara sumber beserta isi berita yang terkandung di dalamnya. Media bukanlah saluran yang bebas, media merupakan subjek yang mengkonstruksi atas realitas lengkap dengan pandangan, bias dan pemihaknya (Eriyanto, 2008). Dalam hal ini media Kompas.com memberikan ruang pada pemerintah dan Lembaga KPK dalam menyampaikan pendapat tentang salah satu aspek terbesar yang mempengaruhi pada upaya penanganan bencana dan kelancaran pemberian bantuan social kepada seluruh masyarakat Indonesia yang terdampak covid 19 sehingga dapat tepat sasaran. Kompas.com dalam mengemas sebuah berita lebih mengedepankan urgensi pada pentingnya pemahaman bahwa tindak pidana korupsi dana bansos akan sangat merugikan semua pihak dan menghambat upaya penanganan bencana, serta melakukan framing melalui upaya KPK dan Pemerintah dalam menjalankan upaya pemulihan terkait Covid 19. pembingkaiian berita menunjukkan bagaimana BBCIndonesia.com mempersepsi jika Bansos sangat rawan untuk di korupsi sehingga Juliari P Batubara dinyatakan sebagai tersangka dalam kasus korupsi bansos covid 19 dan dapat terancam dengan hukuman mati. Analisis framing pemberitaan BBCIndonesia.com.

Setelah melalui beberapa analisa pada pemberitaan tersebut, maka berdasarkan hasil analisa framing dalam penelitian ini, maka sangat jelas terlihat bahwa peran media tidak sebatas sebagai penyampai informasi, perkembangan zaman menuntut media menjalankan peran '*watch dog*' atau anjing penjaga serta

mengontrol bagi pemerintah dan Lembaga terkait atas dalam merumuskan setiap kebijakan untuk kepentingan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media Kompas.com dan BBCIndonesia.com memberikan ruang informasi dan klarifikasi bagi pemerintah dan Lembaga KPK untuk melakukan segala upaya penertiban dan penganggulangan masalah korupsi dana bansos covid 19. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa point penting Pertama, *define problem* yakni terungkapnya kasus korupsi bansos dana bantuan social yang dapat merugikan negara dan masyarakat sehingga menghalangi tujuan pemerintah dalam mengatasi dan menanggulangi kasus covid 19. Kedua *diagnose cause* yaitu Juliari P Batubara selaku Menteri Sosial telah terbukti melakukan korupsi dana bansos covid-19. Ketiga, *make moral judgment* menguatkan pentingnya kesadaran terhadap semua pihak untuk tidak mencoba melakukan tindak korupsi terutama bantuan sosial bencana, dimana dengan terjadinya kasus korupsi dana bansos yang dilakukan mesos juliari batubara mengakibatkan terjadi kerugian negara dan menghambat penerimaan bantuan terhadap masyarakat yang terdampak kasus covid 19 ini, Keempat, *treatment recommendations* adalah pemerintah akan menindak tegas pelaku tindak korupsi dana bansos dan akan menerapkan hukuman maksimal yaitu hukuman mati. Sehingga diharapkan tidak akan ada lagi celah yang dapat membuka jalan untuk melakukan korupsi dana bantuan social covid 19. Dari semua pembahasan diatas menunjukkan bagaimana media mengkonstruksi makna dalam setiap elemen-elemen beritanya. Media memiliki kekuasaan dalam menentukan sudut pandang atas segala kebijakan pemerintah, dalam artian media sebagai mengkritik dengan cara yang berbeda-beda. Melalui

temuan penelitian ini diharapkan media mampu membantu pemerintah sebagai perpanjangan tangan bukan saja menyampaikan pesan-pesan yang kontroversial tetapi juga konten berita yang positif sehingga mampu berjalan searah dengan pemerintah dalam upaya menghentikan, meringankan dan menanggulangi kasus Covid 19.

#### **2.1.1.2 Penelitian Terdahulu 2**

Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna menggunakan teori analisis framing Robert Entman peneliti merupakan mahasiswa Universitas Mulawarman Samarinda dan Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemberitaan mengenai Gugus Tugas penanganan Covid-19 di ketiga media online edisi 20-23 Maret 2020. Empat tahap Framing Entmant mencakup: *Define Problem, Diagnose Cause, Make moral judgment dan Treatment recommendation*. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman dengan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil analisa framing dalam penelitian ini, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa peran media tidak sebatas sebagai penyampai informasi, perkembangan zaman menuntut media menjalankan peran 'watch dog' atau anjing penjaga bagi elit atas dalam merumuskan setiap kebijakan untuk kepentingan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media CNNIndonesia.com, Liputan6.com dan Kompas.com memberikan ruang

klarifikasi bagi pemerintah yaitu gugus tugas Covid-19 atas tanggapan pro kontra dari masyarakat mengenai keterlibatan para influencer. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa point penting; Pertama, *define problem* yakni kontroversial masyarakat dalam hal ini netizen atas upaya yang hendak dilakukan satgas menggandeng para influencer sebagai upaya mengedukasi milenial. Kedua, *diagnose cause* yaitu pemerintah meyakini bahwa sumber penyebaran virus terbesar didominasi oleh generasi milenial. Ketiga, *make moral judgment* dimana pihak influencer memberikan penekanan bahwa kontribusi mereka semata-mata tanpa bayaran dan bukti dedikasi kepada bangsa dalam membantu pemerintah menekan lajunya penyebaran Covid-19 terutama di generasi milenial. Keempat, *treatment recommendations* dari empat media adalah dirasa penting Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online bagi berbagai pihak berkolaborasi, bersatu berperan dalam upaya pencegahan penyebaran virus. Bukan hanya dari pemerintah namun dari para influencer dan masyarakat. Penekanan dalam keempat media tersebut bahwa setiap orang punya peran sendiri-sendiri dalam memberikan kesadaran tentang bahaya Covid-19 sehingga akan berujung pada Indonesia yang kembali sehat. Simpulan diatas menunjukkan bagaimana media mengkonstruksi makna dalam setiap elemen-elemen beritanya. Media memiliki kekuasaan dalam menentukan sudut pandang atas segala kebijakan pemerintah, dalam artian media sebagai mengkritik dengan cara yang berbeda-beda.

Melalui temuan penelitian ini diharapkan media mampu membantu pemerintah sebagai perpanjangan tangan bukan saja menyampaikan pesan-pesan

yang kontroversial tetapi juga konten berita yang positif sehingga mampu mengurangi kecemasan di masa pandemi Covid-19 ini

### **2.1.1.3 Penelitian Terdahulu 3**

PEMBERITAAN SUNNY TANUWIDJAJA (Analisis Framing Media Online terhadap pemberitaan Sunny Tanuwidjaja di Tempo, Kompas, Merdeka, Tribun, Detik oleh Agung Wibiyanto, S.S., M.M Politeknik Indonusa Surakarta menggunakan teori analisis framing Robert Entman.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik framing pemberitaan tentang Sunny Tanuwidjaja melalui media online Tempo, Merdeka, Tribun, Kompas dan Detik menggunakan metode Entman seperti berikut ini: a. *Define Problem*, Pemberitaan yang disampaikan tidak melibatkan kesimpulan dari wartawan si penulis berita atau lebih mengemukakan fakta yang disampaikan. Ulasan dari Tempo memaparkan nama Sunny disebut sebagai perantara antara pihak pengembang/pengusaha dengan Pemprov DKI Jakarta. Ulasan dari Merdeka memaparkan peranan Sunny yang terang terangan sebagai perantara antara Ahok dengan para politisi, dan pengusaha. Ulasan dari Tribun Prijanto menyebutkan bahwa Sunny merupakan shadow of government dan tahu banyak soal persoalan kasus kasus yang ditangani pemprov DKI Jakarta. Ulasan dari Kompas Ahok menyebutkan bahwa Sunny mempunyai ikatan keluarga dengan istri frangky Widjaja, anak dari bos Sinar Mas. Ulasan dari Detik menyatakan kedekatan Sunny dengan Ahok, tidak sebatas hubungan antara anak magang dengan bosnya. b. *Diagnose Causes*, merupakan elemen framing yang untuk mengetahui siapa aktor dari suatu peristiwa. Ulasan

dari Tempo menyatakan pencekalan yang dikeluarkan KPK untuk Sunny agar tidak berpergian ke luar negeri. Merdeka menyebutkan wewenang dan peranan Sunny yang tidak begitu jelas walaupun Sunny sendiri membantah kalau dirinya sebagai konsultan. Tribun menjelaskan Sunny bisa keluar masuk ruang kerja Ahok secara leluasa tidak terikat dinas. Kompas memaparkan nama Sunny dikaitkan dalam kasus suap yang melibatkan Sanusi. Sementara dari penjelasan detik hampir sama dengan dengan Merdeka, di mana Sunny menjadi pihak penghubung antara pemerintah propinsi dengan para pengusaha c. Make Moral Judgement, digunakan untuk memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah dalam pemberitaan Sunny Tanuwidjaja. Tempo menekankan status Sunny yang boleh dibilang “abu abu” sebagai staf khusus Ahok kerap berpeluang bertemu dengan banyak pengusaha dan politisi. Merdeka menekankan namanya Makelar yang pasti akan bermain porsi lebih besar terlebih dalam proyek skala besar seperti reklamasi teluk Jakarta. Tribun menekankan wewenang dan peranan tidak jelas dari Sunny Tanuwidjaja sebagai staf khusus Ahok bisa memancing stigma negatif terhadap jalannya pemerintahan gubernur Ahok. Kompas menekankan Ahok dan Sunny terbilang dekat mengingat Sunny juga meneliti kepemimpinan Ahok untuk disertasi doktoralnya di Amerika Serikat. Detik menekankan nama Sunny dipakai untuk kepentingan politis Ahok yang waktu itu mendaftar lewat jalur independen mengingat Sunny sendiri juga ahli politik d. Treatment Recommendation, merupakan penyelesaian masalah yang dikehendaki oleh wartawan. Tempo merekomendasikan Ahok perlu menjelaskan secara terperinci apa dan tugas wewenang dari para bawahannya berdasarkan tata cara

administratif supaya tidak menimbulkan persepsi negatif dalam kepemimpinan gubernur Ahok. Merdeka merekomendasikan Keleluasaan akibat ketidakjelasan wewenang dari Sunny bisa menimbulkan kecurigaan public. Tribun merekomendasikan Peranan Sunny yang begitu bias bisa memunculkan image ganda, di salah satu sisi memberikan keleluasaan bagi para pengembang/pengusaha terkait tawar menawar dengan pihak Legislatif di DPRD Provinsi DKI Jakarta. merekomendasikan Ahok seharusnya bisa Jakarta: Raja Grafindo Persada. menjelaskan status dan peranan dari Sunny Tanuwidjaja mengingat hal ini bisa dipakai Media in the Distribution of Power, untuk kepentingan politis tertentu apalagi momen pemilihan kepala daerah untuk Jakarta telah dekat.

Tabel 1 Matrik Penelitian Terdidulu 1

**Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos  
Juliari Batubara di Kompas.com Dan BBC Indonesia.com**

No	Item	Penelitian I (Skripsi)
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Intan Leliana , Herry , Panji Suratriadi , Edward Enrieco (2018) <b>Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Batubara Di Kompas.Com Dan BBC Indonesia.Com</b> peneliti merupakan mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Intan Leliana , Herry , Panji Suratriadi , Edward Enrieco <sup>4</sup> bertujuan untuk mengetahui bagaimana pbingkain sebuah berita di Kompas.com dan BBC Indonesia.com.
3.	Pendekatan Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif
4.	Teori	Analisis Framing Robert Entman
5.	Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa point penting; Pertama, <i>define problem</i> yakni terungkapnya kasus korupsi bansos dana bantuan social. Kedua <i>diagnose cause</i> yaitu Juliari P Batubara selaku Mentri Sosial telah terbukti melakukan korupsi dana bansos covid 19. Ketiga, Ketiga, <i>make moral judgment</i> menguatkan pentingnya kesadaran terhadap semua pihak untuk tidak mencoba melalukan tindak korupsi. Dan keempat, <i>treatment recommendations</i> adalah pemerintah akan menindak tegas pelaku tindak korupsi dana bansos dan akan menerapkan hukuman maksimal yaitu hukuman mati.
6.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaannya pada penelitian ini yaitu dari objek pembahasannya sedangkan persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan teori yang sama.
7.	Kritik	Kurangnya pembahasan teori yang akan digunakan dipenelitian ini

Tabel 2 Matrik Penelitian Terdahulu 2

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

No	Item	Penelitian 2 (Skripsi)
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna (2020) <b>Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online</b> peneliti merupakan mahasiswa Universitas Mulawarman Samarinda dan Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemberitaan mengenai Gugus Tugas penanganan Covid-19 di ketiga media online edisi 20-23 Maret 2020. Empat tahap Framing Entman mencakup: Define Problem, Diagnose Cause, Make moral judgment dan Treatment recommendation. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman dengan pendekatan kualitatif.
3.	Pendekatan Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif
4.	Teori	Analisis Framing Robert Entman
5.	Hasil	Berdasarkan hasil analisa framing dalam penelitian ini, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa peran media tidak sebatas sebagai penyampai informasi, perkembangan zaman menuntut media menjalankan peran 'watch dog' atau anjing penjaga bagi elit atas dalam merumuskan setiap kebijakan untuk kepentingan masyarakat.
6.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian	Perbedaannya pada penelitian ini yaitu dari objek pembahasannya sedangkan persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan teori yang sama.

7.	Kritik	Kurangnya penjelasan kasus yang akan di teliti.
----	--------	---

Tabel 3 Matrik Penelitian Terdahulu 3

**PEMBERITAAN SUNNY TANUWIDJAJA (Analisis Framing Media Online terhadap pemberitaan Sunny Tanuwidjaja di Tempo, Kompas, Merdeka, Tribun, Detik)**

No.	Item	Penelitian 3 (Skripsi)
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Agung Wibiyanto, S.S., M.M Politeknik Indonusa Surakarta <b>PEMBERITAAN SUNNY TANUWIDJAJA (Analisis Framing Media Online terhadap pemberitaan Sunny Tanuwidjaja di Tempo, Kompas, Merdeka, Tribun, Detik)</b>
2.	Tujuan Penelitian	untuk memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah dalam pemberitaan Sunny Tanuwidjaja.
3.	Pendekatan Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif
4.	Teori	Analisis Framing Robert Entman
5.	Hasil	hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik framing pemberitaan tentang Sunny Tanuwidjaja melalui media online Tempo, Merdeka, Tribun, Kompas dan Detik menggunakan metode Entman
6.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang akan Peneliti lakukan	Perbedaannya pada penelitian ini yaitu dari objek pembahasannya sedangkan persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan teori yang sama.
7.	Kritik	Tujuan dari penelitian ini tidak dijelaskan secara rinci.



## 2.1. Kerangka Pemikiran

### 2.1.1. Kerangka Teoretis

#### 2.2.1.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan. Perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), hingga media (teknologi komunikasi) yang ada. Mulai dari penggunaan daun lontar, menggunakan jasa kurir, burung merpati untuk berkirim surat, hingga penggunaan teknologi yang sudah terbuat dari mesin elektronik dan seluler seperti sekarang ini, gejala komunikasi berkembang seiring dengan kemajuan pada ranah teknologi (Soyomukti, 2012).

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti ‘membuat kebersamaan’ atau ‘membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih’. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya ‘berbagi’. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (verb) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti: *pertama*, Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi. *Kedua*, Untuk menjadikan paham (tahu). *Ketiga*, Untuk membuat sama. Dan *keempat*, Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Sedangkan, dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti Pertukaran simbol, pesan -pesan yang sama, dan

informasi juga Proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol -simbol yang sama, Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi . Jadi secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Kemudian Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Objek Ilmu Komunikasi adalah komunikasi, yakni usaha penyampaian pesan antarmanusia. Ilmu Komunikasi tidak mengkaji proses penyampaian pesan kepada makhluk yang bukan manusia (hewan dan tumbuh-tumbuhan) (Soyomukti, 2012).

### **2.2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi**

#### 1) Pengirim Pesan : Komunikator

Pengirim pesan adalah manusia yang memulai proses komunikasi, disebut “komunikator ”. Komunikator ketika mengirimkan pesan tentunya memiliki motif dan tujuan, yang sering disebut “motif komunikasi”. Ada yang menyebut pengirim pesan atau komunikator dengan istilah “pengirim” saja atau disebut juga “sumber”. Sebagai pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebutnya sebagai *encoder*. Istilah “*encoder*” identik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi. “*Encoding* ” adalah proses penyandian, yang disandikan adalah pesan. Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang, serta kumpulan orang (massa). Apabila orang banyak atau lebih dari satu orang tersebut relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relatif

tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya lemah, mereka disebut sebagai “kelompok besar” atau “publik”.

#### 5) Penerima Pesan : Komunikan

Penerima pesan (komunikan ) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Ada ahli lain yang menyebut penerima pesan atau komunikan sebagai “*decoder* ”. Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antarpribadi, peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis, dapat saling berganti. Misalnya, dalam kasus di atas, ketika ibu penulis menulis surat sebagai jawaban atas surat yang penulis kirimkan, ia juga telah bertindak sebagai komunikator juga. Ketika penulis menerima surat yang ditulis ibu penulis, dari kacamata ibu penulis, penulis berfungsi sebagai komunikannya.

#### 6) Pesan

Pesan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan dari komunikator kepada komunikan, ia menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol /lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (*audio*), gambar (*visual*), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan , yakni wujud konkret dari pesan, berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Suara, mimik, dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam

pesan nonverbal, sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal.

#### 7) Efek Komunikasi

Efek Komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal: Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi ; Pengaruh afektif , yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif , tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu); dan Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu. Misalnya, karena baru mendengar khotbah di masjid yang mengobarkan kebencian terhadap agama lain, umat Islam di masjid tersebut beramai-ramai menuju gereja dan membakarnya.

Bisa dari atau tidak, tujuan komunikasi memang untuk menyampaikan pesan agar terjadi perubahan perasaan dan tingkah laku pada komunikan. Komunikasi politik, seperti kampanye, jelas bertujuan agar si komunikan memilih atau memberi dukungan terhadap pihak yang berlaku sebagai komunikator. Demikian pula dalam studi komunikasi, seperti periklanan, tujuan menyampaikan pesan adalah agar ide, barang, atau jasa yang dijual

laku sebanyakbanyaknya. Maka, dipelajarilah hal itu dalam bidang studi periklanan (*advertising*). Dalam sebuah organisasi, cara menyampaikan pesan agar publik internal maupun eksternal memberikan dukungan yang positif dan terus-menerus kepada organisasi, dipelajari dalam bidang studi humas (*public relation*). Dalam jurnalistik juga demikian, bagaimana cara menyampaikan pesan melalui media massa agar dipahami sebagaimana adanya, dipelajari dalam bidang studi jurnalistik (*journalistic*).

#### 8) Saluran Komunikasi (Media)

Agar pesan yang disampaikan komunikator sampai pada komunikan, dibutuhkan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi lebih identik dengan alat (benda) untuk menyampaikan. Jadi, saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi. Saluran komunikasi dapat berjalan baik ada media atau tidak. Komunikasi bisa terjadi tanpa media atau *nonmediated communication* yang berlangsung tatap muka atau *vis-a-vis* (*face-to-face*), tatap muka. Aktivitas komunikasi tatap muka ini bentuknya bermacam-macam, mulai dari perbincangan, wawancara, konseling, rapat, seminar, lokakarya, hingga pameran tempat target komunikan (calon konsumen) dapat berbincang langsung tatap muka dengan wakil dari perusahaan guna membicarakan produk yang dipamerkan. Komunikasi juga berjalan dengan bantuan sarana berupa media, yang disebut media komunikasi. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang

sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesannya agar sampai ke komunikan (Soyomukti, 2012).

### **2.2.1.3.Hakikat Komunikasi**

Hakikat Komunikasi Untuk memudahkan kita mendefinisikan dan memahami komunikasi, kita harus mengerti hakikat komunikasi . Kita harus mengambil unsur-unsur komunikasi yang merupakan elemen yang selalu ada ketika kita bicara tentang komunikasi, untuk mengidentifikasi apakah suatu peristiwa atau gejala dapat kita sebut komunikasi atau bukan. Dari apa yang kita bahas di atas, setidaknya ada tiga unsur yang bisa kita gunakan: Usaha, Penyampaian pesan, dan Antarmanusia (Soyomukti, 2012).

### **2.2.1.4.Analisis framing**

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan di konstruksi oleh media (Eriyanto, 76), Framing juga sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Disini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Menurut Amy Binder frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa (Eriyanto, 2012).

Selain itu, framing adalah pendekatan adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isi dan menulis berita. Seperti dikatakan Todd Gitlin yaitu sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Laporan Berita yang akhirnya

ditulis oleh wartawan pada akhirnya menampilkan apa yang perlu disampaikan oleh wartawan kepada khalayak pembaca. Ada dua aspek dalam framing. Pertama, memilih fakta atau realitas, apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*), kedua yaitu menulis fakta. Framing adalah upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi bermakna, lebih mencolok dan diperhatikan oleh publik (Eriyanto,2012).

Menurut Goffman, sebuah frame adalah sebuah skema interpretasi, dimana gambaran duniayang dimasuki seseorang diorganisasikan sehingga pengalaman tersebut menjadi punya arti dan bermakna. Analisis framing membantu kita untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa yang sama itu dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang secara radikal berbeda. Ilustrasi ini menunjukkan bagaimana frame yang pakai oleh wartawan mempengaruhi bagaimana peristiwa disajikan secara berbeda dalam berita yang ditulis (Eriyanto,2012).

#### **2.2.1.5. Analisis framing Robert Entman**

Robert N. Entman adalah salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Konsep mengenai framing ditulis dalam sebuah artikel untuk Journal of Menurut Entman, meskipun analisis framing dipakai dalam berbagai bidang studi yang beragam, satu faktor yang menghubungkannya adalah bagaimana tekskomunikasi yang disajikan, bagaimana representasi yang ditampilkan secara menonjol mempengaruhi khalayak. Menurut Entman, framing bisa menjadiparadigma penelitian komunikasi. Framing misalnya dapat dipakai untuk meneliti beberapa konsep (Eriyanto, 2012).

Konsep framing dari Entman ini memiliki empat unsur atau elemen di dalamnya, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, *treatment recommendation*. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat. *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah) adalah apa atau siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah. *Make moral judgement* (membuat keputusan moral) adalah nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah, nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian) adalah penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu (Eriyanto, 2012).

## **2.2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.2.1. Jurnalistik**

Dari segi *etimologi*, istilah jurnalistik terdiri dari dua suku kata, jurnal, dan istik. Kata jurnal berasal dari bahasa perancis, *journal*, yang berarti catatan harian. Hampir sama bunyi ucapannya dengan kata itu kita temukan dalam bahasa latin, *diurna* yang mengandung arti hari ini. Sehubungan dengan kegiatan jurnalistik, pada zaman kerajaan Romawi Kuno yang diperintaholeh Julius Caesar dikenal dengan istilah *acta diurna* yang mengandung makna rangkaian akta (gerakan, kegiatan, dan kejadian)hari ini. Adapun kata istik merujuk pada istilah *estetika* yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan.

Dengan demikian secara etimologis jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari, karya mana memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian khalayak sehingga

dapat dinikmati dan di manfaatkan untuk keperluan hidupnya dalam arti mencari (informasi), memilih dan mengumpulkan (bahan berita ), serta mengolah (menyusun) naskah berita untuk memenuhi kebutuhan khalayak (Suhandang, 2010).

Adi Negoro mengemukakan bahwa jurnalistik adalah kepandaian yang praktis, sedangkan publisistik adalah kepandaian yang ilmiah. Sebagai kepandaian praktis jurnalistik adalah salah satu objek disamping objek-objek lainnya dari ilmu publisistik, yang mempelajari seluk beluk penyiaran berita-berita dalam keseluruhannya dengan meninjau segala saluran bukan saja pers, tapi juga radio, televisi, film, teater, rapat-rapat umum, dan segala lapangan. Effendi menyatakan bahawa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat. Sebaliknya Ensiklopedia Indonesia menerangkan secara rinci bahwa jurnalistik sebagai bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian) secara berkala dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada. (Suhandang, 2010).

#### **2.2.2.2. Pers**

Istilah *pers* itu sendiri bersal dari istilah asing (Belanda) namun diterima sebagai istilah bahasa Indonesia. Yaitu ditulis *press*, yang berarti ‘percetakan’ atau ‘mesin cetak’ mesin cetak inilah rupanya yang memungkinkan terbitnya surat kabar, sehingga orang mengatakan yang dimaksud pers adalah persuratkabaran. Kemudian adanya dua pengertian umum dari pers. *Pertama*, secara sempit pers

dimaksudkan sebagai persuratkabaran. *Kedua*, secara luas pers mengandung arti suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan arti suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan jurnalistik.

Sedangkan yang dimaksud dengan kegiatan jurnalistik masa kini adalah semua usaha dimana dan melalui mana berita-berita serta komentar-komentar tentang suatu peristiwa sampai kepada publik. Semua peristiwa di dunia, baik itu merupakan pendapat maupun kejadian, akan selalu menimbulkan selera hati nurani manusia untuk mengetahuinya lebih jauh. Oleh karena itu Leslie Strphens mengatakan bahwa jurnalistik itu terdiri dari penulisan tentang hal-hal yang penting dan belum diketahui. Dari pernyataan diatas dapat kita simpulkan bahwa secara luas pers merupakan suatu lembaga kemasyarakatan yang kegiatannya melayani dan mengatur kebutuhan hati nurani manusia selaku makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari (Kustandi,2010).

Menurut **Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers**, yang dimaksud dengan pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik 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. Pers di Indonesia memiliki asas prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hokum (Ambar, 2017).

Fungsi pers di Indonesia mengacu pada fungsi pers secara universal dan telah memiliki landasan serta pedoman. Rumusan fungsi pers di Indonesia

termaktub dalam Pasal 3 Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers yang berbunyi sebagai berikut :

- **Ayat 1** : Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.
- **Ayat 2** : Disamping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. (Ambar, 2017)

### 2.2.2.3. Pengertian Berita

Istilah “news”, dalam bahasa inggris yaitu “Berita”, berasal dari “new” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dengan kata lain semua hal yang baru merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (news). Oleh karena itu hornby menjelaskan ‘news’ sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir (=sangat-sangat baru), baik peristiwanya maupun faktanya. Secara ilmiah Curtis D. Macdougall menyatakan bahwa berita yang selalu dicari oleh reporter adalah laporan tentang fakta yang terlibat dalam suatu peristiwa , namun bukan hakiki dari peristiwa itu sendiri. Namun demikian Dr. Willard G. Bleyer mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca, dan berita yang terbaik ialah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca yang besar. (Kustandi, 2010)

Sedangkan secara etimologis istilah (berita) dalam bahasa indonesia mendekati istilah “*bericht (en)*” dalam bahasa belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan mengingat indonesia lama dijajah belanda. Dalam bahasa belanda istilah “*bericht (en)*” dijelaskan sebagai “*mededeling*” (pengumuman)

yang berakar kata dari “*made (delen)*” dengan sinonim pada “bekend maken” (memberitahukan), mengumumkan membeuat terkenal) dan “*vertelen*” (mencertitakan atau memberitahukan. Sedangkan Departemen Pendidikan Ri membekukan istilah “berita” dengan pengertian sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Dari uraian tadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan “berita (news)” itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa yang melibatkan fakta dan data yang da didalam semesta ini, yang terjadinyapun aktual dalam arti “baru saja” atau hangat dibicarakan orang banyak. Adapaun cara melaporkan atau memberitakan sesuatu, supaya menarik perhatian orang banyak, orang lazim melakukannya dengan gaya “*to the point*” atau “diplomatis”. Demikian pula dalam hal membuat dan menyajikan berita secara Jurnalistik, kita mengenal jenis berita yang langsung (*to the point*) mengemukakan fakta yang terlibat di dalamnya dan di sebut *staight news*, serta yang tidak langsung dalam arti dibumbui kata-kata berbunga (diplomatis) sehingga fakta yang tampaknya sepele menjadi menarik untuk diminati dan dinikmati, dan jenis ini disebut *feature news* (Kustandi, 2010).

### **Nilai Berita:**

#### **1) Aktualitas (Timeliness)**

Timeliness berarti waktu yang tepat. Artinya, memilih berita yang akan disajikan harus sesuai dengan waktu yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Tepat waktu maksudnya, ketepatan dalam menyampaikan informasi tentang

peristiwa yang sedang ditunggu oleh masyarakat dalam segi waktu. Untuk itu, berita juga harus disiarkan secepat, mungkin sehingga faktor aktualitas bagi sebuah berita merupakan dasar utama yang harus dipertimbangkan.

## 2) **Proximity (kedekatan)**

Proximiy artinya kedekatan. Kedekatan disini maknanya sangat bervariasi, yakni dapat berarti dekat dilihat dari segi lokasi, pertalian ras, profesi, kepercayaan, kebudayaan maupun kepentingan yang terkait lainnya.

## 3) **Prominence (keterkenalan)**

Artinya orang terkemuka atau ketokohan. Semakin seseorang itu terkenal maka akan semakin menjadi bahan berita yang menarik pula. Mereka bisa saja dari berbagai kalangan seperti tokoh politik, agama, seniman, ataupun tokoh militer.

## 4) **Consequence (dampak)**

Konsekuensi atau akibat yaitu segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan dan lain-lain yang dapat berakibat merugikan atau menyenangkan orang banyak merupakan bahan berita yang menarik.

## 5) **Human Interest**

Berita human interest di media televisi memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibanding media lainnya, karena dilengkapi dengan objek asli secara visual bukan imajinatif. Didukung dengan radio yang dapat memberikan daya tarik ekstra (Rosda, 2013).

#### **2.2.2.4. Media Massa**

Istilah “media massa” merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekadar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain. Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat (Soyomukti, 2012).

Peran media dalam membentuk opini publik dan mengarahkan opini massa sesuai kepentingannya berkaitan dengan beberapa pendekatan. Salah satu teori yang paling dikenal adalah “*Agenda Setting Theory*”, Diyakini bahwa agenda media dapat mengatur agenda publik, dan agenda publik pada gilirannya dapat mengatur agenda pemerintah. Artinya, masalah apa pun yang diekspose terus menerus oleh banyak media pada waktu yang sama, dengan cepat dapat memengaruhi topik pembicaraan di masyarakat luas (Soyomukti, 2012).

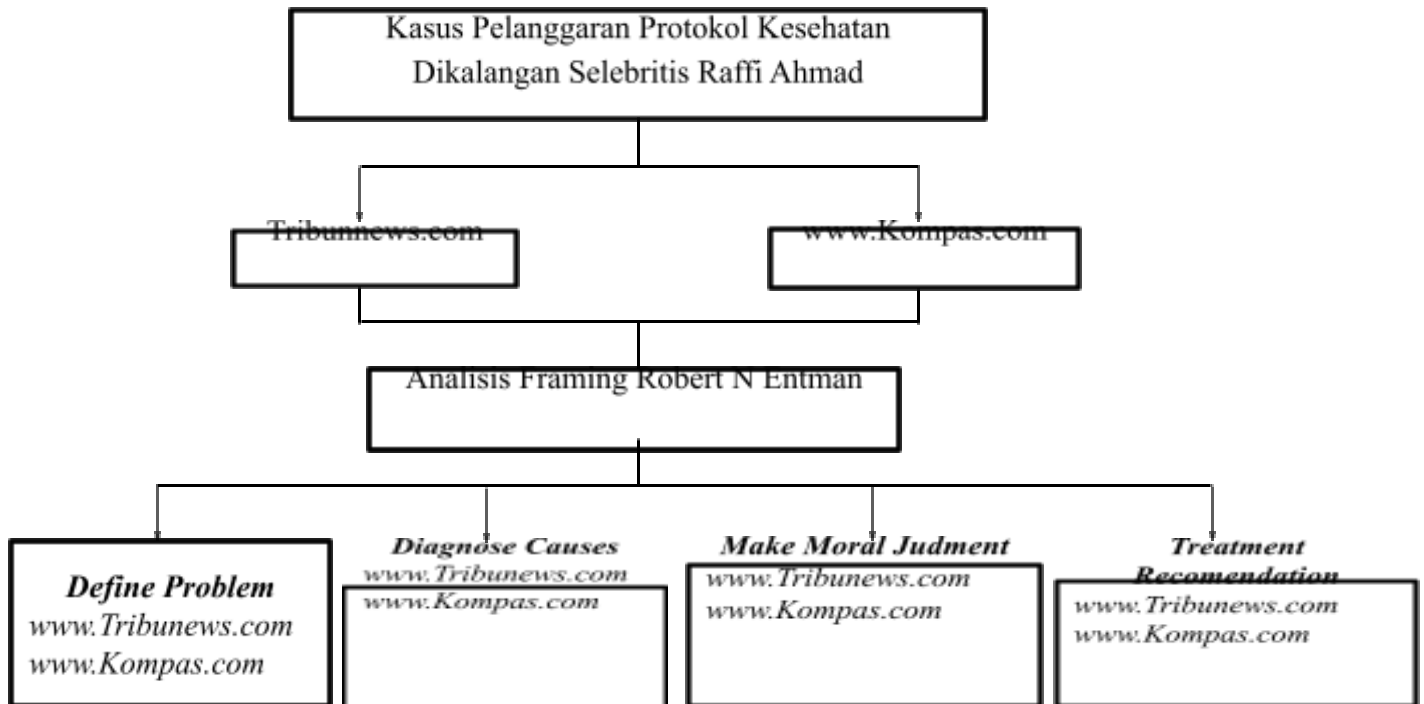
#### **2.2.2.5. Media online**

Media *online* adalah saluran komunikasi yang terjadi secara online melalui situs web di internet, baik itu berisi teks, foto, video, atau musik. Dengan kata lain, semua jenis saluran komunikasi yang ada di internet adalah media online. Sedangkan pengertian media online secara khusus adalah semua yang berhubungan dengan komunikasi massa (Prawiro, 2018)

Menurut situs *Business Dictionary*, pengertian media online adalah media digital yang mencakup teks, foto, video, dan musik, yang didistribusikan melalui jaringan internet. Juga Menurut Ashadi Siregar pengertian media online adalah penyebutan umum kepada media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media online ini termasuk website, radio-online, pers online, dan e-commerce (Prawiro, 2018).

Pada praktiknya, fungsi media *online* ini sama saja dengan media massa pada umumnya. Diantaranya fungsi informasi, fungsi sosialisasi, fungsi diskusi dan perdebatan, fungsi pendidikan, fungsi memajukan kebudayaan, fungsi hiburan dan fungsi integrasi (Prawiro, 2018).

### 2.2.3. Bagan Kerangks Konseptual



**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran**

(sumber: Hasil Modifikasi Penelitian, 2021)