

BAB II

LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan analisis framing berita sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Diantaranya adalah Leonarda Johaness R.S. Jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Di Harian Media Indonesia Dan Koran Sindo. Adapun hasil penelitiannya adalah unsur kepemilikan media memberikan pengaruh kepada proses penulisan berita, apalagi jika berita tersebut menyangkut kegiatan pemilik media tersebut. Sehingga faktor kepemilikan media tidak bisa lepas dari fungsi check and balance.¹

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook oleh Rieka Mustika. Adapun hasil penelitiannya adalah 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 bernuansa Islam selalu memilih narasumber yang memiliki pemikiran Islam.²

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Berita Serangan Isis Di Paris Pada Surat Kabar Harian Waspada, Sib Dan Analisa oleh Desiana. Adapun hasil penelitiannya adalah Pada harian Waspada menggunakan frame bidang keagamaan sebab sebagai surat kabar harian yang Islami, penyampaian

¹ Johaness R.S, e-Journal : Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Di Harian Media Indonesia Dan Koran Sindo. (JURNAL E-KOMUNIKASI, VOL I. NO.2 TAHUN 2013)

² Rieka Mustika, jurnal : Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook. (Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 20 No. 2, Desember 2017)

pemberitaannya terfokus pada masalah agama. Berbeda dengan harian SIB yang mengangkat masalah politik, sehingga frame yang digunakan SIB ialah frame bidang politik. Sementara sebagai surat kabar yang bersifat netral.³

Jurnal yang berjudul MEDIA, POLITIK dan KEKUASAAN (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV) oleh Ayub Dwi Anggoro. Adapun hasil penelitiannya adalah ditemukan keberpihakan media pada pasangan calon presiden dalam konten pemberitaan yang disiarkan. TV One membingkai program pemberitaan yang mencitrakan Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai pemenang Pemilu 2014-2019 sedangkan Metro Tv Pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sebagai pemenang pemilu 2014-2019.⁴

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Konflik Israel-Palestina dalam Harian Kompas dan Radar Sulteng oleh Achmad Herman dan Jimmy Nurdiansa. Adapun hasil penelitiannya adalah ditemukan bahwa ada komunikasi yang berbeda diantara keduanya khususnya tentang penilaian moral.⁵

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Bom Sarinah di Kompas.com dan Merdeka.com oleh Kumala Citra Somara Sinaga. Adapun hasil penelitiannya adalah Hasil rekonstruksi atau framing terlihat bahwa sikap kompas.com dalam peristiwa ini lebih menonjolkan sisi human interest dari pihak kepolisian. Sedangkan merdeka.com menampilkan berita yang tidak terikat oleh

³ Desiana, jurnal : Analisis Framing Berita Serangan Isis Di Paris Pada Surat Kabar Harian Waspada, Sib

Dan Analisa. (Jurnal Al-Balagh, Vol. 1, No. 1, 2016)

⁴ Ayub Dwi Anggoro, jurnal : MEDIA, POLITIK dan KEKUASAAN (Analisis Framing Model Robert N.

Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV). (Jurnal

Aristo Vol.2 No. 2 Juli 2014)

⁵ Achmad Herman/Jimmy Nurdiansa, jurnal : Analisis Framing Pemberitaan Konflik Israel-Palestina dalam Harian Kompas dan Radar Sulteng. (Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Mei Agustus 2010)

paham ataupun kepentingan tertentu, dimana dapat dilihat dari setiap berita merdeka.com yang tidak “berat” kepihak tertentu.⁶

Jurnal yang berjudul Pemberitaan Hubungan Jokowi Dengan Megawati Di Media Kompas.com, Republika.co.id, Dan Tempo.co: Analisis Framing Robert N. Entman oleh Ni Wayan Herayati. Adapun hasil penelitiannya adalah tidak semua berita yang dimuat media Kompas.com, Republika.co.id, dan Tempo.co menggunakan elemen Treatment Recommendation.⁷

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Berita Calon Presiden RI 2014 - 2019 Pada Surat Kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim oleh Elina Flora. Adapun hasil penelitiannya adalah pengaruh pemilik media memberikan dampak pada keberpihakan pemberitaan oleh media, Kaltim Post sebagai salah satu surat kabar terbesar di Kalimantan Timur lebih menonjolkan sosok Dahlan Iskan didalam pemberitaannya. Tidak jauh berbeda dengan Kaltim Post, Tribun Kaltim juga menonjolkan salah satu tokoh, yaitu Jokowi.⁸

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Dalam Riset Public Relations oleh Narayana Mahendra Prastya. Adapun hasil penelitian adalah secara praktis, framing bermanfaat bagi PR organisasi untuk menyusun pesan yang dapat diterima oleh publik dan menghadirkan citra positif bagi organisasi.⁹

⁶ Kumala Citra Somara Sinaga, jurnal : Analisis Framing Pemberitaan Bom Sarinah di Kompas.com dan

Merdeka.com. (JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016)

⁷ Ni Wayan Herayati, jurnal : Pemberitaan Hubungan Jokowi Dengan Megawati Di Media Kompas.com,

Republika.co.id, Dan Tempo.co: Analisis Framing Robert N. Entman. (Vol 5, No 3 (2016) Universitas

Pendidikan Ganesha)

⁸ Elina Flora, Analisis Framing Berita Calon Presiden RI 2014 - 2019 Pada Surat Kabar Kaltim Post dan

Tribun Kaltim. (eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 3, 2014: 347-356)

⁹ Narayana Mahendra Prastya, jurnal : Analisis Framing Dalam Riset Public Relations. (Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 46. Nomor 2. Desember 2016)

Jurnal yang berjudul Analisis Framing Entman Berita Tata Kelola Pangan di Media Online oleh Diana Anggraeni. Adapun hasil penelitian adalah kedua media online menekankan isu mengenai tata kelola kedaulatan pangan. Namun penonjolan keduanya berbeda di mana kompas.com lebih kepada aspek membina dan mengembangkan desa serta regenerasi petani, sementara sindonews.com kepada penguatan sistem kelola pangan.¹⁰

Dari penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada berita penembakan muslim di Islandia Baru yang dimuat dalam Kompas.com dan Republika Online. Dan juga peneliti berfokus kepada perspektif media yang berbasis islam dengan media yang universal.

¹⁰ Diana Anggraeni, jurnal : Analisis Framing Entman Berita Tata Kelola Pangan di Media Online. (Jurnal The Messenger, Vol. 10, No. 1, January 2018)

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Framing

2.2.1.1 Definisi Framing

Analisis framing adalah versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, terkhusus untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dikemukakan oleh Beterson pada tahun 1955.¹¹

Analisis framing digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi suatu fakta. Dapat dijelaskan juga framing berarti adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan seorang jurnalis untuk menyeleksi sebuah isu dan juga menulis berita. Oleh karena itu, berita bisa menjadi manipulatif dan bertujuan untuk mendominasi sebuah isu atau peristiwa menjadi sesuatu yang objektif, alamiah, wajar dan konkrit.¹²

Pada hakikatnya framing adalah metode untuk melihat cara media menceritakan suatu realitas. Ada dua fungsi dari framing. Yaitu yang pertama adalah bagaimana peristiwa itu dimaknai. Hal ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan bagian mana yang tidak diliput. Lalu yang kedua bagaimana fakta itu ditulis. Hal ini berhubungan dengan bagaimana cara jurnalis memilih suatu kata, kalimat, dan gambar. Pada analisis framing juga yang menjadi pusat adalah pembentukan pesan dari sebuah tulisan.¹³

Tabel 2.2 Dua Dimensi Besar Robert N. Entman

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu,
-------------	--

¹¹ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015). Hal. 77

¹² Ibid., Hal. 80

¹³ Ibid., Hal. 91

	<p>aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkadung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukan (<i>included</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.</p>
<p>Penonjolan Aspek</p>	<p>Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika 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.</p>

2.2.1.2 Model Analisis Framing Robert N. Entman

Konsep framing oleh Entman, dipakai untuk mendeskripsikan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing memberikan tekanan lebih pada tulisan komunikasi diperlihatkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat tulisan tersebut. Kata penonjolan sendiri dapat diartikan sebagai untuk membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat oleh khalayak.

Bentuk penonjolan tersebut dapat bermacam-macam, antara lain untuk menempatkan satu aspek informasi yang menonjol dibanding yang lain, lebih mencolok dan juga melakukan pengulangan informasi yang dianggap penting atau juga dihubungkan dengan aspek budaya yang familiar di benak khalayak.¹⁴

Dalam pelaksanaannya, framing dijalankan oleh sebuah media dengan cara menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain,

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: LKIS, 2002). Hal. 11

dan juga menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok, seperti menempatkan di *headline* depan, pengulangan, pemakaian grafis yang mendukung, pemakaian label tertentu, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, dan lain-lain.

Semua aspek ini digunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui perspektif dan cara pandang yang dipakai oleh jurnalis ketika menyeleksi isu dan juga menulis berita. Perspektif inilah yang pada akhirnya dapat menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan mau dibawa kearah mana berita tersebut.¹⁵

Tabel 2.3 Skema Framing Robert Entman

Define Problem (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
Diagnose causes (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?
Make moral judgement (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

¹⁵ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015). Hal. 91

Konsepsi framing menurut Robert Entman pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Ada empat tahapan dalam membingkai suatu berita yaitu:¹⁶

1. Define Problems.

Identifikasi masalah merupakan elemen pertama yang dapat menunjukkan mengenai framing karena elemen ini merupakan master frame/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa atau isu itu dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

2. Diagnosa Cause.

Elemen ini memperkirakan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah. Hal ini akan lebih lanjut dan berkaitan erat dengan apa (what), Siapa (who), karena dalam elemen ini khalayak dapat melihat siapa penyebab masalah sekaligus apa penyebabnya sebagai bagian yang penting. Bagaimana peristiwa dapat dipahami, akan menentukan apa dan siapa sebagai sumber masalah. Jika siapa dipahami secara berbeda, maka hal itu menyebabkan apa turut dipahami secara berbeda pula.

3. Make moral Judgment.

Membuat pilihan moral. Elemen ini digunakan untuk membenarkan atau memberi penilaian atas peristiwa yang

¹⁶ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: LKIS, 2002). Hal. 165

terjadi. Ketika masalah telah diidentifikasi, penyebabnya sudah diketahui, maka dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan yang sudah diketahui. Dalam memberi pilihan moral ini harus menggunakan simbol atau bahasa yang sudah disepakati secara umum oleh khalayak.

4. Treatment Recommendation.

Elemen ini menekankan penyelesaian masalah dan menawarkan atau menjustifikasi suatu cara penanggulangan masalah dan memprediksikan hasilnya. Bagian ini digunakan untuk menilai apa yang dilakukan oleh wartawan. Pilihan mana yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian tergantung dari bagaimana itu dilihat dan diapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antar pribadi yang pesannya hanya dikirim secara personal bukan massal. Dalam komunikasi massa ini,

saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa online.

Saluran media massa cetak biasa digunakan untuk mengirim pesan bersifat tekstual (teks) atau visual (gambar). Jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dsb. Sementara media massa elektronik, ialah media pengiriman pesan secara mekanis yang bentuk pesannya bisa bersifat audio untuk radio, dan audio-visual untuk televisi. Dewasa ini ada media pengirim pesan terbaru yakni media online. Media massa satu ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media online punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media online terdapat pada alur komunikasi yang lebih bergairah dan cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan. Itu disebabkan media online yang memakai jaringan internet, membuat pengguna bisa saling memberi feedback (umpan balik) secara realtime (cepat). Ini jelas berbeda dengan radio atau televisi yang cenderung menjadikan khalayak sebagai penerima pesan saja tanpa umpan balik.

Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Gerbner adalah “*Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuos flow of messages in industrial societies*”¹⁷. Dari sinilah dapat diartikan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan

¹⁷ Ardianto, *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). Hal.3

lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi menurut Dominick antara lain adalah:¹⁸

- 1) Fungsi pengawasan (*surveillance*), komunikasi massa dalam hal ini tidak lepas dari peranan media massa sebagai *watch dog* atau anjing pengawas dalam tatanan sosial masyarakat, media massa bisa disebut sebagai alat kontrol sosial.
- 2) Fungsi penafsiran (*interpretation*), komunikasi massa memberi fungsi bahwa media massa sebagai salurannya sedang memasok pesan atau data, fakta, dan informasi dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak.
- 3) Fungsi keterkaitan (*linkage*), komunikasi massa dalam fungsi keterkaitannya ialah saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak sama antara satu dengan yang lain
- 4) Fungsi penyebaran nilai (*transmission of value*), komunikasi massa sebagai fungsi menyebarkan nilai mengacu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain. Itu terjadi karena media massa sebagai salurannya telah menyajikan pesan atau nilai-nilai yang berbeda kepada masyarakat yang berbeda pula.
- 5) Fungsi hiburan (*entertainment*), dalam fungsi komunikasi massa sebagai sarana penghibur, media massa sebagai saluran

¹⁸ Ibid., hal. 14

komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak. Kondisi ini sebetulnya menjadi nilai lebih komunikasi massa yang pasti selalu saja menghibur, sekalipun isi pesan tidak murni menghibur.

Kelima fungsi diatas akan berimplikasi juga pada media massa sebagai saluran pengirim pesannya, sehingga dewasa ini media massa pun dicirikan sebagai alat pengontrol sosial. Komunikasi massa menjadi punya fungsi sebab media massa sebagai alat penyampai pesan kepada khalayak dan atas pesan yang disampaikan dipastikan akan memiliki dampak untuk orang banyak, mengingat isi pesan dalam komunikasi massa tentu memiliki tujuan memengaruhi perasaan, sikap, opini, atau perilaku khalayak maupun individu.

2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu memahami karakteristik komunikasi massa. Adapun karakteristik komunikasi massa menurut Effendy adalah sebagai berikut:¹⁹

- 1) Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila digunakannya untuk keperluan pribadi dalam lingkungan

¹⁹ Effendy. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006). Hal. 81-83

organisasi yang tertutup, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.

- 2) Komunikasikan bersifat heterogen yaitu, perpaduan antara jumlah komunikasikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikasikan.
- 3) Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikasikan, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.
- 4) Hubungan komunikasikan-komunikasikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikasikan dan komunikasikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikasikan. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikasikan yang bersifat umum.

Karakter pada komunikasi ini harus menjadi pertimbangan bagi komunikasikan yang ingin menyampaikan pesan lewat saluran media massa, sebab untuk mencapai terjadinya perubahan sikap, opini, dan perilaku komunikasikan perlu ditinjau kembali bagaimana

agar karakter komunikasi massa bisa sesuai dengan ciri komunikasi yang heterogen demi tercapainya tujuan komunikasi. Oleh karenanya, menciptakan komunikasi melalui media massa tidak semudah berkomunikasi antar pribadi, karena feedback dalam komunikasi massa tidak langsung terjadi. Untuk menjadikan efek komunikasi massa efektif, diperlukan optimalisasi pada perancangan pesan.

2.2.3 Media Online

Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan internet dapat mempermudah seseorang untuk menyebarkan sebuah informasi tanpa harus menggunakan media massa konvensional seperti koran, radio dan televisi.

Dengan adanya media internet muncul lah media-media baru seperti media online, Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet.²⁰ Media online adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (printed media) seperti koran, tabloid, majalah dan media elektronik (electronic media) seperti radio, televisi, dan film. Media online merupakan produk dari jurnalistik online. Jurnalistik online atau disebut dengan cyber journalism didefinisikan sebagai penyampaian informasi kepada khalayak yang didistribusikan atau disebarakan menggunakan internet.

Secara teknis media online adalah media yang berbasis telekomunikasi

²⁰ Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012). Hal.32

dan multimedia (Komputer dan Internet). Termasuk dalam kategori media online adalah Portal Berita, Website (Situs web atau Blog), Radio Online, dan TV Online.

Dalam penyebaran informasi yang dilakukan menggunakan media online ada beberapa karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan dengan media konvensional (Cetak dan Elektronik) antara lain:

- 1) Kapasitas luas, halaman web dapat menampung naskah berita sangat panjang.
- 2) Pemuatan dan editing naskah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.
- 3) Cepat, begitu berita tersebut diupload dapat langsung diakses oleh masyarakat.
- 4) Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 5) Aktual, berisi informasi yang aktual karena kemudahan dan kecepatannya dalam menyajikan berita.
- 6) Pembaruan informasi dapat terus dilakukan kapan saja.
- 7) Interaktif, dengan adanya fitur komentar dapat membuat masyarakat merespon cepat mengenai berita tersebut.

Sedangkan Kekurangan dari Media Online adalah:

- 1) Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet.
- 2) Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.
- 3) Adanya kecenderungan kelelahan mata akibat membaca naskah berita yang terlalu panjang
- 4) Akurasi berita sering terabaikan karena mengutamakan kecepatan dalam penerbitan beritanya²¹

²¹ Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012). Hal.32-34

2.2.4 Berita

Definisi umum tentang jurnalistik menyatakan bahwa jurnalistik adalah kegiatan mencari, mengolah, dan menyampaikan berita kepada khalayak. Dalam definisi tersebut, perburuan berita menjadi tujuan yang paling penting bagi semua jurnalis atau wartawan berita.

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, film, dan bahkan juga sekarang ini internet.²² Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa berita adalah penyampaian suatu fakta yang benar, oleh karena itu pada media online berdasarkan hasil peliputannya harus menghasilkan berita yang memiliki nilai aktual, penting, menarik, bermakna, dan tidak memihak (objektif).

2.2.5 Konstruksi Sosial

Istilah konstruksi social atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Berger dan Luckman meyakini secara *substantive* bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi social terhadap dunia sosial di sekelilingnya.

²² Haris, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005).
Hal. 65

Realitas sosial adalah bentuk dari konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan interaksi antar sesama manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksikannya berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban sosial, namun merupakan sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya.²³

Suatu realitas tidak begitu saja hadir diantara kita dengan apa adanya, melainkan suatu realitas itu dibangun secara social dan tidak bersifat tunggal. Sebab setiap individu yang satu dengan yang lain memiliki persepsi yang berbeda dalam memandang realitas. Dalam disiplin ilmu Psikologi tahap awal dalam menerima informasi ialah melalui sensasi. Sensasi sendiri artinya alat pengindraan yang berasal dari kata *sense*, alat pengindraan adalah menghubungkan antara organisme dengan lingkungan.

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor lain yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian.

Eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menjadi tiga proses penting dalam teori konstruksi social atas realitas. Tiga proses ini terjadi secara simultan antar satu individu lainnya dalam masyarakat. Dalam hasil konstruksi atas realitas, eksternalisasi merupakan penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produksi manusia. Kemudian interaksi social

²³ Bungin, B. M. *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. (Jakarta: Kencana, 2011). Hal. 11-12

yang terjalin dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga social atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya.²⁴

Pemahaman mengenai konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dalam paradigm konstruktivis, yaitu konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksi oleh individu. Dalam hal ini, dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut

2.2.6 Ideologi Media

Kata ideologi banyak dipergunakan dalam arti yang berbeda-beda, dan tidak ada keseragaman mengenai pengertian ideologi. Kita tidak bisa berbicara tentang ideologi tanpa menjabarkan dulu apa yang dimaksud. Bila kita ingin merespon pendapat orang lain mengenai ideologi, maka kita harus paham terlebih dahulu apa arti ideologi yang dipakai olehnya. Hal ini dilakukan agar terjadi saling kesepahaman.

Raymond William mengklasifikasikan kata ideologi ke dalam tiga arti. Pertama, ideologi merupakan sebuah system kepercayaan yang dimiliki kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini banyak digunakan oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat

²⁴ Bungin, B. M. *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. (Jakarta: Kencana, 2011). Hal. 15

sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren/saling berhubungan.

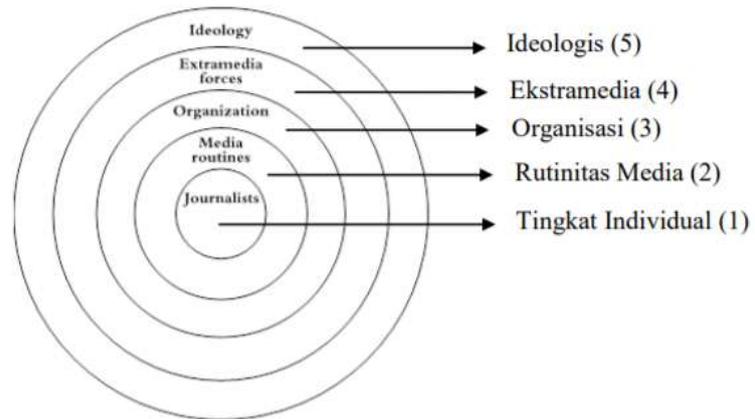
Kedua, ideologi merupakan sebuah kesadaran palsu. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. Karena kelompok yang dominan mengontrol dengan ideologi yang disebarkan ke dalam masyarakat, maka akan membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu tampak natural, dan diterima sebagai kebenaran. Di sini ideologi disebarkan lewat berbagai instrument, mulai dari pendidikan, politik, sampai media massa.

Ketiga, ideologi merupakan proses umum produksi makna dan ide. Ideologi disini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna.²⁵

Dalam hubungannya dengan media masa, kecenderungan atau perbedaan setiap media massa dalam memproduksi informasi kepada khalayak, dapat diungkap dengan pelapisan-pelapisan yang meliputi institusi-institusi media massa. Dengan kata lain, pelapisan-pelapisan inilah yang mempengaruhi isi media. Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese membentuknya dalam model *Hierarchy of Influence*, sebagai berikut:

Gambar 2.1 “Hierarchy of Influence” Shoemaker dan Resse

²⁵ Eriyanto, A. *Teknik Sampling*.(pp. 61). (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Akasa,2007). Hal. 87-92



1. Pengaruh individu-individu pekerja media. Diantaranya adalah karakteristik pekerja komunikasi (wartawan), latar belakang personal dan professional.
2. Pengaruh rutinitas media. Apa yang dihasilkan oleh media massa dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan seleksi-seleksi yang dihasilkan oleh komunikator.
3. Pengaruh organisasional. Salah satu tujuan penting dari media adalah mencari keuntungan materil. Tujuan-tujuan dari media akan berpengaruh pada isi yang dihasilkan.
4. Pengaruh dari luar organisasi. Pengaruh ini meliputi lobi dari kelompok kepentingan terhadap isi media, pseudoevent dari praktisi public relations dan pemerintah yang membuat peraturan-peraturan dibidang pers.
5. Pengaruh ideologi. Ideologi merupakan sebuah pengaruh yang paling menyeluruh dari semua pengaruh. Ideologi disini diartikan sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat.²⁶

²⁶ Alex, S. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006). Hal. 138-139

Bila dikaitkan dengan masalah penelitian dalam skripsi ini, maka media online Kompas dan Republika memiliki hegemoni dan ideologi di dalam medianya serta mempengaruhinya dalam mengkonstruksi realitas.