

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama makna*.

Pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: *upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap*.

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi,

melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opini) dan sikap publik (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa *komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (communication is the process to modify the behavior of other individuals).*

Paradigm Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pernyataan yang diajukan itu, yakni :

- Komunikator (communicator, source, sender)
- Pesan (message)
- Media (channel, media)
- Komunikan (communicant, communicatee, receiver, recipient)
- Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan Paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Lasswell menghendaki agar komunikasi dijadikan objek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan control analysis; peneliti mengenai pers, radio, televisi, film dan media lainnya disebut media analysis;

penyelidik mengenai pesan dinamai content analysis; audience analysis adalah studi khusus tentang komunikan; sedangkan effect analysis merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi. Demikian kelengkapan unsur komunikasi menurut Harold Lasswell yang mutlak harus ada dalam setiap prosesnya.(Effendy, 2013)

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

- Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (symbol) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah bahasa karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

- Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambung sebagai media utama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas, jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambing (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang yang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang yang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat kabar, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

- Unsur-unsur dalam proses komunikasi

Penegasan tentang unsure-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

- 1) Sender: komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- 2) Encoding: penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- 3) Message: pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- 4) Media: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 5) Decoding: pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambung yang disampaikan oleh komunikator menerapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- 6) Receiver: komunikan yang menerima pesan dari komunikator
- 7) Response: tanggapan seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- 8) Feedback: umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

9) Noise: gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

model komunikasi diatas menegaskan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawasandi pesan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran. (Effendy, 2013)

2. Media Massa

Media massa biasanya dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Media massa juga membawa pesan persuasi.

Media massa telah merasuk (*pervasive*) ke dalam kehidupan modern. Setiap pagi, jutaan warga Amerika bangun lalu mendengarkan radio. Tokoh politik sebagian besar dana kampanyenya melalui iklan televisi untuk menjaring pemilih. Perekonomian konsumen AS tergantung kepada iklan (*advertising*) untuk menciptakan pangsa pasar yang besar. Anak-anak Amerika menonton 30.000 sampai 40.000 pesan komersial setiap

tahunnya. Karena media massa sangat berpengaruh, kita perlu tahu sebanyak mungkin bagaimana media massa bekerja. Coba renungkan :

- Melalui media massa kita mengetahui hampir segala sesuatu yang kita tahu tentang dunia diluar lingkungan dekat kita. Apa yang anda ketahui tentang Baghdad atau Badai Kartina atau Super Bowl jika tidak ada koran, televisi, dan media massa lainnya?
- Warga yang berpengetahuan (*informed*) dan aktif sangat mungkin terwujud di dalam demokrasi modern hanya jika media massa berjalan dengan baik.
- Orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka kekhayal luas. Tanpa media massa, gagasan Anda hanya akan sampai ke orang-orang di sekitar anda dan orang-orang yang anda kirim surat.
- Negara-negara kuat menggunakan media massa untuk menyebarkan ideologinya dan untuk tujuan komersial. Media massa adalah alat utama para propagandis, periklan, dan para orang-orang semacam itu.

Media massa dapat menjadi *entertainer* (penghibur) yang hebat kerana bisa mendapatkan begitu banyak audien. Lebih banyak orang yang

menagis ketika menonton film titanic ketimbang ketika mereka membaca selusin buku yang menceritakan tragedi kapal pesiar tersebut.

Hampir semua media massa mengandung unsure entertainment, walaupun tidak ada medium yang sepenuhnya bersifat hiburan. Industry film AS sebagian besar berisi unsure hubungan, namun didalamnya jelas juga ada unsur informasi dan persuasi. Bahkan Koran yang paling serius sekalipun menyediakan kolom humor. Kebanyakan media massa adalah campuran dan informasi dan *entertainment*-dan juga persuasi.(Vivian, 2008)

3. Televisi

Televisi didasarkan pada teknologi elektronik. Dalam teknologi yang masih analog, kamera peka cahaya memindai sebuah adegan dengan pergeseran amat cepat melintasi beberapa ratus garis horizontal. Hasilnya adalah lintasan cahaya yang ditransmisikan ke penerima, dan penerima ini mengubahnya kembali menjadi gambar aslinya dengan memanfaatkan elektron yang dikirimkan ke garis horizontal di layar kaca. Sekarang terjadi pergeseran dari teknologi analog ke digital.(Vivian, 2008)

4. Tayangan Berita Kriminal Televisi

Berita-berita kriminal yang ditayangkan televisi swasta merupakan salah satu bagian dari fungsi media massa televisi sebagai alat *komunikasi massa* (informasi).

Tindakan kriminal adalah sebuah produk manusia yang muncul sebagai akibat dari dinamika masyarakat yang semakin kompleks dan kompetitif dalam lingkungan sosial. Naluri untuk mempertahankan hidup, membela diri, melampiaskan hawa nafsu serta sikap ambisius individu dalam mengejar kepentingan pribadi inilah yang pada akhirnya melahirkan mentalitas “potong kompas” manusia. Tidak dapat dipungkiri kalau hal itu dapat mengakibatkan terjadinya penyimpangan-penyimpangan (tindak kriminal) pola perilaku manusia dalam kehidupan sosialnya.

Pada kesempatan inilah, televisi berusaha mengambil peran sebagai kekuatan kendali dan pengontrol dari masyarakat terhadap kasus penyimpangan (kriminal) yang terjadi, sekaligus menguatkan dan mengigatkan kekuatan hukum dalam tatanan kehidupan masyarakat.

Dalam hal ini reporter, telah berusaha untuk mengungkapkan persoalan-persoalan serta kepentingan kemanusiaan ke hadapan pemirsa untuk memikirkan pemecahannya.

a. Berita Top Three

Berita kejahatan yang ditayangkan di televisi merupakan berita *top three* (tiga besar) yang mempunyai nilai jual dan daya tarik tinggi, seperti berita politik, olahraga dan seks.

Dalam memberitakan peristiwa kriminal, reporter dihadapkan pada dilema yaitu antara menayangkan masalah atau

kasus tersebut secara lengkap dan banyang-bayang tuduhan *trial by the press*.

Terhadap hal demikian, otomatis reporter televisi harus hati-hati dalam membuat serta menayangkan berita kriminal. Oleh karena itulah, setiap reporter dalam membuat berita kriminal harus selektif dalam pemilihan fakta, keseimbangan sumber berita, serta dampak sosial pemberitaan. Selain itu, pemberitaan kriminal harus disesuaikan juga dengan kondisi sosial masyarakat tempat televisi itu tayang.

b. Pemirsa pasar televisi

Berita sebagai salah satu produk media massa merupakan komoditi atau jasa yang dijual kepada sekumpulan konsumen tertentu yang potensial. Dalam hal ini media televisi merupakan salah satu badan usaha media massa yang mencari keuntungan dari perhatian pemirsa.

Stasiun televisi yang banyak menyiarkan berita kriminal berasumsi bahwa berita kriminal tertentu mempunyai nilai jual bagi pemirsa yang menggemari berita kriminal. (Kuswandi, 2008)

5. Pengertian Framing

a. Konsep framing

Pada dasarnya, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media.

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1995 (Sudiby, 1999a:23). Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur koseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standart untuk mengapresiasi realitas.

Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Konsep tentang *framing* atau *frame* sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Dalam praktiknya, analisis *framing* juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologi, sehingga fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologis, politis, atau cultural yang melengkapinya (Sudiby, 1996b:176)

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara

pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Entman (Eriyanto, 2000a:94; Triputra, 2000:412) melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah 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.

Framing, kata Entman (Siahaan, 2001:80), memiliki implikasi penting bagi komunikasi politik. *Frames*, menurutnya, menuntut perhatian terhadap beberapa aspek dari realitas dengan mengabaikan elemen-elemen lainnya yang memungkinkan khalayak memiliki reaksi berbeda. Politisi mencari dukungan dengan memaksakan kompetisi satu sama lain. Mereka bersama jurnalis membangun *frame* berita.

Dalam konteks ini, lanjut Entman, *framing* memainkan peranan utama dalam mendesak kekuasaan politik, dan *frame* dalam teks berita sungguh merupakan kekuasaan yang tercetak - ia menunjukkan identitas para aktor atau *interest* yang berkompetisi untuk mendominasi teks. Namun Entman menyayangkan, banyak teks berita

dalam merefleksikan permainan kekuasaan dan batas wacana atas sebuah isu, memperlihatkan homogenitas *framing* pada satu tingkat analisis, dan belum mempersaingkannya dengan *framing* lainnya.

Konsep *framing*, dalam pandangan Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara mengungkap *the power of a communication text*. *Framing analysis* dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer (atau komunikasi) informasi dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan/ungkapan, *news report*, atau novel. *Framing*, kata Entman, secara esensial meliputi perseleksi dan penonjolan. Membuat *frame* adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kasual, evaluasi moral, dan atau merekomendasikan penanganannya (Siahaan, 2001:80-81).

Seperti disebutkan di muka, pada dasarnya, pekerjaan media massa adalah mengkonstruksikan sebagai realitas. Isi media adalah hasil para pekerjaan mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas publik.

Pertama, dalam hal pilihan kata (simbol) politik. Sekalipun media massa hanya bersifat melaporkan, namun telah menjadi sifat

dari pembicaraan politik untuk selalu memperhitungkan simbol politik.

Kedua, dalam melakukan pbingkaian (*framing*) peristiwa politik. Minimal oleh sebab adanya tuntutan teknis: kebatasan-kebatasan kolom dan halaman (pada media cetak) atau waktu (pada media elektronika), jarang ada media yang membuat berita sebuah peristiwa secara utu, mulai dari menit pertama kejadian hingga kementit paling akhir.

Ketiga, menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa politik. Justru hanya jika media massa memberikan tempat pada sebuah peristiwa politik, maka peristiwa akan memperoleh perhatian dari masyarakat.(Sobur, 2012)

b. Teknik Framing

Secara teknis, tidak mungkin bagi seorang jurnalis untuk mem-*fram-ing* seluruh bagian berita. Artinya, hanya bagian dari kejadian-kejadian (*happening*) penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek *framing* jurnalis. Namun, bagian-bagian kejadian penting ini sendiri merupakan salah satu aspek yang sangat ingin diketahui khlayak. Aspek lainnya adalah peristiwa atau ide yang diberitakan.

Menurut Entman (Qodari, 2000:20), *framing* dalam berita dilakukan dengan empat cara, yakni: *pertama*, pada identifikasi masalah (*problem identification*), yaitu peristiwa terlihat sebagai apa

dan dengan nilai positif dan negatif apa; *kedua*, pada identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*), yaitu siapa yang dianggap penyebab masalah; *ketiga*, pada evaluasi moral (*moral evaluation*), yaitu penilaian atas penyebab masalah; dan *keempat*, saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*), yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya.

Jika, misalnya, seorang wartawan ingin mem-*framing* berita tentang kekerasan terhadap perempuan dengan berempati pada korban, tidak berarti ia mesti melupakan kaidah jurnalistik yang paling elementer, seperti nilai berita, layak berita, dan bias berita. Artinya, mereka harus tetap mematuhi dan menjunjung tinggi semua kaidah itu secara seksama. Setelah tahapan itu dilalui, barulah ia melakukan *framing* terhadap berita.

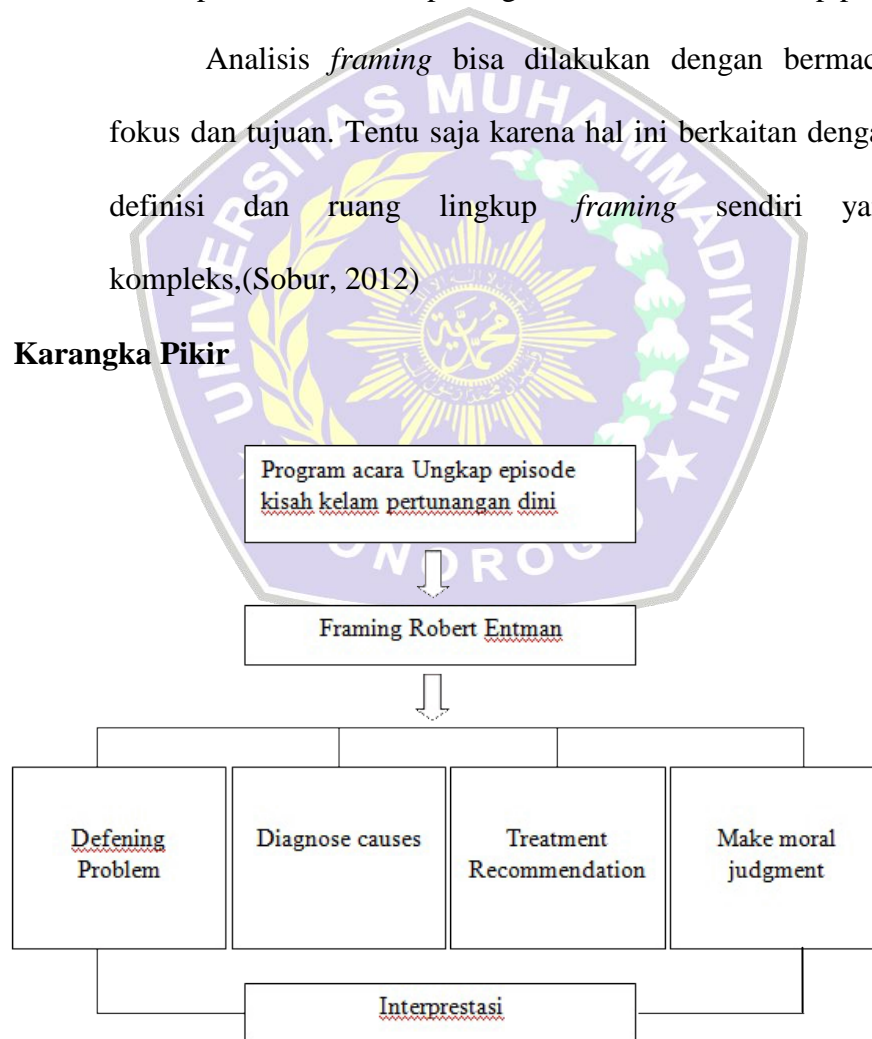
Judul berita di-*framing* dengan menggunakan teknik empati, yaitu menciptakan “pribadi khayal” dalam diri khalayak, sementara khalayak dianggarkan menempatkan diri mereka seperti korban kekerasan atau keluarga dari korban kekerasan, sehingga mereka bisa merasakan kepedihan yang luar biasa.

Kemudian, fokus isi berita di-*framing* dengan menggunakan teknik asosiasi, yaitu mengabungkan kebijakan actual dengan fokus berita. Kebijakan dimaksud adalah dengan penghormatan terhadap

perempuan. Dengan menggabungkan kebijakan tersebut dalam fokus berita, khalayak akan memperoleh kesadaran bahwa masih ada kekerasan terhadap perempuan, sekalipun usaha untuk menguranginya sudah dilakukan oleh berbagai kalangan. Kesadaran itu diharapkan bisa memicu khalayak untuk ikut berperas serta dalam mengurangi kekerasan terhadap perempuan. Untuk itu wartawan perlu mengetahui secara persis kondisi riil pencegahan kekerasan terhadap perempuan.

Analisis *framing* bisa dilakukan dengan bermacam-macam fokus dan tujuan. Tentu saja karena hal ini berkaitan dengan berbagai definisi dan ruang lingkup *framing* sendiri yang cukup kompleks, (Sobur, 2012)

B. Karangka Pikir



Dari gambar karangka pikir diatas, peneliti menggunakan analisis Robert N. Entman yang dilakukan dengan empat cara, yaitu :*define Problem* (mendefinisikan masalah), *diagnose causes* (memperkirakan masalah atau sumber masalah), *make mora judgment* (membuat keputusan moral) dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Dalam pbingkaiaannya peneliti akan meneliti tentang program acara ungap yang menjelaskan penyebab dari pertengkaran yang terjadi antara semua tokoh yang ada di program acara ungap. Dalam menyajikan informasinya program acara ungap ini mempunyai cara tersendiri agar pemirsa yang melihat itu mudah memahami.

