

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Komunikasi

###### a) Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, yang disusun kata *communis* yang memiliki arti *sama*. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Paradigma Lasswell menunjukkan bahwasanya ada lima unsur utama dalam komunikasi, meliputi :

- 1) Komunikator (communicator, source, recipient)
- 2) Pesan (message)
- 3) Media (channel, media)
- 4) Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
- 5) Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh atau dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Lasswell mengendaki agar komunikasi dijadikan objek

studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan *control analysis*; penelitian mengenai pers, radio, televisi, film dan media lainnya disebut *media analysis*; penyelidikan 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. (Effendy 1999)

Istilah komunikasi sendiri berpangkal pada bahasa latin *communis* yang memiliki artian membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi sendiri juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi. (Cherry dalam Cangara, 2015:18) Lain halnya dengan Steven, justru ia mengajukan sebuah definisi yang lebih luas, bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu obyek atau stimuli. Apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya. Misalnya seorang berlindung pada suatu tempat karena diserang badai, atau kedipan mata sebagai reaksi terhadap sinar lampu, juga adalah peristiwa komunikasi. (Cangara, 2015)

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa:

“Bolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu” (Book, 1980 dalam Cangara, 2015)

## 2. Komunikasi Massa

### a) Pengertian Komunikasi Massa

Perkembangan teknologi komunikasi massa tidak dapat dipungkiri telah mampu membantu umat manusia untuk mengatasi berbagai hambatan dalam berkomunikasi. Khalayak dapat mengetahui apa yang terjadi diseluruh dunia jauh lebih cepat, bahkan sering kali khalayak lebih dahulu mengetahui apa yang sudah atau tengah terjadi diluar negeri daripada di dalam negeri. Bukti yang tidak bisa disangkal adalah, pengguna media massa di Indonesia mengetahui terlebih dahulu bencana alam tsunami yang terjadi di kawasan Sri Lanka dan Thailand, dari pada bencana yang serupa dengan skala yang jauh lebih menakutkan di Aceh dan Sumatera Utara. Ternyata media massa kita, terutama televisi, tidak cepat tanggap saat tsunami menlanda Aceh dan Sumatera Utara. Pada tanggal 26 Desember 2004 media massa masih berfokus dengan pemberitaan Munas Partai Golkar dan juga pemberitaan terkait retaknya hubungan pernikahan Adjie Massaid dengan Reza Artamevia. Penyebab lainnya, karena kemampuan teknologi media televisi kita masih di bawah CNN,

sehingga bencana di Thailand yang diliput CNN yang lebih dahulu disaksikan pemirsa televisi di Indonesia. (Junaedi, 2007)

Media massa sendiri adalah pusat dari kajian komunikasi massa. Media massa membagikan informasi yang mampu memberikan mempengaruhi terhadap pengguna yang memakainya dan menjadi cerminan kebudayaan masyarakat dan bisa menyediakan informasi secara stimulan ke khalayak yang luas, anonim dan heterogen, memberikan media menjadi salah satu bagian dari kekuatan institusional dalam masyarakat. Bahkan dikalangan pers, media massa diasumsikan sebagai pilar demokrasi seempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif. Peristiwa lengsernya kekuasaan Orde Baru memperlihatkan bagaimana media massa bisa memberikan pengaruh kepada masyarakat menggerakkan pikiran rakyat yang sudah tidak percaya lagi terhadap sistem yang ada di birokrasi eksekutif, legislatif dan yudikatif. (Junaedi, 2007)

Dalam bidang elektronika, perkembangan teknologi komunikasi di , telah memunculkan teknologi internet yang membuat seolah-olah dunia seolah tiada memiliki batasan. Semua pengguna internet memiliki kesempatan untuk mengeluarkan pendapat ataupun opini mereka mereka melalui media internet. Situs yang menyediakan layanan website gratis seperti *blogspot* dan *geocities* dapat digunakan sebagai sarana untuk menyuarakan opini. Diakhir kekuasaan Orde Baru, internet sudah membuktikan perannya sebagai media

*underground* dalam melawan berbagai regulasi Orde Baru yang memasung kebebasan pers. Wajah baru Majalah Tempo yang berubah menjadi sarana yang dianggap efektif untuk menciptakan opini masyarakat terhadap dunia politik. (Junaedi, 2007)

“Media” dalam konteks ini sudah tentu akan memiliki pengertian “mediasi” karena mampu menjembatani jarak (*distance*) antara khalayak dan dunia. Denis McQuail dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Teory, 4<sup>th</sup> Edition* (2002) memunculkan beberapa penanda untuk memahami pemikiran ini. Pertama, media merupakan jendela yang membuat penggunanya mampu mengetahui peristiwa ataupun fenomena yang terjadi melebihi lengkungan dekat kita. Kedua, media merupakan penerjemah yang membantu khalayak untuk ikut merasakan dan mengalami bagaimana fenomena tersebut bisa terjadi. Ketiga, media menjadi platform atau pembawa yang bisa memberikan informasi, komunikasi interaktif yang meliputi umpan balik kepada khalayak. Keempat, media adalah penanda yang memberikan pesan dengan cara instruksi dan petunjuk. Kelima, media merupakan penyaring yang menyaring bagian-bagian pengalaman dan berfokus pada lainnya. Keenam, media adalah cermin yang memantulkan realitas kita kepada kita kembali, dan terakhir media merupakan pembatas yang menghalangi kebenaran. (Junaedi, 2007)

Definisi paling sederhana dari komunikasi massa dikemukakan oleh Bitter yang mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan

yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (Rakhmat, 1999:188 dalam Junaedi, 2007)

Dengan penjelasan yang lebih sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bila sistem komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi interpersonal, maka secara teknis ada beberapa ciri komunikasi massa dalam pandangan Elizabeth- Noelle Neuman yang kemudian dapat membedakannya dengan komunikasi interpersonal, yaitu pertama bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Kedua, bersifat satu arah (*one flow communication*), artinya tidak ada interaksi antar peserta komunikasi. Ketiga, bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim. Keempat, memiliki unsur publik yang secara geografis tersebar. (Rakhmat 1999 dalam Junaedi, 2007)

b) Fungsi komunikasi massa

Sean MacBride, ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO (1980) mengemukakan bahwa komunikasi bisa diartikan, sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Karena itu komunikasi massa dapat berfungsi untuk :

- 1) Informasi; yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga khalayak bisa mengetahui seperti apa kondisi yang sedang terjadi di luar

dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional

- 2) Sosialisasi; yakni memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan mengenai bagaimana seharusnya orang menyikapi peristiwa sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- 3) Motivasi; yakni mendorong khalayak untuk memperhatikan dan menerapkan kemajuan orang lain dengan cara mempelajari apa yang mereka baca, liat, dengar lewat media massa.
- 4) Bahan diskusi; menyediakan informasi atau pesan sebagai bahan dperbincangan untuk mencapai persetujuan dalam menghadapi perbedaan opini mengenai hal-hal yang menyangkut khalayak ramai.
- 5) Pendidikan; yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
- 6) Memajukan kebudayaan; media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataukah bahan tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antarnegara.

- 7) Hiburan; media massa telah menyita banyak waktu untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- 8) Integrasi; banyak bangsa di era modern ini memiliki masalah terkait dengan perbedaan etnis dan ras yang dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu. Dalam situasi ini komunikasi bisa difungsikan sebagai satelit yang nantinya mampu untuk memnejmbatani perbedaan-perbedaan tersebut guna mempererat kesatuan bangsa.. (Cangara, 2015)

### 3. Media Online

Internet bisa diibaratkan seperti “*mediated space of appearance*” (Silverstone 2006 dalam Bauwens dan Verstryngge 2013) yang dimana setiap individu ataupun manusia akan dengan terbuka berkomunikasi atau berinteraksi dengan oranglain melalui perkataan dan gambar. Seperti komunikasi yang terjalin secara personal, internet menjadi salah satu media yang mampu membuat setiap penggunanya untuk melaukakan interaksi dua arah secara langsung dibandingkan dengan media massa lainnya. Hal ini mengakibatkan, mereka akan mengalami peningkatan dalam berinteraksi dengan layar computer dan membangun hubungan



dalam *face to screen* daripada berkomunikasi secara langsung (*face to face*). Karakteristik dalam komunikasi media baru yang bisa membedakannya dengan media massa pada umumnya, antara lain, yaitu: 1) *network* (jaringan); 2) *information* (informasi); 3) *interface* (hubungan); 4) *archive* (arsip); *interactivity* (interaktif); dan 5) *simulation* (tiruan) (Gane dan Beer, 2005 dalam Nasrullah, 2012). (AbrarAdhani, 2017)

Media sosial bisa dikatakan sebagai pisau bermata dua. Media sosial bisa memberikan pengaruh positif dan produktif, bisa juga memberikan dampak negative dan kontraproduktif. Pengaruh negative bisa didapat dari media yang menyebarkan informasi mengenai kebohongan dan ujaran kebencian. Hal ini dikategorikan masuk kedalam pengaruh negative dikarenakan bisa menimbulkan rasa kekhawatiran dan ketidakpastian pada khalayak. Sebaliknya, media sosial yang difungsikan untuk membentuk solidaritas sosial seperti menolong korban bencana alam, pembelaan terhadap korban pemerkosaan, adalah bersifat positif. Situasi seperti ini pernah dirasakan oleh bangsa Indonesia. Pada tahun 2016, masyarakat Indonesia memasuki era kebebasan mengeluarkan pendapat atau berekspresi di media sosial. Joko Widodo yang merupakan presiden RI mulai memperlakukan mengenai ujaran kebencian seperti adu domba yang menyebar luas pada pengguna di media sosial di Indonesia. (AbrarAdhani, 2017)

Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (1987). Ia mengatakan media baru sebagai media telematik yang merupakan

perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Sementara itu, Lister, M., *et al.*, (2009) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan dan simulasi.

- a) Digital. Media baru mengacu media yang bersifat digital dimana semua data diproses dan disimpan dalam bentuk angka dan keluarannya disimpan dalam bentuk cakram digital. Terdapat beberapa implikasi dari digitalisasi media yaitu dematerialisasi atau teks terpisah dari bentuk fisik, tidak memerlukan ruangan yang luas untuk menyimpan data karena data dikompres menjadi ukuran yang lebih kecil, data mudah diakses dengan kecepatan yang tinggi serta mudahnya data dimanipulasi.
- b) Interaktif. Merupakan ciri utama dari media baru. Hal tersebut membuat pengguna untuk mampu berinteraksi antara satu sama lain dan bisa terlibat langsung dalam proses perubahan gambar atau teks yang mereka akses.
- c) Hiperteks. Sebuah teks yang memiliki fungsi untuk menghubungkan teks yang ada dengan teks lain diluar teks utama. Dengan hiperteks ini

memberikan kemungkinan pengguna bisa membaca teks tidak harus berurutan seperti media lama, akan tetapi bisa memulai dari bagian mana pun yang diinginkan.

- d) Jaringan. Karakteristik ini berkaitan dengan ketersediaan konten berbagi melalui internet. Karakteristik ini melibatkan konsumsi. Sebuah contoh, ketika kita akan mengkonsumsi suatu teks media, maka kita akan memiliki sejumlah besar teks yang sangat berbeda dari yang tersedia dalam berbagai cara.
- e) Virtual. Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.
- f) Simulasi. Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakter ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu. (AbrarAdhani, 2017)

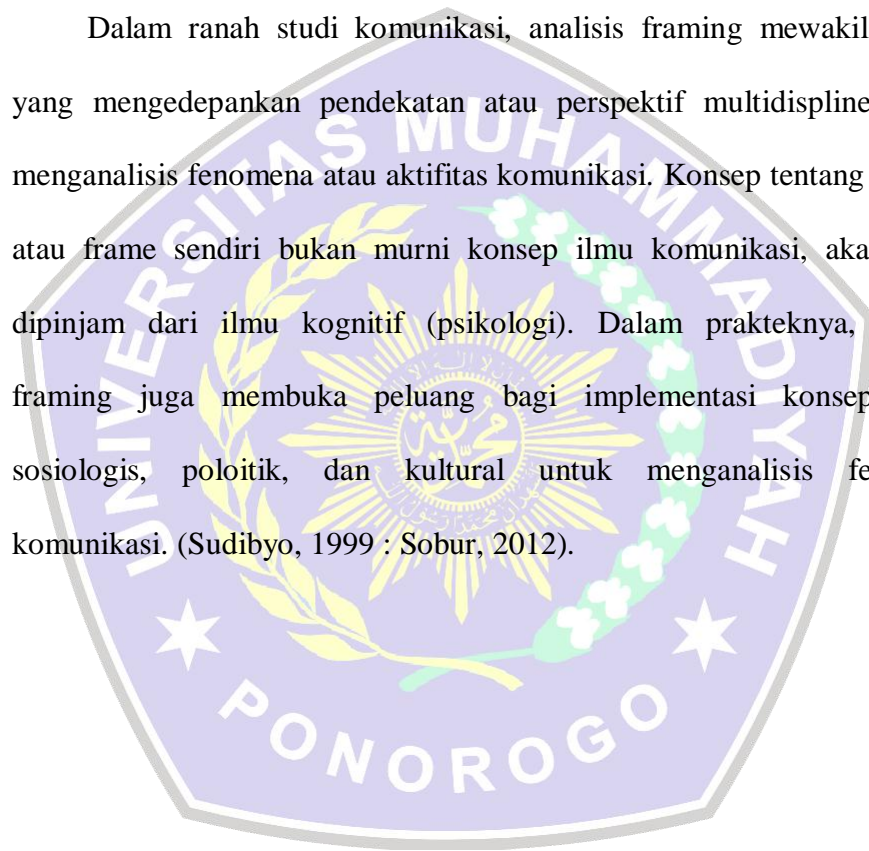
#### 4. Pengertian Framing

Pada dasarnya konsep framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh

oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (strips of behavior) yang membimbing individu dalam membaca realitas.

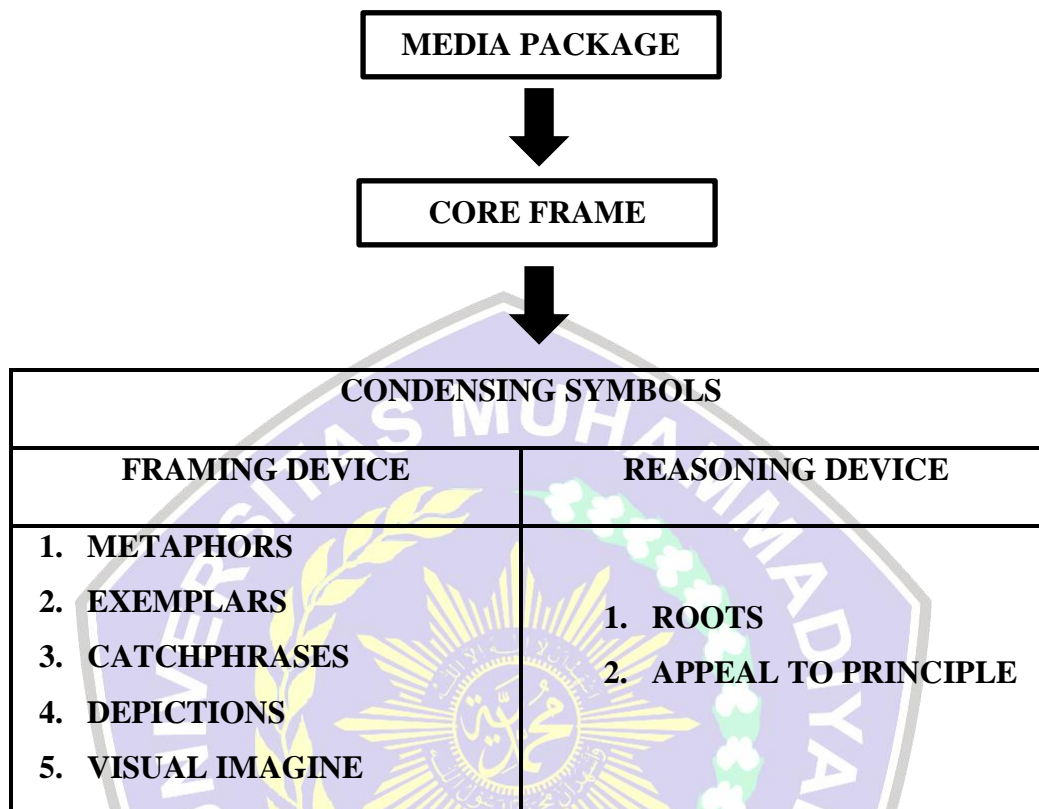
Akhir-akhir ini, konsep framing telah digunakan secara luas dalam literature ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan ponyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media.

Dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidispliner untuk menganalisis fenomena atau aktifitas komunikasi. Konsep tentang framing atau frame sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologi). Dalam prakteknya, analisis framing juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi. (Sudibyo, 1999 : Sobur, 2012).



## B. Kerangka Pikir

Kerangka framing model Gamson dan Modigliani



Analisis framing merupakan salah satu alternatif model analisis yang bisa mengungkap rahasia di balik semua perbedaan, bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Dengan demikian, realitas sosial dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentukan dan makna tertentu. Elemen-elemen tersebut bukan hanya bagian dari teknis jurnalistik, melainkan menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan. (Eriyanto, 2002).

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta.

Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pentautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau 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. Cara pandang atau prespektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Sobur, 2009).

Dalam formulasi yang dibuat oleh Gamson dan Modigliani, (Eriyanto, 2011) *frame* dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Gamson melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kesamaan (*package*) melalui mana konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk.

Pada dasarnya, analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-

kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas ( Sobur, 2006).

