

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Jurnalisme Online*

Dalam kajian media massa terdapat satu kajian baru yakni New Media yang menghadirkan jurnalisme online, dimana *jurnalisme online* berbeda dengan jurnalime konvensional dimana *journalisme online* mempunyai banyak kelebihan yang ditawarkan, banyak cara untuk menyampaikan berita yang lebih cepat, lebih jauh dan lebih besar jika dibandingkan jurnalisme konvensional seperti media eletronik atau media cetak seperti surat kabar. Menurut Deuze perbedaan media konveksional dan *jurnalisme online*, berada pada keputusan jenis baru dari media yang dihadapi oleh para wartawan *online*. “*Online Journalism* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang dianggap paling tepat mengungkapkan atau menyampaikan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan metode untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah-kisah yang lainnya, asrip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks*” (Santana K. 2005, 137).

Menurut Rafaeli dan Newhagen, terdapat 5 perbedaan utama dari *jurnalisme online* dan media massa tradisional, yaitu kemampuan dalam mengakses internet guna mengombinasikan sejumlah media, kurangnya tirani penulis atas pembaca dimana tidak seorangpun yang

mampu mengendalikan perhatian khalayak, dengan internet, *jurnalimet online* dapat membangun proses komunikasi berlangsung dan sinambung, serta membangun interaktivitas web (Santana K. 2005, 137).

Karakteristik lain dari *jurnalisme online* adalah kecepatan dalam penyampain berita baik secara menyeluruh yang menakutkan sekaligus menarik. *Jurnalisme online* mempunyai kemampuan dimana wartawan mampu menyajikan berita-berita terbaru sehingga khalayak dapat mengetahui dan mendapatkan informasi terbaru (Craig 2005, 30). Selain itu jurnalisme online mampu mengintergrasikan beragam media tradisional menjadi satu kesatuan dengan melibatkan (teks, audio dan visual).

2. Ideologi Media

Berdasarkan pada pandangan Marx, ideologi adalah sarana yang dipakai untuk ide-ide dari kelompok yang memiliki kekuatan dan kuasa sehingga ide tersebut bisa diterima oleh masyarakat secara menyeluruh sebagai suatu yang wajar dan alamiah. Ideologi ini memaksa masyarakat tetap didalam kesadaran palsu mereka, kesadaran mengenai siapa dirinya, hubungan dirinya dengan elemen lain dari masyarakat tersebut, memberikan dasar definisi kita mengenai pengalaman sosial yang diperoleh dari masyarakat serta lingkungan tempat dimana kita dilahirkan (Fiske 1990, 239)

Ideologi biasanya berkenaan dengan konsep dalam memahami kehidupan seperti bagaimana cara “pandangan dunia”, bagaimana “sistem kepercayaan” yang ada, serta “nilai” apa yang dianut. Namun, jangkauan dari ideologi itu sendiri jauh lebih luas dari konsep-konsep yang digambarkan di atas. Ideologi bukan hanya sekedar kepercayaan tentang suatu hal di dunia, tetapi juga menjadi dasar bagaimana mengartikan dunia tersebut. Oleh sebab itu ideologi bukan hanya membahas mengenai politik saja. Ideologi memiliki jangkauan yang jauh lebih lebar, luas dan juga terkandung makna konotasi. Ideologi ialah sarana yang dipakai untuk ide-ide dari kelompok yang berkuasa sehingga dapat diterima oleh masyarakat secara menyeluruh sebagai wajar dan alami (Fiske 1990, 239)

Menurut pandangan Shoemaker dan Reese, ideologi adalah salah satu faktor yang mampu mempengaruhi isi sebuah media. Ideologi diterjemahkan sebagai sebuah mekanisme simbolik sebagai kekuatan yang mampu mengikat masyarakat. Seberapa kuat ideologi ditentukan pada siapakah yang berkepentingan, dan bagaimana media bekerja (Shoemaker 1996, 223).

Menurut Subdibyo (2001: 55). Ideologi suatu media tidak lepas dari unsur nilai, kepentingan dan kekuasaan yang ada didalam media tersebut. Dimana hal tersebut menjadikan media tidak lagi bersifat netral dan cenderung memihak pada salah satu pihak berkepentingan atau memiliki kekuasaan. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa

media memiliki fungsi sebagai alat perpanjangan tangan dari kelompok pemegang kekuasaan dan kekuatan dalam masyarakat. Nilai yang dianggap penting oleh kelompok pemegang kekuasaan akan disebarakan melalui media sehingga isi media mencerminkan ideologi dari pihak yang berkuasa itu (Shoemaker 1996, 229).

3. Konstruksi Realitas Sosial

Suatu relitas sosial harus disandingkan dengan individu baik individu yang berasal dari dalam realitas maupun diluar realitas, Ralitas sosial tidak mampu berdiri sendiri tanpa kehadiran individu. Realitas sosial dapat memiliki makna ketika realitas sosial tersebut dikonstruksi dan dimaknai secara subyektif oleh individu lain hingga menjadikan realitas itu sebagai realitas obyektif. (Sobur 2002, 90)

Menurut Hartley (1982: 36), tidak akan ada struktur sosial apabila individu-individu dalam suatu masyarakat tidak melakukan interaksi, salah satu cara interaksi adalah menggunakan bahasa. Oleh karenanya banyak kasus yang muncul dari kelompok yang berkuasaan yang selalu atau berusaha mengendalikan makna yang ada di tengah-tengah interasksi sosial pengguna bahasa. Sangat jelas bahwa bahasa berimplikasi terhadap muncul makna tertentu dalam interaksi sosial (Sobur 2002, 90). Keberadaan suatu bahasa selalu dikontrol oleh keberadaan struktur sosial, begitu juga sebaliknya, struktur sosial tersebut secara aktif dipertahankan dan diwariskan melalui suatu bahasa (Hartley, 1982: 61). Bahkan menurut Hamad (dalam Sobur, 2002: 90),

tidak hanya dapat menggambarkan realitas, bahasa mampu menghasilkan suatu realitas. Bahkan bahasa tidak semata-mata mencerminkan realitas-realitas yang ada, Bahasa juga mampu menentukan cerminan tentang suatu realitas yang akan dimunculkan di benak masyarakat. Dengan menggunakan bahasa sebagai simbol yang paling utama, wartawan mampu membuat, menjaga, mengembangkan, dan bahkan menghancurkan suatu realitas yang ada. (Eriyanto 2002, xi).

4. Realitas Media

Media mempunyai realitas tersendiri yang dikenal dengan realitas media. Realitas media bisa sama atau berbeda bergantung pada penulis media. Media mampu menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hammad. 2004, 11). Segala realitas yang dimunculkan oleh media tidak dilihat sebagai fakta sebenarnya, melainkan hasil pembentukan realitas (Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media 2001, 29). Media memiliki peran penting dalam mempengaruhi budaya melalui informasi yang disebar. Volosihov menyatakan bahwa *“whenever a sign is present, ideology is present too”* (Sobur 2002, 93), jelas bahwa suatu media tidak dapat diasumsikan netral dalam memberikan informasi ataupun hiburan kepada para khalayak pembaca.

Benar bahwa berita yang ada di media online adalah hasil laporan dari peristiwa yang telah terjadi. Berita ialah cerita yang memiliki makna yang tersusun atas berbagai unsur dari bahasa (Hartley

1982, 11). Yang mana harus dipahami pula bahwa peristiwa yang terjadi adalah realitas. Sedangkan berita merupakan hasil dari konstruksi realitas tersebut yang terjadi ketika proses peliputan, wawancara, pemotretan, shoot, hingga syuting, saat itulah suatu konstruksi berlangsung (Pareno, 2005: 3). Sedangkan menurut Tuchman, dipahami bahwa berita juga suatu realitas peristiwa yang telah dikonstruksi (Sudibyo, Hamad, Qodari, 2001: 65). Secara tidak langsung berita memberikan suatu konsep terhadap realitas, hal ini karena berita memandang realitas sebagai sebuah hasil konstruksi manusia (Hartley 1982, 12)

Menurut Hartley (1982: 36) beberapa hal yang perlu dipahami tentang berita adalah satu, bahwa berita bukan hanya sekadar sebuah informasi. Sehingga kita juga harus memahami bahwa proses pembuatan suatu berita itu terdapat banyak aspek yang bisa mempengaruhi isi atau konteks berita. Dua, makna adalah hasil dari interaksi. Ini dapat diartikan bahwa suatu berita belum atau tidak akan memiliki arti apapun jika hanya disiapkan atau dicetak saja, berita baru akan memunculkan makna manakala berita tersebut dikonsumsi oleh khalayak. Oleh karena itu harus ada konteks sosial dalam berita yang disajikan agar berita tersebut bisa dibaca, dan dipahami khalayak.

Konten dari suatu media memang bersumber pada peristiwa di dunia nyata, akan tetapi isi yang ditampilkan atau ditonjolkan media hanya unsur-unsur tertentu dan disinilah logika struktural yang dimiliki

media diterapkan demi menonjolkan unsur tersebut, bahkan tidak jarang, media lebih memilih untuk memilih dan membatasi sumber berita, menerjemahkan komentar dalam berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap suatu perspektif. Yang kemudian terjadi perubahan pemaknaan terhadap suatu realitas akibat penonjolan unsur-unsur tertentu (Sudibyo, 2001: 31).

5. Komunikasi Politik di Media Massa

Komunikasi politik ialah kegiatan komunikasi yang memiliki konsekuensi-konsekuensi yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik (Nimmo, 1993: 9). Hampir sama dengan komunikasi secara umum, jenis pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi politik adalah hal-hal yang berkenaan dengan politik.

Terdapat beragam saluran komunikasi politik. Pada dasarnya saluran komunikasi politik sama dengan komunikasi secara umum. Saluran komunikasi politik adalah alat atau sarana yang memudahkan penyampaian pesan politik. Saluran komunikasi politik tidak hanya mencakup alat, saran dan mekanisme seperti mesin cetak, radio, televisi dan sebagainya, akan tetapi yang lebih penting adalah manusia itu sendiri. Manusia sebagai otak perumusan pesan politik melalui sarana yang akan di media massa (Nimmo 1993, 166-1667). Karenanya manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarluaskan pembicaraan-pembicaraan politik dengan harapan dapat mencapai tujuannya.

Komunikasi politik di media massa erat kaitannya dengan pembentukan opini publik. Opini publik adalah suatu upaya membangun sikap dan tindakan khalayak mengenai suatu masalah politik atau aktor politik (Nimmo, 1989: 5). Dalam komunikasi politik, media massa dan dijadikan penggerak utama dalam usaha mempengaruhi individu terhadap terpaan berita yang diterimanya (Nimmo 1993, 198-200). Bentuk pembicaraan politik dalam media antara lain berupa teks atau berita politik yang didalamnya mengandung simbol-simbol politik (Hammad. 2004, 9). Oleh keran itu, media massa menjadi saluran yang sering digunakan dalam menyampaikan informasi politik. Bahkan media massa dilihat sebagai alat yang mampu menjustifikasi terhadap realitas sosial yang terjadi dimasyarakat.

6. Framing

Dalam Nugroho (1999: 20) *Framing* sering dipakai untuk menggambarkan suatu proses seleksi dan juga untuk menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Dapat juga dipandang sebagai proses penempatan informasi dalam suatu konteks yang khas sehingga suatu isu dapat dialokasikan lebih besar daripada isu lain.

Gagasan mengenai *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Baterson pada tahun 1955 (Sobur 2002, 161). Awalnya *frame* dimaknai atau diartikan sebagai sebuah struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Pada tahun 1974 Goffman mengembangkan

konsep ini lebih jauh, Goffman mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*Strips of behavior*) yang dapat membimbing individu dalam membaca sebuah realitas (Sobur 2002, 162).

Pan dan Kosicki mendefinisikan framing sebagai strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita (Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. 2002, 68).

Pan dan Kosicki menyatakan bahwa terdapat dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan (Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. 2002, 252). Konsepsi yang pertama, adalah konsepsi psikologi yakni tentang bagaimana seseorang dapat memproses suatu informasi dalam dirinya, bagaimana seseorang dapat mengolah informasi-informasi sekaligus ditunjukkan dalam skema tertentu. Konsepsi yang kedua ialah konsepsi sosiologis yakni berkenaan dengan bagaimana individu mampu menafsirkan sesuatu peristiwa dengan cara pandang tertentu. Kemudian bagaimana seseorang dapat mengelompokkan, mengorganisasikan, dan menerjemahkan pengalaman sosialnya agar dapat mengerti dirinya dan realitas yang ada di luar dirinya (Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. 2002, 253).

Pada model Pan dan Kosicki, perangkat *framing* dibagi kedalam empat struktur besar. Yang pertama adalah struktur sintaksis. Sintaksis

ialah bagaimana cara wartawan menyusun suatu peristiwa dalam bentuk susunan berita secara umum. Bagian sintaksis dapat diamati dari bagian (*lead*, *latar*, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Kedua, struktur skrip. Struktur skrip ialah bagaimana cara wartawan menceritakan atau mengisahkan suatu peristiwa ke dalam bentuk berita. Yang ketiga, struktur tematik. Struktur Tematik mengacu pada bagaimana cara wartawan dalam mengungkapkan pandangan atas suatu peristiwa ke dalam proposisi kalimat atau hubungan antar kalimat yang kemudian membentuk teks secara utuh. Bagian keempat, struktur retorik. Struktur Retorik berkenaan dengan bagaimana wartawan memberi penekanan pada arti tertentu di dalam berita dengan menggunakan idiom, pilihan kata, gambar dan grafik yang ditujukan tidak hanya untuk mendukung tulisan, tetapi juga memberikan penekanan arti tertentu (Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. 2002, 255-256)

Keempat struktur Pan dan Kosicki dapat digambarkan dalam bentuk skema seperti berikut :

Table 1 Skema Framing Model Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar, kutipan sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita.	5W+1H
TEMATIK Cara Wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, Kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

7. Priming

Priming bukanlah sebuah terori ataupun penjelasan. Tetapi sebuah prosedur yang dipakai guna memahami bagaimana suatu

informasi dapat dipresentasikan dalam memori. Terdapat 3 karakteristik priming (Roskos-Ewoldsen 2002, 179) antara lain :

- a. Efeknya dari priming akan hilang seiring dengan berjalanya waktu. Secara psikologi kognitif memperlihatkan bahwa keaktifan sebuah prime akan menghilang secara berkala dari waktu ke waktu dengan catatan jika tidak ada aktivasi prime tambahan.
- b. Priming kuat dapat mengakibatkan dampak yang kuat juga pada perilaku dan penilaian publik, waktu yang dibutuhkan priming kuat untuk hilang bisa berlangsung lebih lama jika dibandingkan dengan yang lemah.
- c. Efek priming akan menjadi lebih kuat apabila berada pada situasi dan kondisi yang ambigu.

8. Fungsi dan Peran Media

Media massa merupakan sebuah institusi yang memiliki serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasi yang dilaksanakan melalui berbagai tipe “komunikator massa” untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan peraturan dan kebiasaan yang berlaku (Mosco, 1996: 150-156).

McQuail (1996: 72) mengungkapkan dua asumsi dasar mengenai media massa. Institusi media menyelenggarakan produksi, reproduksi, dan distribusi pengetahuan dalam pengertian serangkaian simbol yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan sosial. Pengetahuan tersebut

membuat kita mampu memetik pelajaran dari pengalaman, membentuk persepsi kita terhadap pengalaman itu, dan memperkaya khasanah pengetahuan masa lalu. Asumsi yang kedua, media massa memiliki peran mediasi antara realitas yang obyektif dan pengalaman pribadi. Media massa sering kali berada di luar persepsi dan kontak langsung kita.

Charles Wright menggambarkan empat fungsi dasar media massa (Ruben, 1992: 270-271) yaitu:

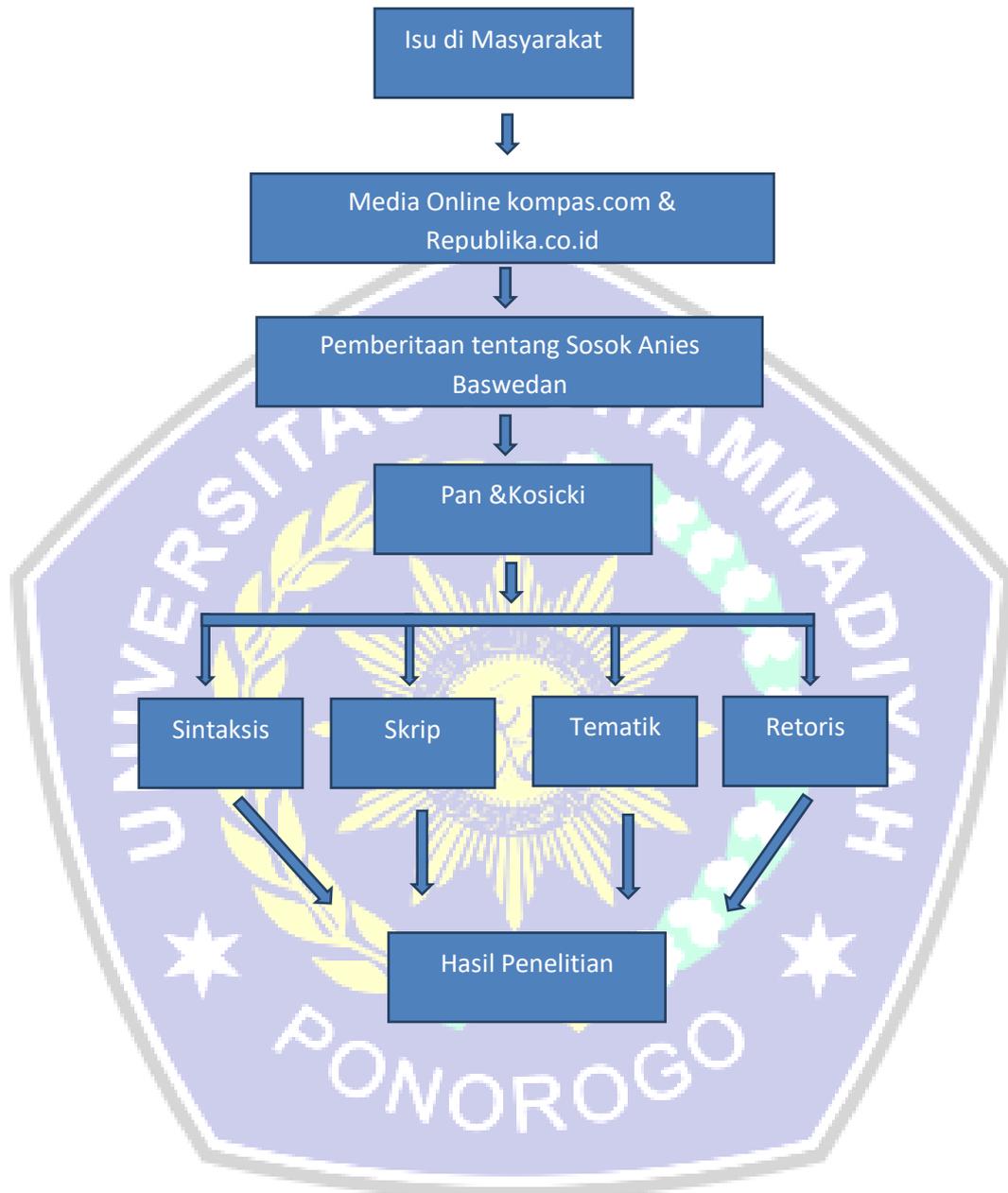
- a. Pengamat lingkungan (*surveillance*) Media memberikan pesan-pesan secara terus menerus melalui pemberitaan mereka yang memungkinkan anggota masyarakat menyadari perkembangan lingkungan yang dapat mempengaruhi mereka. Pengamat lingkungan juga memiliki fungsi pengawasan, yang memperingatkan masyarakat akan bahaya, misalnya angin topan atau polusi udara dan air.
- b. Korelasi (Correlation) Media massa menghubungkan dan mengartikan pesan tentang peristiwa yang sedang terjadi. Fungsi korelasi membantu khalayak masyarakat menentukan relevansi berbagai informasi pengawasan apa yang berguna bagi mereka.
- c. Sosialisasi (Socialization) sebagian merupakan fungsi pengamat lingkungan dan korelasi; komunikasi melalui media massa mensosialisasikan individu-individu untuk berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa memberikan berbagai

pengalaman yang umum, harapan-harapan yang sama, perilaku yang sesuai maupun yang tidak sesuai, dan berkontribusi berbagai kreasi kebudayaan umum dan konsensus kebudayaan. Komunikasi dalam media massa juga memainkan sebuah peran penting dalam mentransmisikan warisan kebudayaan dari generasi ke generasi.

- d. Hiburan (Entertainment) Media massa adalah sumber yang dapat menyediakan hiburan massa dan menyediakan hiburan dasar, serta menyiarkannya bagi khalayak masyarakat.

Wilbur Schramm melalui bukunya yang *Responsibility in Mass Communication* melengkap pendapat Charles Wright dengan menambahkan fungsi media sebagai ajang promosi (*tosellgoodsforus*) (Schramm 1975, 34). Apabila dihubungkan dengan politis, maka media bisa juga memiliki fungsi untuk mempromosikan sosok seorang tokoh politik kepada khalayaknya.

B. Kerangka Pikir



C. Penelitian Terdahulu

Penelitian skripsi dengan judul “*Analisis Framing terhadap Sosok Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan 2017-2022 Di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id Periode 16 Oktober – 20 Desember 2017*” ini terinspirasi dari berbagai peristiwa yang terjadi pada masa-masa pemilihan gubernur DKI Jakarta yang diwarnai berbagai aksi hingga kemenangan pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno sebagai gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022 yang kemudian diliput oleh media dan menimbulkan bingkai-bingkai dimasyarakat yang membandingkan Sosok Anies Baswedan dan Ahok Selaku gubernur sebelumnya. Sehingga penulis sangat tertarik untuk padat meneliti kajian ini. Adapun *literature* yang penulis gunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Skripsi BINGKAI MEDIA TERHADAP BERITA MENGENAI AHOK DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017 Karya Siti Nur Amaliyah. Penelitian ini meneliti tentang bingkai media dari surat kabar Harian Kompas dan Harian Republika pada periode pemberitaan 1 Maret-31 Mei 2016 yang berfokus pada pemberitaan tentang Ahok sebagai bakal calon gubernur Pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian ini menggunakan analisis framing dengan model Zhodang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam penelitian ini peneliti membedah teks berita dan melakukan wawancara mendalam dengan praktisi media tersebut.

2. Skripsi PENERAPAN SYARIAT ISLAM DI ACEH DALAM KONTRUKSI PEMBERITAAN MEDIA NASIONAL Karya Donie Kadewandana. Penelitian ini mengkaji tentang framing pada pemberitan Baitul Muslimin Indonesia PDI-P pada harian kompas dan Republika. Penelitian ini menggunakan analisis model Pan dan Kosicki dengan menganalisis empat struktur : sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

3. Jurnal KASUS PERNYATAAN PENISTAAN AGAMA ISLAM OLEH GUBERNUR DKI JAKARTA BASUKI TJAHAJA PURNAMA Karya Muhammad Rizki Siregar dan Agus Aprianti. Penelitian ini membahas tentang bingkai yang dilakukan oleh kompas.com dan detik.com pada pemberitaan Ahok sebagai tersangka penistaan agama Tanggal 16 Nov 2016 dengan menggunakan metode analisis framing model Pan dan Kosicki dengan menganalisis empat struktur yang terdiri dari Sintaksis, Skrip, Tematik dan Retoris dalam berita.