

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. Media Massa

Kemajuan teknologi komunikasi saat ini membuat banyak media alternatif baru mulai bermunculan. Media komunikasi memiliki keperkasaan dalam mempengaruhi masyarakat, teristimewa pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa (Effendy, 2003: 407).

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas, dan heterogen. Media massa bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu, dan mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. (Nurudin, 2009: 9)

Menurut McLuhan, dalam menggunakan media, orang cenderung mementingkan isi pesannya saja dan orang sering kali tidak menyadari bahwa media yang menyampaikan pesan juga mempengaruhi kehidupannya. Menurutnya, media membentuk dan mempengaruhi pesan atau informasi yang disampaikan (Morissan, 2017:38)

Pesan yang disebarkan media massa bertabiat universal(public) sebab diperuntukan kepada universal serta menimpa

kepentingan universal. Jadi tidak diperuntukan kepada perseorangan ataupun kelompok orang tertentu. Perihal seperti itu yang antara lain membedakan media massa dengan media nirmassa. Dipaparkan kalau pesan berita semacam Kompas, majalah semacam Tempo, radio semacam RRI, film yang diputar di gedung bioskop, serta tv semacam TVRI merupakan media massa sebab diperuntukan kepada warga universal, serta pesan-pesan yang disebarkannya menimpa kepentingan universal. Media massa tidak akan menyiarkan sesuatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan universal (Effendy, 2004: 23).

Media massa mampu mengubah bentuk-bentuk marketing dalam dunia politik dari langsung menjadi melalui media massa (Utomo,2013).

Seiring perkembangan demokrasi, kini komunikasi politik pun semakin berkembang dengan memasuki area marketing. Karenanya, kini dalam dunia politik tanah air pun dikenal istilah marketing politik. Walaupun masih relatif baru, namun marketing politik di tanah air menurut (Nursal,2004) sudah lebih dari satu dekade digunakan oleh para politisi kita.

Masih banyak konten media yang mendapat perlawanan dari publik namun tidak di respon. Persoalan lain adalah ketika reaksi itu hanya dipandang sebelah mata dan tidak diindahkan oleh pihak media sebagai komunikator (Tabroni,2012).

2. Media Online

Dalam buku Sumadiria (2005) ia mengategorikan media online sebagai jurnalistik media massa. Secara lebih khusus Kridalaksana mengategorikan media online bersama televisi sebagai media elektronik audio visual yang berarti dapat dinikmati dengan melihat maupun mendengar. Media online sendiri, sering disebut juga sebagai New Media. New Media adalah bentuk-bentuk media yang diciptakan dan dibentuk oleh perubahan teknologi. Internet adalah salah satu new media di abad 21. Sebagai teknologi baru, bentuk media dan teknologi muncul secara bersamaan, dan disebut media convergence. Media convergence adalah definisi umum dari kombinasi antara dua atau lebih media tradisional yang menjadi satu proses serta memberikan dampak bagimedia lain dan penggunaanya (Mustika, 2017).

Menurut Chun, 2006 (dalam Romli, 2012: 31) mengatakan “New media merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media diluar lima media massa konvensional yaitu televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair (fluids), konektifitas individual dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Abrar Adhani, 2017).

Media online sebenarnya tidak jauh beda dengan media massa konvensional hanya saja media online didapatkan melalui

internet. Secara karakteristik media online bisa menjangkau pelanggan lebih dekat, kepuasan kepada pembaca karena mudah diakses, serta berita aktual yang dapat diperbaharui secara real time. Sedangkan media konvensional harus melalui proses kaidah-kaidah bahasa dan penulisan (Kresno, 2014).

Media baru khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbaharui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan tersebut (Nasrullah, 2018).

3. Framing

Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literature ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media (Sobur, 2015)

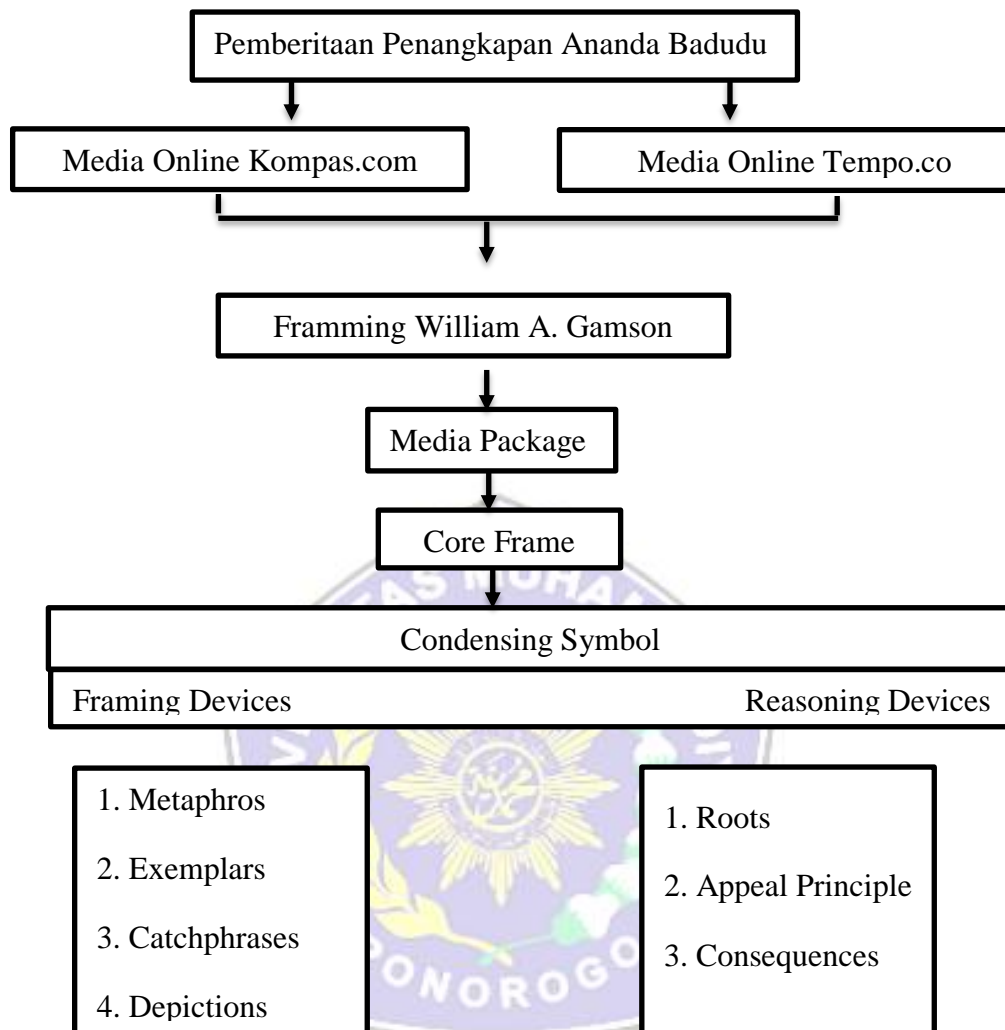
Analisis framing adalah bagaimana media memaknai, memahami, dan membingkai kasus atau peristiwa yang diberitakan. Pada dasarnya framing merupakan model analisis untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa yang diberitakan. Cara bercerita ini, tergambar pada cara melihat media terhadap realitas yang dijadikan media. Selain itu, sederhananya lagi, analisis framing dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa yang sama diberitakan secara berbeda oleh media (Eriyanto, 2012)

William Gamson adalah salah satu ahli yang paling banyak menulis mengenai Framing. Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum di sisi yang lain. Dalam pandangan Gamson, wacana media adalah elemen yang paling penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atas suatu isu atau peristiwa (Eriyanto, 2012:253)

Metode analisis *framing* Gamson dan Modigliani ini, merupakan salah satu metode *framing* yang kerap digunakan untuk melihat upaya media mengemas berita (Sobur, 2015: 175).



B. Kerangka Pikir



Bagan diatas, merupakan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penulisan penelitian ini. Pemberitaan mengenai penangkapan Ananda Badudu adalah informasi yang ditulis oleh wartawan. Dalam pemberitaan ini, wartawan media online Kompas.com dan Tempo.co mempunyai kuasa utuh atas perihal yang disampaikan. *Framing* pemberitaan ini akan dianalisis dengan metode *framing* William A. Gamson yang didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat

representasi berita yang terdiri dari media package. *Media package* merupakan gagasan utama atau ide sentral saat memahami atau memaknai sebuah isu. Di dalam *package* ini terdapat dua struktur, yaitu *core frame* dan *condensing symbols*. *Core frame* berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa. Sedangkan *condensing symbol* adalah hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik sebagai dasar digunakan perspektifnya. Dalam *condensing symbol* terdapat dua substruktur, yaitu *framing devices* dan *reasoning devices*. *Framing device* lebih menekankan aspek bagaimana melihat suatu isu. Struktur *framing devices* mencakup hal-hal sebagai berikut :

- a. *Metaphors*, adalah cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan.
- b. *Exemplars*, mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi mengalamu bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran.
- c. *Catchphrases*, adalah istilah bentukan frase atau kata yang menonjol yang mengarah pada suatu pemikiran tertentu.
- d. *Depictions*, adalah penggambaran fakta sehingga dapat mengarahkan khalayak kepada citra tertentu.
- e. *Visual Images*, adalah adalah penggunaan gambar, foto, table, atau sejenisnya untuk mendukung sebuah pemberitaan.

Sedangkan pada struktur *reasoning devices* menekankan pada aspek pembenaran terhadap cara melihat sesuatu isu. *Reasoning devices* mencakup hal-hal berikut :

- a. *Roots*, adalah analisa sebab akibat yang mengakibatkan terjadinya suatu hal tertentu..
- b. *Appeal Principle*, adalah sebuah prinsip atau klaim moral sebagai pembenaran membangun berita.
- c. *Consequences*, adalah konsekuensi atau efek yang dihadirkan dalam sebuah pembingkaiian.

Dari bagan diatas peneliti ingin meneliti bagaimana pembingkaiian berita Penangkapan Ananda Badudu yang dilakukan oleh media online Kompas.com dan Tempo.co.

Media selalu menyajikan berita yang bermacam-macam, sehingga penting atau tidaknya suatu informasi tergantung bagaimana suatu media membingkai suatu berita. Dalam menyajikan suatu berita antara media satu dengan yang lainnya juga mempunyai pandangan yang berbeda-beda.

