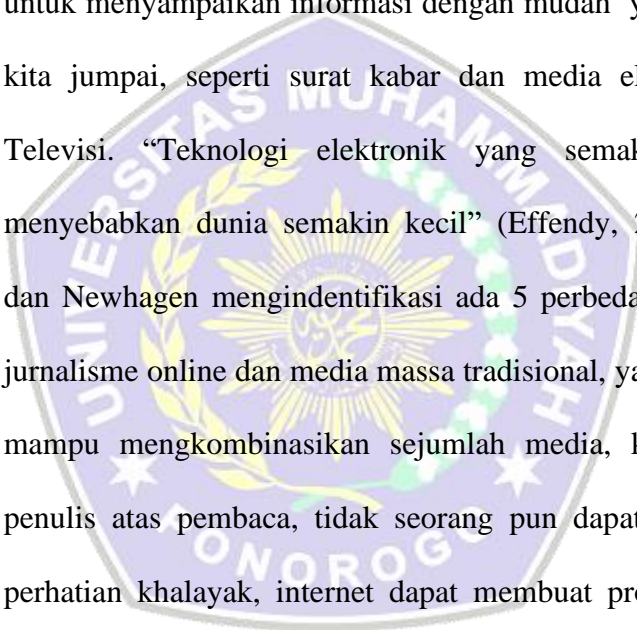


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Jurnalisme Online

Pada perkembangan jurnalistik sekarang ini, jurnalisme online lebih memiliki sisi lebih yakni dapat memberikan peluang untuk menyampaikan informasi dengan mudah yang biasa sering kita jumpai, seperti surat kabar dan media elektronik seperti Televisi. “Teknologi elektronik yang semakin maju telah menyebabkan dunia semakin kecil” (Effendy, 2008). “Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi ada 5 perbedaan utama antara jurnalisme online dan media massa tradisional, yaitu media online mampu mengkombinasikan sejumlah media, kurangnya tirani penulis atas pembaca, tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung secara berkesinambungan, dan interaktivitas web” (Santana, 2005)”.

“Jurnalisme Online memiliki karakter sama dengan media online yakni publikasi dengan media dan teknologi”. jurnalisme online memiliki keunggulan dibandingkan media konvensional, James C. Foust 2005 dalam (Syamsul, 2003) berpendapat bahwa ada tujuh keunggulan jurnalisme online diantaranya :

a. Audience control :

yaitu audience lebih leluasa dalam memilih berita.

b. Nonlinearity:

“pada tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan”.

c. Storage and retrieval:

“berita tersimpan dan dapat diakses dengan mudah”.

d. Unlimited space :

“memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya”.

e. Immediacy :

“memungkinkan informasi dapat disimpan secara cepat dan langsung kepada audience”.

f. Multimedia capability :

“bisa menyertakan teks, suara, gambar, video dan beberapa komponen lain dalam berita”.

g. Interactivity :

“memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca”.

2.1.2 Media Online

Media massa online tidak membuat media massa tradisional hilang . Media online adalah jenis baru jurnalisme karena terdapat sejumlah fitur dan karakteristik yang ada pada jurnalisme tradisional. “Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan

kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita” (Santana, 2005).

Terdapat lima perbedaan utama antara media massa online dan media massa tradisional yang sekaligus menjadi *karakteristik media massa online* yaitu :

1. “Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah Media”.
2. “Kurangunya tirani penulis atas pembaca”.
3. “Tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak”.
4. “Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung Sinambung”.
5. “Interaktifitas web”.
6. “Kecepatannya secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan”. (Santana, 2005)

“khalayak media massa mempunyai sifat serta karakteristik, yaitu khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar, ada di berbagai tempat, tidak interaktif kecuali dengan bantuan komunikasi telepon, terdiri dari lapisan masyarakat yang sangat heterogen, tidak terorganisir dan bergerak sendiri” (Bungin, 2008).

2.1.3 Berita

Berita menurut Mitchel V.Charnly berita merupakan “laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya Tarik atau hal penting atau kedua duanya bagi masyarakat luas” (Charnly, 1975)

Sedangkan pada buku “Dasar Dasar Jurnalistik “ A.M. Hoetta Soehoet mendefinisikan berita :

1. “Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia”
2. “Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filasafat hidupnya”.
3. “Berita bagi suatu surat kabar adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan yang perlu bagi pembacanya untuk mewujudkan filasafat hidupnya”

Suatu peristiwa disebut berita apabila sudah disiarkan , dilaporkan, atau di informasikan . berita dalam media cetak dapat dilihat pada surat kabar , tabloid , atau majalah , didalam berita selalu terdapat nilai informasi (Hoeta, 2003)

Berita memiliki unsur unsur yang terkandung didalamnya untuk dinyatakan bahwa sebuah laporan yang disajikan kepada audience merupakan sebuah berita , sehingga dalam sebuah berita unsur unsur berita 5W+1H harus terpenuhi , sebagai berikut :

1. What : Apa yang terjadi dalam suatu peristiwa ?
2. Who : Siapa yang terlibat didalamnya ?
3. Where : dimana terjadinya peristiwa itu ?
4. When : kapan terjadinya ?
5. How : bagaimana peristiwa itu terjadi ?
6. Why : mengapa peristiwa itu terjadi ?

7. What next : terus bagaimana ?

2.1.4 Framing

Framing digunakan sebagai salah satu teori yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyajikan konsep pembingkaiian secara garis luas serta mendasar. framing ialah metode yang menyajikan realitas terkait kebenaran suatu peristiwa yang tidak diingkari secara penuh melainkan dibelokkan secara halus dengan 9 menonjolkan suatu (Sudiby, 2001). aspek tertentu yang ditonjolkan dari peristiwa yang berkaitan dengan penulisan suatu fakta yang kemudian pada suatu peristiwa akan berkaitan dengan bagaimana pemilihan aspek tersebut ditulis. Hal tersebut berkaitan dengan penggunaan kata atau kalimat, gambar, maupun citra tertentu yang akan ditampilkan kepada audiens (Kriyantoro, 2006)

Framing merupakan penggambaran bagaimana proses seleksi serta penyorotan aspek-aspek tertentu dalam berita pada suatu media. Frame merupakan istilah awal yang bermakna sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir cara pandang politik, kebijakan, wacana, dan juga menyajikan berbagai kategori standar dalam mengapresiasi suatu realitas. Frame pada saat ini dipahami secara luas serta di pelajari dalam bermacam bidang pengetahuan secara lebih dalam. Framing ialah suatu metode bagaimana suatu peristiwa maupun isu ditampilkan oleh media. Adanya bermacam kepentingan menyebabkan konstruksi realitas politik sangat

ditentukan oleh siapa yang mempunyai kepentingan dengan informasi berita tersebut. (Sobur, 2006)

Robert N. Entman mendefinisikan framing sebagai berikut :

Framing sebagai sebuah proses seleksi dalam berbagai aspek realitas sehingga aspek tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Sebagai wujud alokasi yang lebih besar dari sisi lain yang menyajikan informasi-informasi dalam konteks yang khas (Eryanto, 2011)

Terdapat 2 Aspek Framing :

1) Memiliki fakta atau realitas

Bagaimana proses media dalam memilih bagian realitas ataupun fakta pada suatu peristiwa yang akan diberitakan serta yang akan dihilangkan berdasarkan asumsi dari wartawan yang menentukan bagian mana dari realitas tersebut akan disajikan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan menentukan fakta atau sudut tertentu pada suatu peristiwa untuk menentukan suatu aspek yang menonjol sehingga berita yang dihasilkan memiliki perbedaan aspek dengan yang ditekankan media lain.

2) Menuliskan fakta

Menyajikan fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Aspek menonjol akan mendapatkan perhatian dan alokasi yang lebih besar yang mempengaruhi khalayak dan diperhatikan dalam memahami suatu realitas. Penonjolan realitas mempunyai tahapan penulisan fakta. Cara penyajian yang meliputi kalimat,

perposisi, kata, foto dan gambar pendukung yang akan ditampilkan (Sobur, 2006)

Perbedaan freaming yang digunakan sebagai teori dengan freaming sebagai metode dalam penelitian ini terletak pada konsep yang tersaji . Freaming yang digunakan sebagai teori dalam penelitian ini akan digunakan sebagai acuan terkait pembingkaiian suatu fenomena atau peristiwa dalm fenomena ini adallah fenomena munculnya varian virus covid 19 varian omicron yang mulai diberitakan di berbagai media . sedangkan framing sebagai metode pada penelitian ini yaitu analisis framing. Analisis framing dapat dilihat sebagai suatu analisis yang membahas bagaimana media memaknai dan juga memahami suatu realitas yang ada serta dengan menggunakan cara apa realitas tersebut di tindakan yang kemudian hal tersebut menjadi inti dari analisis framing (Eryanto, 2011)

Proses konstruksi realitas yang dilakukan media akan menghasilkan kesimpulan yang menjadikan terdapat Bagian tertentu yang akan lebih ditonjolkan dan bagian tertentu yang dihilangkan oleh media dengan tujuan menggiring opini public terhadap suatu realitas yang lebih ditonjolkan oleh media tersebut.

2.1.5 Ideologi Media

Media massa dalam membuat sebuah informasi tentu memiliki maksud atau pesan yang hendak disampaikan untuk mendapatkan respon atau efek dari audience .tentu dalam melihat suatu peristiwa setiap media akan memiliki sudut pandang yang

berbeda terhadap suatu peristiwa atau pesan yang hendak disampaikan kepada audience . . Isi pesan yang dilakukan oleh media massa umumnya mengantarkan kepada khalayak yang berhubungan dengan kebijakan, maupun keputusan tertentu yang akan dipakai, sehingga dapat dilihat menjadi ideologi. Ideologi media dalam kajiannya berhubungan dengan citra maupun representasi terhadap realitas masyarakat yang ditonjolkan oleh media dalam beragam bentuk pesan. Kepemilikan media atau disebut juga media ownership mempunyai makna yang relatif penting dalam memandang peran, ideologi, konten media dan dampak yang dihasilkan media kepada khalayak. . Ideologi media pada dasarnya berbentuk gagasan serta nilai-nilai pokok melalui pesan-pesan yang telah dikonstruksi oleh media massa yang setelah itu disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk seperti paket berita, iklan, film, tayangan sinetron dan juga siaran reality show. Konsep yang diusung media yang diantara lain sistem keyakinan (belief system), prinsip gagasan (basic way of thinking), pandangan dunia (worldviews), dan nilai (values) sangat berhubungan dengan konsep ideologi media (Pawito, 2016)

ideologi media kerap kali melibatkan perdebatan di antara dua kubu pandangan yang saling berlawanan:

Pandangan bahwa teks media cenderung mempromosikan pandangan ideologis dari kalangan-kalangan dominan, dan pandangan bahwa teks media mengamplifikasi pandangan ideologis

tandingan dalam upaya penegasian, perlawanan, dan pembebasan. Berbagai nilai serta gagasan diaplikasikan oleh media massa dikonteskan, dikompertisikan melalui media massa. (Pawito, 2016)

Refleksi akan ditampilkan berbeda pada tiap media hal tersebut berkaitan dengan pemaknaan serta pemahaman yang coba diuraikan setiap media . dan pemaknaan serta pemahaman dipengaruhi oleh ideologi media . pentingnya peranan ideologi media dalam kajian media dengan mengkaji isi suatu media untuk melihat bagaimana gagasan, nilai-nilai atau motif yang terkandung di balik suatu teks. Teks berita dapat dianalisis kecendrungan ideologisnya. Teks bersifat tidak netral namun dapat merepresentasikan ideologi seseorang atau kelompok yang dapat diidentifikasi.

Fakta-fakta yang berbeda dalam suatu peristiwa sering kali bertentangan. peran ideologi media dalam konteks pertentangan ini semakin terlihat proses dan reproduksi yang mendominasi (Muttaqin, 2012). Media dalam menyajikan suatu realita akan dipengaruhi oleh ideologi yang digunakan dalam sudut pandang media tersebut yang menghasilkan bingkai berita. Kajian yang dilakukan Rogers menemukan bahwa institusi media massa dalam menyajikan suatu berita selalu mengambil angle-angle tertentu, baik secara sosial, ekonomi, maupun politis (Norris, 1999).

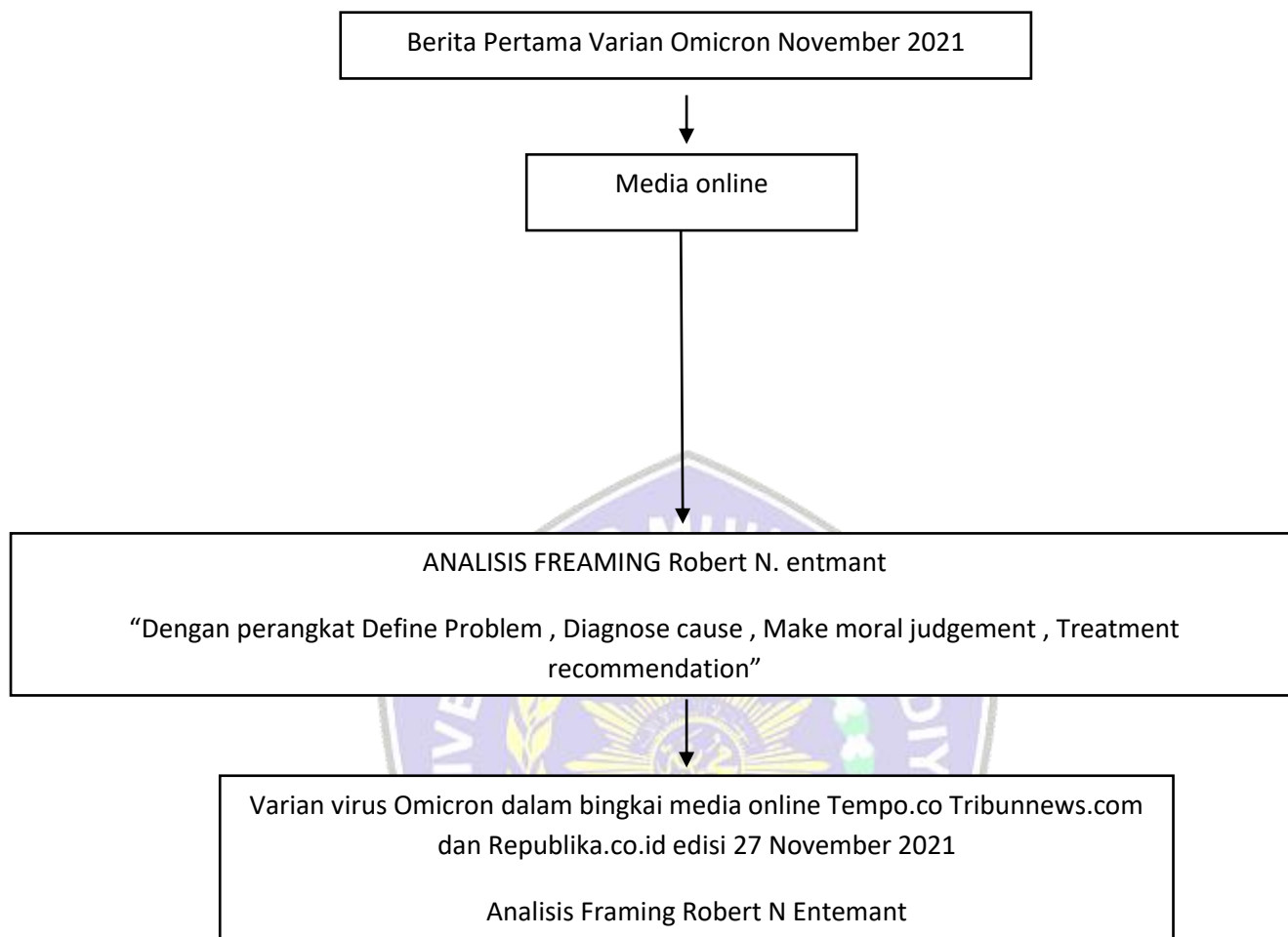
Dalam membentuk sebuah realitas sosial media sangat efektif dalam pembentukannya. kepentingan media mempengaruhi

ideologi yang ada dalam sebuah media diantara kepentingan media adalah kepentingan politik ,ekonomi , sosial budaya dan agama . . Kajian kritis melihat jika proses produksi suatu berita pada media massa dipengaruhi oleh pertarungan ideologi media itu sendiri dengan berbagai macam kepentingan. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Schudson, bahwa kepentingan kepentingan media tersebut akan menciptakan hasil berupa teks berita berupa simbol simbol yang menggambarkan penguasaan ide serta kepentingan kelompok yang memiliki kuasa

Hasil dari produksi berita berkaitan langsung dengan struktur ekonomi media atau industri media keseluruhan dinamika yang terjadi pada ruang berita dapat dilihat sebagai serangkaian kecil interaksi antara struktur dan agensi pada beberapa konteks historis spesifik. “secara khusus sebagai kontestasi antara pemilik dan jurnalis dikaitkan dengan peluang dan kemampuan mereka menguasai elemen-elemen pada struktur, dimana kontestasi ini dilatarbelangi oleh ideologi masing-masing” (Hidayat, 2000)

Ideologi media memiliki pengaruh besar terhadap isi berita atau informasi yang disampaikan media baik dari segi sudut pandang penulisan berita atau informasi untuk di sampaikan kepada khalayak atau audience , sesuai dengan tujuan media itu sendiri dalam menyebarkan sebuah nilai informasi atau berita .

2.2 Kerangka Pemikir



Gambar 2 1 Kerangka Pemikir

Secar ringkas dalam penelitian ini akan mencoba “membenturkan” pemberitaan dari kemunculan varian virus covid 19 varian omricon edisi terbit pertama 27 November 2021 dari ketiga media online Tempo.co dan Tribunews.com dan Republika.co.id . penelitian ini menggunakan model analisis Framing Robert N Entmant untuk mengetahui bingkai pemberitaan Varian virus covid 19 varian Omricon pada tanggal 27 November 2021 dari media online Tempo.co , Tribunews.com dan Republika.co.id .