

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama/Instansi/Tahun  | Judul Penelitian  | Teori   | Metodologi | Hasil Penelitian  |
|----|--|---|---|------------|---|
| 1. | Nur Faizatu Mubarakah, Program studi Aqidah dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin dan filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021 | Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Terhadap Berita Kontra Radikalisme pada Akun Youtube NU Channel  | Teori Konstruktivisme, yakni pendekatan yang membuat pernyataan bahwa individu dapat membuat pengetahuan dan realitas dari pengalaman individu itu sendiri        | Kualitatif | Menurut Robert N Entman, NU Channel melakukan berbagai tindakan persuasif untuk mengarahkan masyarakat ke dalam pemikiran-pemikiran moderat. Hal ini dilakukan dengan cara menyediakan informasi tentang kelompok radikal dan memperkenalkan nilai-nilai islam yang rahmatan lil alamin sebagai gerakan pencegahan terhadap radikalisme. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang islam sebagai agama yang damai dan menjauhkan masyarakat dari pemikiran-pemikiran yang radikal. |
| 2. | Adi Irawan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2019                          | KONSTRUKSI REALITAS DAN AGENDA MEDIA (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Pemberitaan Larangan Penyebutan Kafir kepada Nonmuslim di Media Online Tempo.Co dan Viva.co.id Periode | Teori Konstruksi Realitas Peter L. Bergerdan. Realitas memiliki dimensi yang objektif dan subjektif, dimana realitas tersebut adalah hasil dari pemikiran manusia | Kualitatif | Ini adalah contoh dari cara media membingkai suatu peristiwa atau isu. Tempo.co dan Viva.co.id memiliki pandangan yang berbeda tentang larangan penyebutan kafir, dengan Tempo.co menganggap ini sebagai masalah kewarganegaraan dan perlakuan yang tidak   |

|    |   |   |  |            |  |
|----|---|---|--|------------|--|
|    |   | 28 Februari – 15 Maret 2019)  |  |            | hormat terhadap non-muslim, sementara Viva.co.id menganggap ini sebagai perlawanan terhadap Al-Quran. Keduanya juga menggunakan konstruksi yang berbeda, dengan Tempo.co menganggap ini sebagai langkah yang tepat dan Viva.co.id menganggap ini sebagai langkah yang salah  |
| 3. | Fairuz Ilham Magribi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. 2019 | Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Isu Penyerangan Ulama di Indonesia dalam Harian Kompas.com dan Republika.co.id Periode Februari-April 2018) | Teori Agenda Setting   | Kualitatif | Secara umum, pemberitaan yang dikeluarkan oleh Kompas.com lebih fokus pada fenomena hoax yang terjadi di media sosial, sementara pemberitaan yang dikeluarkan oleh Republika.co.id lebih fokus pada kepentingan umat dan peranip hak pemerintah dalam menindaklanjuti kasus penyerangan yang terjadi. Kompas.com lebih mengutamakan netralitas dalam konteks keagamaan, sementara Republika.co.id lebih menonjolkan ideologi agama Islam dalam pemberitaannya. |
| 4. | Nurul Huda, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019                                     | ANALISIS <i>FRAMING</i> MODEL ROBERT N ENTMAN TENTANG PEMBERITAAN HOAX RATNA SARUMPAET DI DETIK.COM RENTANG WAKTU 3-31 OKTOBER 2018             | Teori Konstruksivisme, individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pemikirannya. | Kualitatif | pemberitaan yang dikeluarkan oleh Detik.com tidak menyebutkan mengenai fakta-fakta yang sebenarnya mengenai kasus Hoax Ratna Sarumpaet, dan lebih fokus pada proses hukum yang dilakukan oleh Polda Metro Jaya. Sehingga opini publik yang dibentuk oleh Detik.com adalah  |

|    |  |   |   |            |  |
|----|--|---|---|------------|--|
|    |  |   |   |            | opini publik yang terfokus pada proses hukum yang dilakukan oleh Polda Metro Jaya dan kurang menyoroti fakta-fakta yang sebenarnya mengenai kasus Hoax Ratna Sarumpaet.  |
| 5. | Rahman Selasdi,<br>Fakultas Ilmu<br>Komunikasi, Universitas<br>Islam Riau Pekanbaru,<br>2021 | ANALISIS<br><i>FRAMING</i><br>ROBERT N.<br>ENTMAN<br>PEMBERITAAN<br>VAKSINASI<br>COVID-19 DI<br>MEDIA ONLINE<br>TRIBUNPEKANBARU.COM | Teori Agenda Setting<br>, jika<br>media memberi tekanan<br>pada suatu peristiwa,<br>maka media itu akan<br>mempengaruhi khalaq<br>yak<br>untuk menganggapnya<br>penting | Kualitatif | Tribunpekanbaru.com<br>juga menyoroti<br>permasalahan yang<br>terjadi seperti<br>keterbatasan vaksin<br>yang tersedia dan juga<br>masalah distribusi<br>vaksin yang masih<br>belum merata di<br>seluruh wilayah<br>Pekanbaru. Mereka<br>juga menyampaikan<br>informasi mengenai<br>jadwal vaksinasi dan<br>lokasi vaksinasi yang<br>tersedia, serta<br>memberikan tips dan<br>saran bagi masyarakat<br>yang akan menerima<br>vaksin. Pemberitaan ini<br>cenderung bersifat<br>informatif dan<br>memberikan pandangan<br>yang obyektif, serta<br>memfokuskan pada<br>permasalahan yang<br>dihadapi dalam proses<br>vaksinasi di<br>Pekanbaru. |

## 2.2 Konsep Penelitian

### 2.2.1 Berita

Berita adalah laporan atau informasi tentang peristiwa yang terjadi di sekitar kita atau di dunia yang diterbitkan melalui media massa seperti surat kabar, televisi, radio, atau internet. Berita dapat berisi peristiwa politik, ekonomi, sosial, budaya, olahraga, atau peristiwa alam.

Menurut Paul De Maeseneer berita merupakan informasi tentang kejadian yang baru dan bersifat penting, yang juga berpengaruh terhadap pendengarnya, dan juga relevan serta layak dinikmati oleh mereka.<sup>1</sup>

Menurut Jani Yosef sendiri, berita yakni laporan terkini mengenai fakta penting atau menarik bagi khalayak, yang disebarluaskan oleh media massa.<sup>2</sup>

Freda Morris juga menyatakan bahwa berita adalah sesuatu yang baru, penting, dan dapat memberi dampak dalam kehidupan manusia. Menurutnya, berita terdiri dari unsur baru, penting, serta bermanfaat bagi manusia.<sup>3</sup>

Disimpulkan bahwa berita adalah informasi yang diterima oleh masyarakat tentang peristiwa penting yang terjadi di sekitar mereka atau di dunia serta dapat memberi dampak terhadap manusia, yakni dengan laporan terkini atau paling baru.

Menurut Jurnal Ilmu Komunikasi berita adalah informasi terbaru yang disajikan secara faktual, obyektif, dan menyeluruh tentang suatu kejadian atau fakta yang sedang terjadi atau terjadi pada saat lalu. Hal ini menekankan pentingnya keakuratan dan keterpercayaan dalam pemberitaan serta melibatkan unsur waktu dalam penyajian informasi.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Maeseneer, Paul De. 2000. *Here's The News*. New York: UNESCO

<sup>2</sup> *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial* (2021) Khoirul Muslimin

<sup>3</sup> *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing* (2012) Andi Fachruddin

<sup>4</sup> Yunus, M., Sitorus, R. R., & Arthadana, I. B. P. (2019). *Peran Pemuda dalam Pemberitaan Online*. *Jurnal ASPIKOM*, 4(2), 234-248

## 1. Unsur – unsur berita

Adapun juga unsur-unsur berita adalah elemen-elemen yang harus ada dalam sebuah berita agar dapat dianggap sebagai berita yang valid dan menarik. Berikut unsur-unsur yang lengkap menurut Inung Cahaya. S<sup>5</sup>

ini antara lain:

- *What*  
Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "*What*", yaitu berisi pernyataan yang dapat menjawab pertanyaan "Apa"
- *Who*  
Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "*Who*", yaitu berisi informasi tentang orang-orang yang terlibat dalam peristiwa
- *When*  
Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "*When*", yaitu mencantumkan waktu terjadinya peristiwa.
- *Where*  
Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "*Where*", yaitu menyediakan deskripsi lengkap mengenai tempat kejadian
- *Why*  
Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "*Why*", yaitu mencantumkan alasan atau latar belakang terjadinya peristiwa
- *How*

---

<sup>5</sup> Cahya S, Inung. 2012. *Menulis Berita di Media Massa*. Klaten: Citra Aji Parama

Berita yang dikatakan baik harus memiliki unsur "How", yaitu menjelaskan proses dan akibat dari peristiwa tersebut.

## 2. Nilai Berita

Berita yang akan diterima dan disebarkan ke publik harus memenuhi beberapa standar nilai. Sebuah berita harus memenuhi empat elemen utama sebelum dapat dipublikasikan oleh media massa. Elemen-elemen ini menjadi kriteria penting bagi berita agar dikategorikan sebagai layak untuk diterbitkan

Nilai berita menurut Philip Patterson dan Lee Wilkins meliputi akurasi, objektivitas, relevansi, komprehensif, aktualitas<sup>6</sup>

yakni sebagai berikut:

### 1. Akurasi

Keabsahan fakta dan informasi yang disampaikan dalam berita harus benar dan dapat diverifikasi.

### 2. Objektivitas

Berita harus diberikan tanpa pandangan pribadi atau bias.

### 3. Relevansi

Berita harus penting dan berkaitan dengan kepentingan publik.

### 4. Komprehensif

---

<sup>6</sup> Philip Patterson dan Lee Wilkins. 2008. *Media Ethics: Issues and Cases*. Boston : McGraw-Hill.

Berita harus mencakup seluruh aspek peristiwa yang berkaitan dan memberikan gambaran yang lengkap.

#### 5. Aktualitas

Berita harus segar dan up-to-date.

Secara singkat, berdasarkan nilai berita di atas dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tentang suatu kejadian yang memenuhi empat kriteria utama. Namun, tidak semua peristiwa merupakan berita yang layak diberitakan, sehingga sangat penting bagi seorang wartawan untuk dapat membedakan mana peristiwa yang memiliki nilai berita dan mana yang tidak.

#### 2.2.2 Posisi Media dalam *framing*

Menurut Robert Entman, posisi media dalam framing adalah perspektif kognitif atau interpretatif yang memberikan keseluruhan makna bagi berbagai elemen berita, termasuk situasi, tindakan, identitas, dan kausalitas.<sup>7</sup>

Menurut David L. Altheide dan Robert P. Snow, posisi media dalam framing adalah suatu kerangka pengertian atau konsep yang menentukan apa yang dipikirkan, dibicarakan, dan dilakukan oleh para pembuat kebijakan dan masyarakat<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

<sup>8</sup> Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage.

Menurut Jim A. Kuypers, seorang profesor di Virginia Tech, posisi media dalam framing adalah suatu keputusan yang diambil oleh media tentang bagaimana menata dan memilih elemen-elemen dalam sebuah cerita atau narasi untuk membangun suatu pandangan atau perspektif tertentu yang dituju kepada audiens<sup>9</sup>

Dapat disimpulkan bahwa posisi media dalam framing adalah cara media memilih, menata, dan memberikan makna pada berita untuk membangun suatu pandangan atau perspektif tertentu kepada audiens, yang dapat mempengaruhi pemikiran dan tindakan mereka.

### 2.2.3 Berita *Online*

Menurut Hadi berita *online* merupakan berita yang menyediakan informasi *up to date* (setiap hari) mengenai sesuatu peristiwa atau kejadian yang menyangkut dikehidupan kita sehari-hari seperti pendidikan, olahraga, teknologi, politik, dan hidup sehat<sup>10</sup>.

Menurut Salwen berita *online* adalah tahap penting bagi konvergensi media (*media convergence*). Berita *online* memiliki potensi untuk memanfaatkan berbagai fitur baru dari dunia pencampuran komunikasi media digital, di antaranya audio, video, animasi, dan peningkatan kontrol pengguna (*user control*).<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Kuypers, J. A. (2010). *Framing analysis: An approach to news discourse*. New York, NY: Routledge.

<sup>10</sup> Hadi, Mulya. 2008. *Internet Untuk Orang Awam*. Palembang: Maxikom.

<sup>11</sup> Salwen, M.B., Garrison, B. & Driscoll, P.D. (2005). *Online news and the public*. London: Routledge.



Menurut Suryawati berita adalah laporan yang berisikan informasi yang terbaru atau aktual, bersifat penting, dan menarik perhatian untuk diketahui publik, yang mencerminkan karya jurnalistik wartawan. Oleh karena itu, media cetak dan media elektronik berlomba-lomba membuat situs berita online untuk memenuhi permintaan khalayak akan berita, dengan begitu eksistensi media tersebut tetap terjaga<sup>12</sup>.

Dapat disimpulkan bahwa berita *online* adalah berita yang diterbitkan dan dibagikan melalui internet yang dapat dicampurkan melalui media digital, yang dapat disajikan dengan fitur baru dengan adanya audio, video, dan kontrol pengguna.

Berita online sering memberikan informasi yang sama seperti berita cetak atau televisi, tetapi memiliki beberapa keunggulan, seperti aksesibilitas yang lebih baik, kecepatan yang lebih cepat dalam menyampaikan berita, dan kapasitas untuk memperbarui informasi secara real-time. Berita online juga sering menyediakan foto, video, dan grafik untuk memberikan konteks visual yang lebih baik tentang peristiwa yang dilaporkan.

### **1. Keunggulan dan kekurangan berita online**

Menurut Craig , kelebihan dan kekurangan berita online adalah sebagai berikut<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor : Ghalia Indonesia.

<sup>13</sup> Craig, Richard. 2005. *Online Journalism; Reporting, Writing and Editing for New Media*, Thomson Wadsworth: USA.

## 1. Keunggulan

- Dapat menggunakan link jika ingin menyediakan informasi tambahan mengenai subjek
- Berita bisa diperbarui secara instan dan reguler.
- Ruang yang terbatas memungkinkan pelaporan berita bisa dilakukan secara mendalam
- Bisa menambahkan elemen lain ke dalam berita, seperti audio, video, atau konten online lainnya.
- Berita bisa diarsipkan secara online, tidak perlu takut hilang.

## 2. Kekurangan

- Layar komputer yang lebih terbatas ukurannya tidak bisa menyediakan jumlah informasi seperti pada halaman koran
- Berita di TV menampilkan informasi dengan media video menarik yang konstan, yang bisa dilakukan secara live atau rekaman. Berita online hanya bisa menyediakan video yang terbatas dengan kualitas yang lebih rendah.
- Penelitian menunjukkan bahwa pengguna komputer lebih tidak merasa nyaman ketika membaca teks secara online. Kehilangan navigasi di situs berita juga membuat pembaca merasa kecewa dan mungkin tidak akan mengunjungi situs itu lagi.
- Berita online yang disampaikan melalui layar komputer, hanya bisa ditampilkan dalam ukuran teks yang kecil.

#### 2.2.4 *New Media* (Media Baru)

Dunia maya memberikan tempat pertemuan virtual yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. Walaupun media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi 'dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Namun, media baru juga memiliki masalah, seperti kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan kebimbangan. Media baru mungkin memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi juga dapat menyebabkan kebingungan dan kekacauan. Media baru adalah pilihan yang luas, tetapi pilihan tidak selalu tepat ketika kita membutuhkan panduan dan susunan. Perbedaan adalah salah satu nilai besar dalam media baru, tetapi perbedaan juga dapat menyebabkan perpecahan dan pemisahan.

Menurut Lev Manovich, *new media* merupakan teknologi komputer yang membolehkan informasi yang bersifat digital untuk disimpan, diproses, dan didistribusikan.<sup>14</sup>

Menurut Howard Rheingold *new media* adalah sebuah media yang memungkinkan penggunanya untuk membentuk komunitas dan berkolaborasi secara daring.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Manovich, Lev. (2003) *New Media from Borges to HTML. The New Media Reader* Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort,

<sup>15</sup> Rheingold, Howard. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Menurut Little John, *New media* memberikan fleksibilitas dan interaktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi, radio, dan cetak. Ini juga memungkinkan pengguna untuk mengakses, membuat, dan berbagi konten dengan mudah. *New media* juga sering digunakan untuk menyampaikan pesan komersial, menjalankan kampanye politik, dan menyebarkan berita.<sup>16</sup>

Menurut Pierre Levy mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Teori ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi salah satunya yaitu media sosial yang pada zaman modern ini menjadi salah satu media komunikasi manusia yang populer. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka peneliti menganggap teori media baru relevan dengan keberadaan media sosial.<sup>17</sup>

Dapat disimpulkan *New media* adalah bentuk media yang menggunakan teknologi digital dan internet untuk menyampaikan informasi yang dapat memberikan fleksibilitas terhadap penggunaannya untuk mengakses, membuat, dan berbagi konten dengan mudah

---

<sup>16</sup> Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika

<sup>17</sup> Syaibani, Yunus Ahmad, dkk. 2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka

## 1. Karakteristik *New Media* (Media Baru)

Menurut teori komunikasi massa Denis Mcquail, ada beberapa karakteristik yang dapat menggambarkan media baru<sup>18</sup>, seperti berikut:

1. Jaringan network sebagai alat penghubung bagi pengguna untuk mudah terhubung dengan satu dan lainnya.
2. Interaktivitas memungkinkan pengguna untuk terlibat secara aktif dan langsung pada media.
3. Media digital merupakan peralihan dari media analog dan memiliki tampilan modern dan mempermudah akses data.
4. Hipertekstual menyediakan tautan teks yang terhubung untuk mempermudah pencarian informasi berkaitan.
5. Virtual menggambarkan hal nyata menjadi virtual.
6. Simulasi adalah tiruan objek atau peristiwa dunia nyata dalam dunia maya yang difasilitasi teknologi.

## 2. Ciri-ciri *New Media*

Menurut Henry Jenkins ada beberapa ciri utama yang membedakan *New Media* dengan media tradisional<sup>19</sup>. Beberapa di antaranya adalah:

1. Interaktivitas: *New Media* memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara aktif dan mempengaruhi isinya.

---

<sup>18</sup> Sri Hastjarjo, *New Media: Teori dan Aplikasi* (Karanganyar, Lindu Pustaka, 2011),

<sup>19</sup> Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

2. Kolaborasi: New Media memfasilitasi kolaborasi dan kerja sama antar penggunanya dalam membuat dan menyebarkan konten.
3. Konvergensi: New Media menggabungkan berbagai jenis media seperti teks, audio, video, dan gambar menjadi satu platform.
4. Konteks: New Media memberikan konteks dan informasi tambahan yang lebih kaya dan beragam dibandingkan media tradisional.
5. Dapat diakses secara global: New Media dapat diakses secara global dan memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan orang dari berbagai negara dan budaya.
6. Dapat dikustomisasi: New Media memungkinkan penggunanya untuk mengatur dan menyesuaikan isinya sesuai dengan preferensi mereka

### 2.2.5 Framing

*Framing* dalam konteks ini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengkategorikan, mengatur, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk memahami dirinya dan realitas di sekitarnya. Lebih jauh, *framing* memiliki fungsi untuk membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi karena sudah diberi label tertentu.

Menurut Sudibyo *framing* adalah proses mempresentasikan realitas dengan memfokuskan pada aspek-aspek tertentu, bukan sepenuhnya menyangkal kebenaran suatu peristiwa. Hal ini dilakukan dengan memberikan label tertentu,

menggunakan istilah yang memiliki konotasi tertentu, dan memanfaatkan ilustrasi seperti foto, karikatur, dan lain-lain.<sup>20</sup>

Erving Goffman mengatakan bahwa *framing* adalah proses bagaimana individu mengatur bagaimana diri mereka dilihat oleh orang lain, dan bagaimana mereka menafsirkan dan memberikan makna pada situasi sosial yang mereka hadapi. Ia juga menekankan bahwa *framing* memainkan peran penting dalam mempengaruhi cara orang memahami dan memperlakukan satu sama lain.<sup>21</sup>

Menurut Robert N. Entmant *Framing* didefinisikan sebagai proses bagaimana wartawan memilih dan mengatur informasi dalam berita mereka, dengan mempengaruhi pemahaman dan persepsi publik tentang isu tertentu. Perspektif yang digunakan dalam *framing* memutuskan fakta apa yang ditampilkan, bagian apa yang ditonjolkan dan disembunyikan, dan arah mana yang akan dibawa berita tersebut.<sup>22</sup>

Framing dapat disimpulkan proses pemilihan dan penyajian informasi dan pandangan dalam suatu konteks, sehingga memberikan makna tertentu dan memengaruhi cara pandang audiens terhadap suatu isu atau masalah. Dalam dunia jurnalistik yang terkolerasikan di penelitian ini dapat dilihat bahwa framing digunakan untuk membentuk pandangan publik terhadap isu-isu aktual.

---

<sup>20</sup> Sudibyo. Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.

<sup>21</sup> Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis: An Essay On The Organization of Experience*. New York: Harper & Row

<sup>22</sup> Eriyanto, *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*, (Yogyakarta:Lkis, 2002)

## 1. Aspek *Framing*

Menurut Eriyanto *framing* memiliki dua aspek, yakni sebagai berikut:

1. Memilih dan menuliskan fakta dalam pembuatan berita merupakan proses yang tidak bisa terlepas dari perspektif dan asumsi wartawan. Pemilihan fakta dan pemaparan realitas dalam berita selalu memiliki dua kemungkinan: apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Penekanan aspek tertentu dalam realitas terjadi melalui pemilihan sudut pandang, fakta dan pemilihan apa yang akan diterima dan ditolak.
2. Penulisan fakta yang dipilih juga merupakan bagian penting dalam pembuatan berita, dimana elemen seperti penempatan, pengulangan, pemakaian grafis, label, asosiasi, generalisasi, dan penggunaan kata-kata yang mencolok berperan dalam menonjolkan realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi pandangan dan pemahaman khalayak terhadap suatu realitas.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Eriyanto. 2011. *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*. Yogyakarta: LKiS.



## 2.2.6 Media Online

Media *online* adalah saluran informasi yang dapat diakses melalui internet, seperti situs web, aplikasi, atau platform sosial media. Media online dapat digunakan untuk menyebarkan berbagai jenis konten seperti berita, artikel, opini, hiburan, pendidikan, dll. Media *online* menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan media tradisional, serta memungkinkan interaksi antara pengguna dan pembuat konten.

Menurut Marshall McLuhan, media online merupakan media yang menyediakan "*global village*" yang menghubungkan seluruh dunia dan memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan mudah.<sup>24</sup>

, Menurut Ashadi Siregar, media online adalah istilah umum bagi bentuk media yang didasarkan pada telekomunikasi dan multimedia. Kehadiran media online hadir untuk memenuhi permintaan pasar karena perkembangan teknologi yang sangat pesat.<sup>25</sup>

Menurut Romli, media online merupakan generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media online merupakan penyederhanaan terhadap bentuk media konvensional dimana merujuk pada perkembangan teknologi

---

<sup>24</sup> McLuhan, Marshal. 2003 *Understanding Media : The Extension of Man* London & NewYork : Gingko Press.

<sup>25</sup> Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta. Penerbit Pembaharuan.

digital yang mengubah teks, grafik, gambar, dan video menjadi data-data digital berbentuk *byte*<sup>26</sup>.

Media online dapat disimpulkan bahwa media online adalah media yang memberikan fleksibilitas, interaktivitas, dan partisipasi aktif dalam penyampaian informasi dan dapat menghubungkan seluruh orang di dunia secara interaksi.

Media online dapat didefinisikan sebagai salah satu bentuk media massa yang saat ini menjadi pilihan bagi sebagian besar masyarakat dalam mencari informasi atau mengekspresikan pendapat<sup>27</sup>

Media online juga menyediakan platform untuk iklan, yang dapat ditargetkan pada audiens yang spesifik dan diukur efektivitasnya dengan menggunakan analitik. Media online didefinisikan sebagai jaringan luas komputer, yang dengan perizinan, dapat saling berkoneksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarkan dan membagikan digital files, serta memperpendek jarak antar Negara. Tidak seperti radio dan televisi yang disiarkan di satu lokasi untuk diterima di daerah sekitarnya, internet mampu mengkoneksikan antara satu komputer dengan komputer lain, sekaligus sebagai *broadcaster* dan *receiver*.

---

<sup>26</sup> Romli, S. A. (2018). *JURNALISTIK ONLINE: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

<sup>27</sup> Fajaroh, S. (2016). *Konstruksi Berita Media Online dalam Perspektif Framing Analysis*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Studi Media*, 1(1), 88-100.

## 1. Keunggulan Media *Online*

Seperti yang dikemukakan Lister, media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media tradisional<sup>28</sup>, di antaranya:

### 1. Pengalaman teks baru

Jenis baru dari genre dan bentuk teks, hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media (game komputer, simulasi, efek khusus bioskop).

### 2. Cara baru untuk merepresentasikan dunia

Media yang, dengan cara-cara yang tidak selalu jelas didefinisikan, menawarkan kemungkinan representasi dan pengalaman baru (lingkungan virtual yang memukau, layar berbasis multimedia interaktif).

### 3. Hubungan baru antara subjek (pengguna dan konsumen) dan teknologi media

Perubahan dalam penggunaan dan penerimaan gambar media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan arti yang diinvestasikan dalam teknologi media.

### 4. Pengalaman baru tentang hubungan antara perwujudan, identitas, dan komunikasi

---

<sup>28</sup> Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge

Bergeser dalam pengalaman pribadi dan sosial dari waktu, ruang, dan tempat (baik pada skala lokal maupun global) yang mempengaruhi cara kita memahami diri dan tempat kita di dunia.

5. Konsep baru dalam hubungan antara tubuh biologis dan teknologi media

Tantangan untuk membedakan antara manusia dan buatan, alam dan teknologi, tubuh dan (media sebagai) proteksi teknologi, nyata dan virtual.

6. Pola-pola organisasi dan produksi baru

Menyusun ulang dan mengintegrasikan lebih luas dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

### **2.2.7 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan

sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan.

Menurut Gerbner Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri<sup>29</sup>

Menurut Little John dan Foss, komunikasi massa merupakan suatu proses dimana organisasi media menghasilkan dan menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat yang luas, sehingga masyarakat dapat melihat, memanfaatkan, memahami dan terpengaruh oleh pesan-pesan tersebut.<sup>30</sup>

Menurut Mcquail, komunikasi massa adalah satu-satunya bentuk komunikasi yang berlangsung pada tingkat masyarakat yang luas dan mudah dikenali karena sifat institusinya.<sup>31</sup>

Dapat disimpulkan komunikasi massa yakni komunikasi yang disampaikan melalui media massa dan dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dan yang dihasilkan dari organisasi media, sehingga masyarakat dapat melihat dan memanfaatkan pesan-pesan tersebut

---

<sup>29</sup> Gerbner, G. 1967. *Mass Media and Human Communication Theory. Human Communication Theory*, F. E. X. Dance, editor. New York: Holt, Rinehart, & Winston.

<sup>30</sup> Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika

<sup>31</sup> McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika

komunikasi massa dapat dikatakan sebagai proses pengiriman pesan secara massal melalui media massa untuk mempengaruhi perilaku, opini, sikap, dan persepsi khalayak.<sup>32</sup>

Tentu hal ini sangat berkorelasi dengan penelitian yang diteliti, dimana media online juga merupakan tempat untuk manusia dalam melakukan komunikasi massa, sebagaimana kita tahu bahwa media tentu memiliki perhatian daripada masyarakat khalayak dalam mencari informasi, sehingga perlu diketahui bahwa teori komunikasi massa merupakan yang cukup untuk menjelaskan bahwa media khususnya media online tentu ada keterkaitan tentang komunikasi massa, yang notabene media online memiliki pengonsumsi informasi dari massa.

### **1. Karakter Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki karakteristik karena ia menggunakan teknologi dan media untuk menyebarkan informasi ke banyak orang sekaligus. Karakteristik komunikasi massa mempengaruhi bagaimana pesan diterima dan dipahami oleh masyarakat. Karakter komunikasi massa menurut Ardianto adalah sebagai berikut<sup>33</sup>:

---

<sup>32</sup> Hadi, N. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Program Indonesia Hebat di Surat Kabar Media Indonesia dan Republika. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 79-90.

<sup>33</sup> Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatam Media, Bandung, 2007.

### 1. Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang artinya ada beberapa orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa itu, berapa macam peralatan yang digunakan, dan berapa biaya yang diperlukan, sifatnya relatif. Namun yang pasti, komunikasi massa itu kompleks, tidak seperti komunikasi antarpersonal yang begitu sederhana

### 2. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa.

### 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikannya pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya.

### 4. Komunikasi massa mengutamakan isi ketimbang hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

#### 5. Komunikasi massa bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal

#### 6. Simulasi alat indra terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal.



## 7. Umpan balik tertunda

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.

## 2. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan peran penting dalam penyebarluasan informasi dan mempengaruhi opini masyarakat, oleh karena itu komunikasi massa tentu saja memiliki fungsinya tersendiri. Fungsi komunikasi massa menurut Dominick<sup>34</sup>, yakni sebagai berikut:

### 1. Pengawasan

Fungsi komunikasi massa dibagi menjadi dua bentuk utama yakni *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

- Fungsi pengawasan peringatan adalah ketika media massa memberikan informasi tentang bahaya seperti bencana alam, tingkat inflasi, atau serangan militer kepada masyarakat dalam jangka waktu yang lama.

---

<sup>34</sup> Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamic Of mass Communication*. New York: Random House

- Fungsi pengawasan instrumental adalah menyampaikan informasi yang berguna dan membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Penafsiran

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memberikan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap peristiwa penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa yang akan dimuat atau disajikan. Tujuan penafsiran media adalah untuk membantu pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih jauh melalui komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok

## 3. Pertalian

Melalui media massa, individu dengan minat dan kepentingan yang serupa dari berbagai latar belakang dapat terhubung dan membentuk ikatan, meskipun mereka berada jauh secara geografis. Media memfasilitasi pertemuan antar kelompok dengan kepentingan yang sama.

## 4. Penyebaran nilai-nilai

Fungsi ini juga dikenal dengan sebutan sosialisasi. Sosialisasi mengacu pada proses dimana individu mempelajari dan mengadopsi perilaku dan nilai dari kelompok. Media massa memberikan representasi dari masyarakat dan bagaimana mereka berperilaku dan memiliki harapan

tertentu. Oleh karena itu, media massa memperlihatkan model peran yang dapat diamati dan diharapkan untuk ditiru.

## 5. Entertainment

Melalui berbagai program televisi dan radio, masyarakat dapat memperoleh hiburan yang sesuai dengan keinginan mereka. Sementara surat kabar menyediakan hiburan melalui cerpen, komik, TTS, dan berita dengan sentuhan manusiawi.

## 2.3 Landasan Teori

### 2.3.1 Analisis *Framing* Robert N. Entman

Analisis *Framing* mempunyai beberapa metode struktur yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya model Robert N. Entman, William A. Gamson, M. Edelman dan Zhong Dang Pan dan M. Kosicki. Dimana model *framing* mempunyai skema atau struktur *framing* yang berbeda. Seperti William A. Gamson mempunyai struktur *framing* dalam dua pendekatan : pendekatan kultural dan pendekatan psikologis atau individual. *Framing* bertujuan melakukan pemahaman kepada pemberian istilah, penjelasan, evaluasi dan anjuran dalam suatu pemberitaan wacana untuk menentukan tujuan dalam kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> (Eriyanto:2002:222). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.

Teori *framing* Entman menyatakan bahwa media dan pemimpin politik dapat memengaruhi cara publik memahami suatu isu dengan menentukan fokus perhatian dan menyajikan informasi dalam konteks tertentu. Menurut Entman, *framing* adalah proses pemilihan dan presentasi aspek-aspek suatu peristiwa atau isu untuk mempengaruhi pemahaman dan respons publik. Teori ini menekankan pentingnya konteks dalam memahami suatu peristiwa atau isu dan bahwa *framing* dapat digunakan oleh media dan pemimpin politik untuk mempengaruhi opini publik.

Entman menyidik *framing* bagian dalam dua arah sketsa: opsi isu dan pementingan atau pengkhususan sisi-sisi terbatas terbit realitas/ isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh masyarakat. Realitas yang disajikan secara mengajur atau menyadur mempunyai kesempatan lebih besar untuk diperhatikan dan memengaruhi masyarakat dalam memaklumi suatu realitas. Dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh syarat tambah menyaring isu tertentu dan meninggalkan isu yang lain, dan menitikberatkan sisi terbit isu tersebut dengan menggunakan berbagai rancangan wacana penaruhan yang mencolok (menerakan di-headline jurus atau babak belakang), pengulangan, penggunaan grafis untuk mendukung dan bergeming penonjolan, penggunaan label tertentu untuk mendeskripsikan orang/kejadian yang diberitakan, pertautan terhadap lambang budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, *framing* yang digunakan adalah model Robert N. Entman, Dalam konsep Entman, *framing* yakni dasarnya menunjuk kepada definisi, penjelasan, evaluasi, dan nasihat dalam suatu pustaka menjelang memusatkan inti tertentu terhadap kasus yang diwacanakan.:

**Tabel 2**  
**(Struktur dan Perangkat analisis *framing* Robert N. Entman)**

| Struktur  | Perangkat <i>Framing</i>  |
|---|---|
| <i>Define Problems</i><br>(Pendefinisian Masalah)                     | Bagaimana suatu peristiwa/dilihat? atau sebagai masalah apa?  |
| <i>Diagnose Causes</i><br>(Memperkirakan masalah atau sumber masalah) | Peristiwa dilihat dan disebabkan oleh apa? siapa dan apa yang menjadi penyebab masalah?                                 |
| <i>Make Moral Judgement</i><br>(Membuat keputusan moral)              | Apa saja nilai moral yang ditampilkan untuk menjelaskan masalah? Dan nilai moral apa untuk melegitimasi suatu tindakan? |
| <i>Treatment Recommendation</i><br>(Menekankan Penyelesaian)          | Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk menyelesaikan suatu masalah/isu ? <sup>36</sup>                                  |

Dalam pendekatan ini *framing* Entman dibagi menjadi empat struktur:

1. *Define Problems* (pendefinisian masalah)

Merupakan elemen pertama yang digunakan untuk menekankan bagaimana peristiwa dimaknai, ketika ada peristiwa atau permasalahan.

<sup>36</sup> Eriyanto, *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*, (Yogyakarta: Lkis, 2002)

2. *Diagnose Causes* (memperkirakan penyebab masalah)

Yakni digunakan dalam membingkai siapa yang dianggap peran dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berupa apa (*what*), ataupun siapa (*who*). Bagaimana suatu peristiwa ditafsir, karena tentu saja dalam menentukan masalah terdapat pada unsur apa dan siapa.

3. *Make Moral Judgement* (membuat pilihan moral)

Elemen *framing* yang digunakan untuk membela atau memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Disaat adanya masalah, tentu harus adanya argumentasi yang cukup untuk menambahkan kebenaran kepada gagasan tersebut.

4. *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian)

Elemen ini tentu digunakan untuk menilai apa yang diputuskan oleh wartawan, atau cara apa yang dipilih untuk menyelesaikan permasalahan. Penyelesaian disini tentu dilihat tergantung kepada bagaimana peristiwa itu disaksikan dan siapa yang menjadi penyebab masalah.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Eriyanto, *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media)*, (Yogyakarta:Lkis, 2002)

## 2.4 Kerangka Berpikir

