

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam rangka menunjang dalam proses penelitian ini maka, peneliti mengambil rujukan dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Sebagai bahan acuan sejalan dengan topik penelitian yang diangkat oleh peneliti:

1. M. Risky Afriyandi, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung publikasi tahun 2017. Judul penelitian yang dibuat yaitu Kontruksi Pemberitaan *Online* Pasca Debat Kandidat Pertama Pemilihan Gubernur DKI Jakarta (Analisis *Framing* Pada Pemberitaan *tribunnews.com* Periode 14-26 Januari 2017). Dalam penelitiannya menggunakan yaitu analisis *framing* Robert Entman Hasil dari penelitian tersebut adalah kontruksi pemberitaan mengenai penampilan debat tiap paslon digambarkan oleh portal *Tribunnews.com* yaitu pada pasangan Agus-Silvi, Agus selaku calon gubernur belum mampu mengeksplorasi gagasan sehingga terlihat menghafal. Pada pasangan Ahok-Jarot *Tribunnews.com* cenderung mengarahkan sikap kontroversial Ahok saat debat yang menyinggung profesi

dosen. Pada pasangan Anies-Sandi Tribunnews menggambarkan sosok Anies yang dianggap memiliki kecakapan dalam berkomunikasi. Perbedaan dari penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah terletak pada topik penelitian dan objek media yang digunakanya berbeda, walaupun menggunakan dasar teori yang sama yaitu menggunakan teori *framing* Robert N Entman

2. Ana Maria Sarmiento Gaio, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuana Tungadewi publikasi tahun 2015. Judul penelitian yang dibuat yaitu Analisis *Framing* Robert Entman pada Pemberitaan Konflik KPK VS Polri di *Vivanews.co.id* dan *Detik.com*. Hasil dari penelitian tersebut adalah Dalam mengkonstruksi berita, baik *vivanews.co.id* maupun *detik.com* memiliki ideologi dan kewenangan masing-masing dalam memuat berita, sehingga meskipun memuat suatu isu yang sama namun akan memiliki pandangan berbeda tergantung dari setiap media. *Vivanews.co.id* dalam menyampaikan konflik KPK dan Polri sedikit menimbulkan kesan yang berlebihan sedangkan pada *detik.com*, isi berita maupun judul pada berita lebih mudah dipahami dan memiliki kesan yang simpatik terhadap konflik KPK dan Polri. Perbedaan dengan penelitian yang akan di teliti oleh peneliti terletak pada topik penelitian yang berbeda, serta media yang digunakan

sebagai bahan pembandingan juga berbeda, walaupun pisau pembedah atau model teori yang digunakan sama.

3. Achmad Oky Surya, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora publikasi tahun 2016. Judul penelitian yang diteliti adalah Pembingkai Berita Pencalonan Gubernur dalam Media *Online* Analisis Framing Berita Basuki Tjahaja Purnama dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017 Melalui Jalur Independen di Portal Berita *Sindonews.com*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis framing Robert Entman yang hasilnya yaitu pemberitaan Ahok dalam *Sindonews.com* cenderung memberitakan berita yang negatif terhadap pencalonan Ahok secara independen sehingga konstruksi dalam *Sindonews.com* cenderung kontra.

Dalam penelitian ini perbedaan terletak pada topik penelitiannya yaitu Pilkada Jakarta Putaran Kedua pada Pasangan Ahok-Djarot dan Anies Sandi serta objek media yang digunakan menggunakan tiga media yaitu *Detik.com*, *Okezone.com*, dan *Metrotvnews.com*. Selain itu peneliti juga melakukan komperasi ketiga media tersebut untuk melihat tingkat objektivitas dan netralitas diketiga media tersebut. Walaupun penelitian ini juga memiliki kesamaan yaitu menggunakan model *framing* Robert N Entman.

### 2.1.2 Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* bahasa latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Maksud dari sama disini adalah *sama makna*. Proses komunikasi terjadi saat seseorang memiliki kesamaan makna dengan apa yang dipercakapkan oleh seseorang tersebut. Studi komunikasi baru dapat diterima sebagai sebuah disiplin ilmu pada pertengahan abad 20 ini, namun sejak pejumpaan adam dan hawa komunikasi itu sesungguhnya telah hadir. Kehadirannya tidak dapat dielakkan lagi karena dalam setiap pejumpaan tentu memerlukan komunikasi, agar dapat berlanjut menjadi persahabatan, pertemanan, persekutuan, atau perkawinan. Sehingga sebagian orang menyebut komunikasi sebagai “perekat” hidup bersama. (Arifin,1988:19)

Selain sebagai perekat hidup bersama, komunikasi juga sering dipandang seolah-olah memiliki kekuatan “gaib”. Banyak masalah yang timbul dalam kehidupan sosial, selalu dikaitkan dengan komunikasi. Fisher menyamakan komunikasi sebagai plogiston masyarakat. Plogiston adalah suatu istilah yang sering dipergunakan orang sebagai suatu analogi untuk menggambarkan suatu penjelasan untuk penyebab yang sifatnya imajiner. Menurut Fisher, tidak ada persoalan sosial dari waktu ke waktu yang tidak melibatkan komunikasi. Seperti manusia dihadapkan dengan

masalah sosial, yang penyelesaiannya menyangkut komunikasi yang ”lebih baik” ataupun yang ”lebih banyak”. Kesalahpahaman yang menimbulkan konflik antara manusia baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi maupun dalam bidang militer dinyatakan sebagai “kesalahan komunikasi”. Komunikasi sering dimunculkan sebagai “kambing hitam” jika terjadi keruwetan dan ketidakharmonisan dalam hubungan antar manusia dan antar bangsa seperti konflik dalam rumah tangga, timbulnya perang dan sebagainya. (Arifin, 1988:20)

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi dapat dijadikan perekat hidup dan juga dapat menjadi bumerang hubungan diantara manusia yang lain, maka dari itu komunikasi seringkali menjadi kambing hitam jika terjadi suatu konflik atau permasalahan. Hal ini karena adanya kesalahpahaman atau *misscommunication* diantara keduanya, sehingga diperlukan komunikasi yang efektif dalam penyelesaiannya.

### **2.1.3 Komunikasi Politik**

Dalam mendefinisikan komunikasi politik, banyak perspektif yang diketengahkan termasuk juga cara untuk menganalisis komunikasi politik itu sendiri. Mueller mengungkapkan bahwa komunikasi politik didefinisikan sebagai hasil yang bersifat politik apabila mereka menekan pada hasil. Di

sisi lain bagi mereka yang lebih menekankan fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, komunikasi politik didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. (Arianie,2010:14-15)

Komunikasi politik telah menjadi bagian dari disiplin ilmu sejak lama dan telah tercantum dalam kurikulum ilmu sosial, baik dalam kajian ilmu komunikasi maupun dalam kajian ilmu politik. Di Indonesia saat ini momen-momen aktivitas politik begitu banyak terjadi yang melibatkan masyarakat secara luas, seperti melalui pemilihan umum secara langsung anggota parlemen (Pemilu), pemilihan langsung Presiden (Pilpres) dan pemilihan langsung kepala daerah (Pilkada). Kegiatan politik tersebut melahirkan berbagai bentuk komunikasi politik yang tentunya akan terus berkembang seiring berjalannya proses pendewasaan politik di Indonesia. (Bungin,2012:35)

Narasi yang terbangun oleh kajian komunikasi politik yaitu peran perantara atau mediator antara pihak pemerintah dengan pihak masyarakat atau warga negara sebagai penyampai pesan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan untuk menjelaskan fungsi komunikasi politik dapat dilihat dalam beberapa indikasi sebagai berikut: (bungin,2012:47-48)

Pertama, komunikasi adalah suatu strategi untuk mendapatkan dukungan dan pemenuhan terhadap kebutuhan dalam

sistem politik dapat dicontohkan dengan pemenuhan kepentingan, mengambil keuntungan melalui kebijakan dan strategi politik. Kedua, komunikasi politik sebagai alat penghubung antara rakyat dan pemerintah, baik dalam hal mobilitas sosial untuk implementasi hubungan, memperoleh dukungan, kepatuhan dan juga integrasi politik. Ketiga, komunikasi politik memiliki peran sebagai pemberi ancaman untuk memperoleh loyalitas (kepatuhan) sebelum alat paksa digunakan. Secara sederhana, komunikasi sebagai pintu perundingan awal dalam menentukan atau pengambilan kebijakan. Keempat, Komunikasi politik memberikan nilai etika terhadap pergerakan politik sehingga mampu menguasai homogenitas yang relatif tinggi. Nilai homogenitas politik memiliki pengaruh terhadap stabilitas politik. Kelima, Komunikasi politik juga mampu menjadi pengontrol sosial yang memiliki idealis sosial dan keseimbangan politik. (Bungin,2012:47-48)

Berdasarkan hal itu komunikasi politik merupakan komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Momen-momen aktivitas politik banyak melibatkan masyarakat secara luas, seperti dalam pelaksanaan pemilihan umum yaitu sebagai jembatan atau mediator antara pihak pemerintah dengan pihak masyarakat atau warga negara sebagai penyampai pesan.

#### 2.1.4 Media Online

Dikalangan beberapa ahli media penyebutan media *online* cukup beragam seperti media *online* sebagai bentuk “penerbitan elektronik”. Hal ini diungkapkan oleh salahsatu peneliti dan ahli media dari Universitas Texas, Amerika Serikat bernama Lorie Ackerman. Ia mengungkapkan bahwa istilah penerbitan elektronik digunakan untuk menyampaikan berbagai ide secara umum merujuk pada penggunaan komputer dalam penyusunan, pengeditan, pengarsipan, pencetakan, atau proses pengiriman-publikasi.

Media *online* dapat dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*)- koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik seperti radio, televisi, dan film/video. Media online didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet sehingga merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalisme*. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa media online merupakan objek kajian teori “media baru” (*new media*), yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek geneasi “*real-time*”. (Romli,2012:30-31).

Dengan adanya perkembangan teknologi sehingga timbulah media baru atau dapat disebut juga dengan media *online* yaitu media “generasi ketiga” atau “media baru” yang di dalamnya memiliki kemudahan kemudahan dalam mengaksesnya baik dimana saja dan kapan saja secara *real time*.

### **2.1.5 Jurnalisme *Online***

Kegiatan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita dalam surat kabar dan sebagainya untuk disebarkan kepada masyarakat atau publik merupakan pengertian dari jurnalisme menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Dahulu kala para wartawan melakukan kegiatan jurnalistik tersebut secara manual, namun dengan berkembangnya zaman dan teknologi munculah istilah jurnalisme *online*.

Jurnalisme *online* merupakan bentuk paling baru dari jurnalisme yang mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik yaitu kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas-kualitas interaktif, serta komunikasi-komunikasi *online* beserta fitur-fitur yang ditatanya. (Aryani,2011:27)

Mulai munculnya berita melalui internet yang disebut dengan weblog atau blog yang dapat dibuat oleh siapa pun merupakan tanda munculnya jurnalisme *online*. Adanya teknologi digital atau proses digitalisasi menjadikan informasi dapat diakses

oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun bagi mereka yang membutuhkannya secara langsung. (Aryani,2011:27)

Perkembangan jurnalisme online tidak dipungkiri akan menggeser media tradisional. Dalam pemberitaan majalah Tempo menyebutkan bahwa media besar di Amerika Serikat diantaranya Chicago Tribune, Philadelphia Inquirer, dan Post Intelligencer memutuskan untuk menerbitkan majalah tersebut versi *onlinenya* saja. Penyebabnya yaitu karena 40% warga Amerika Serikat sudah memakai media *online* untuk mengakses berita.(Hasfi N, 2010: 45)

Di Indonesia sendiri saat ini media massa cetak khususnya media massa konvensional besar mulai memiliki versi *onlinenya*. Hal ini bisa dicontohkan seperti *kompas.com* dari media cetak kompas, *sindonews.com* dari koran sindo, *ROL.com* dari koran Republika, *Metrotvnews.com* dari Metro TV, *Liputan6.com* dari Liputan 6, serta masih banyak lagi. Selain itu bemunculan portal-portal media *online* yang berisikan berita, informasi, dan hiburan seperti *Detik.com*, *Okezone.com*, *Vivanews.com*.

### **2.1.6 Ideologi Media**

Para pakar komunikasi percaya jika teks atau tulisan dalam media tidak berdiri sendiri melainkan teks-teks tersebut merupakan hasil dalam memandang realitas. Realitas tersebut dikonstruksikan sedemikian rupa sehingga terbentuklah persepsi masyarakat sesuai dengan apa yang dikonstruksikan media.

Konstruksi media tersebut tak lepas dari ideologi media yang dianut. (Pawito,2014:4)

Ideologi adalah hasil rumusan dari individu-individu tertentu. Keberlakuannya menuntut tidak hanya kelompok yang bersangkutan. Akan tetapi, selain membutuhkan subjek, ideologi juga menciptakan subjek. (Eriyanto, 2012: 99).

Ideologi media pada dasarnya adalah gagasan-gagasan atau nilai-nilai pokok yang diusung oleh media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat atau khalayak. Pesan atau informasi tersebut dapat berupa berita, iklan, film, tayangan sinetron, atau tayangan *realityshow*. (Pawito,2014:4)

Menurut Shoemaker dan Reese, dalam teori hirarki pengaruh menjelaskan bahwa isi dari suatu pemberitaan media dipengaruhi oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media, yaitu pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), pengaruh dari organisasi media (*organization level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan yang terakhir pengaruh ideologi (*Ideologi level*). (Longman,1996:45)

Dalam teori hirarkhi pengaruh disebutkan level yang terakhir pada teori hirarki pengaruh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese adalah level pengaruh ideologi pada konten

media. Pada level ini kita membahas ideologi yang diartikan sebagai kerangka berpikir tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan level pengaruh media lain yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Level ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas dalam sebuah media. (Longman,1996:56)

Subjektivitas lebih merupakan ideologi bagi jurnalis dibandingkan seperangkat aturan atau praktik yang disediakan oleh jurnalis. Dalam pandangan Tuchman, objektivitas adalah “ritual” bagi proses pembentukan dan produksi media. Ia adalah sesuatu yang dipercaya, menjadi bagian dari ideologi yang disebarkan oleh dan dari wartawan. (Eriyanto, 2012: 132)

Di dalam perkembangan media mutakhir, setidaknya-tidaknya ada dua kepentingan utama (*eksternal media*) yaitu kepentingan ekonomi (*economic interest*) dan kepentingan kekuasaan (*power interest*) yang membentuk isi media (*media content*) berupa informasi yang disajikan dan makna yang ditawarkannya. Di antara dua kepentingan utama tersebut, ada kepentingan yang lebih mendasar yang justru terabaikan, yaitu kepentingan publik. Media yang seharusnya berperan sebagai ruang publik (*publik sphere*) sering diabaikan oleh kuatnya dua kepentingan tersebut. (Mahpuddin, 2009:191)

Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik inilah sesungguhnya menjadikan media tidak dapat bersikap netral, jujur, adil, obyektif dan terbuka. Akibatnya, informasi yang disuguhkan oleh media telah menimbulkan persoalan obyektivitas pengetahuan yang serius pada media itu sendiri. Kepentingan-kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik akan menentukan apakah informasi yang disampaikan oleh sebuah media mengandung kebenaran (*truth*) atau kebenaran palsu (*pseudo-truth*), menyampaikan obyektivitas atau subyektivitas, bersifat netral atau memihak, merepresentasikan fakta atau memelintir fakta, menggambarkan realitas (*reality*) atau mensimulasi realitas (*simulacrum*). (Mahpuddin, 2009:192).

Ideologi media banyak dipengaruhi sistem ekonomi, sosial, dan politik yang berlaku kala itu. Bergantinya sistem politik mengakibatkan berganti pula dominasi ideologi media yang berkembang. Ideologi media tidaklah bersifat statis. Lewat teks media, sebuah ideologi bisa ditengarai bagaimana ia dikonstruksi, ditantang, ataupun berubah.

### **2.1.7 Kontruksi Realitas Sosial**

Pendapat masyarakat pada umumnya melihat media massa, seperti media cetak, elektronik maupun media *online* menjadi informasi yang patut dipercaya. Sumber informasi dan berita yang disajikan oleh media sering kali “ditelan mentah-mentah” oleh

sebagian masyarakat. Media juga cenderung membenarkan apa saja yang ada dalam media massa sebagai suatu realitas kebenaran. Tak dipungkiri media mempengaruhi pikiran-pikiran masyarakat untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Berita merupakan produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa berbeda antara yang satu dengan yang lain. Sehingga hal ini menghasilkan realitas yang berbeda pula. Oleh sebab itu, hasil kerja jurnalistik berupa informasi dan berita tidak bisa dinilai dengan menggunakan standard yang rigid. Berita bersifat subyektif, opini tidak dapat dihilangkan karena saat meliput wartawan melihat informasi tersebut dengan perspektif dan pertimbangan yang subyektif.

Tidak ada realitas yang dalam arti riil yang seolah olah ada dan *ajeg*. Realitas sosial tergantung pada bagaimana seseorang memahami dunia, atau bagaimana seseorang menafsirkannya. Penafsiran dan pemahaman itulah yang selanjutnya disebut dengan realitas. Karena itu peristiwa dan realitas yang sama bisa jadi menghasilkan konstruksi dan realitas yang berbeda-beda dari orang yang berbeda. Definisi orang atas realitas tersebut yang menunjukkan bagaimana realitas dipahami atau bagaimana seseorang menafsirkan dunia. (Eriyanto,2002:45)

konstruksi sosial atas realitas menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan Namun,

proses simultan tersebut tidak bekerja secara tiba-tiba, proses tersebut terbentuk melalui beberapa tahap penting. Tahapan tersebut meliputi menyiapkan materi konstruksi. Ada tiga hal penting dalam tahap atau proses persiapan materi konstruksi, yaitu:

- 1).Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan penggandaan modal. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya, ideologi mereka adalah membuat media massa laku di masyarakat.
- 2)Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk “menjual berita” dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.
- 3) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun, akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, walaupun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar. (Karman,2015:9)

Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa berbeda antara yang satu dengan yang lain sehingga menghasilkan realitas yang berbeda pula. Hal ini disebabkan karena hasil kerja dari jurnalistik bersifat subjektif yaitu saat meliput wartawan melihat informasi tersebut dengan perspektif dan pertimbangan yang subyektif. Faktor lain dari pembentuk realitas sosial juga dapat dipengaruhi oleh keberpihakan media.

### **2.1.8 Framing**

Gagasan mengenai framing diungkapkan oleh Beterson (1955) dengan memaknai frame sebagai struktur konseptual yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standart untuk mengapresiasi realitas. Selain Beterson (1955) pandangan mengenai framing juga dikembangkan oleh seseorang sosiolog bernama Erving Goffman, ia mengemukakan frame sebagai kepingan perilaku-perilaku yang membimbing individu dalam memaca realitas. (Sudibyo,2001:224)

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang tersebut yang akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Laporan berita yang akhirnya ditulis oleh wartawan pada akhirnya menampilkan apa yang dianggap penting, apa yang perlu

ditonjolkan, dan apa yang perlu disampaikan wartawan pada khalayak pembaca. (Eriyanto,2002:68)

Analisis framing digunakan untuk melihat konteks sosial budaya khususnya hubungan antara berita dan ideologi, yaitu proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, meruntuhkan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan ideologi.

Analisis *framing* dapat digunakan untuk melihat siapa mengendalikan siapa dalam suatu struktur kekuasaan, pihak mana yang diuntungkan dan dirugikan, kebijakan mana yang boleh didukung dan tidak didukung, serta mengungkap rahasia dibalik perbedaan media dalam mengungkap fakta. Dengan kata lain, mengetahui bagaimana realitas atau kenyataan suatu peristiwa dipandang dalam kacamata media.

### **2.1.9 Framing Robert N Entman**

Robert N Entman adalah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu dari realitas. *Framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana seperti penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian

belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/ peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain lainnya. Semua Aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. (Eriyanto, 2002:187)

Menurut Entman dalam Artikel *Journal Of Political Communication, framing* bisa menjadi paradigma penelitian komunikasi, misalnya untuk meneliti beberapa konsep berikut: Pertama, otonomi khalayak. Bagaimana sebuah teks dibaca secara dominan oleh khalayak, dan kenapa teks dibaca dengan cara pandang tertentu dan bukan dengan cara yang lain. Kedua, praktek Jurnalistik. Ranah penelitian ini bagaimana frame mempengaruhi kerja wartawan. Apa yang diperhatikan oleh wartawan pertama ketika ia melihat peristiwa. Bagaimana wartawan membuat satu informasi lebih penting dan menonjol dibandingkan informasi yang lain, dan faktor-faktor apa yang menyebabkannya. Ketiga, analisis isi. Dalam analisis isi tradisional yang diukur oleh peneliti adalah bagaimana kecenderungan pemberitaan suatu media apakah positif ataukah negatif, dari suatu teks. Disini teks dipandang sebagai sesuatu yang linier. Sama sekali tidak diperhatikan bahwa dalam teks ada penonjolan yang mempengaruhi pembacaan atas sesuatu

teks. Keempat, pendapat umum. Penelitian dalam ranah ini sangat banyak, misalnya dalam jejak pendapat. Bagaimana pertanyaan yang disusun dengan frame tertentu mempengaruhi jawaban khalayak atau bagaimana seorang kandidat atau politisi yang mengemas isu dengan cara tertentu dan menonjolkan yang berpengaruh terhadap perspektif khalayak atas suatu isu, dan bagaimana isu ditonjolkan dan dikemas dengan cara lain akan berbeda pandangan khalayak. (Eriyanto,2002:185)

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam konsep Framing menurut Robert N Entman ada dua dimensi yaitu seleksi isu dan penonjolan isu. Berikut tabel dan penjelasannya:

**Tabel 2.1 Perangkat *Framing***

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Tidak semua aspek peristiwa ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. Dalam seleksi isu ada bagian yang ditonjolkan ada bagian yang hilang dalam pemberitaan.
Penonjolan Isu	Aspek ini berhubungan dengan peulisan fakta, setelah peristiwa itu dipilih bagaimana peristiwa ditampilkan, Bagaimana peristiwa ditulis dengan kata, gambar, dan keterangan.

Dalam dua dimensi tersebut terdapat konsepsi mengenai framing yang menurut Robert N Entman digambarkan sebagai berikut

**Tabel 2.2 Konsepsi Analisis Framing Menurut Robert N Entman**

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?

<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian yang apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Dalam kerangka teori bahwa penelitian terkait Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua pada Pasangan Ahok-Jarot dan Anies Sandi dapat dilihat dari pemberitaan pada tanggal 11 April 2017, 12 April 2017, dan 13 April 2017 karena pada tanggal tersebut merupakan tanggal sebelum debat, saat debat, dan setelah debat. Selanjutnya dicari isu yang sering diberitakan oleh ketiga media *online* tersebut dengan topik berita yang sama. Berikutnya teks berita dengan topik isu yang sama dianalisis berdasarkan analisis *framing* Robert N Entman yaitu dengan mencari *Define Problems* (Pendefinisian Masalah), *Diagnose Causes* (Memperkirakan masalah atau sumber masalah), *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral), serta *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian). Setelah menganalisis berdasarkan analisis tersebut maka akan diketahui bagaimana konstruksi pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 pada pasangan Ahok-Jarot maupun pasangan Anies-Sandi dalam media *online* yaitu portal berita *Detik.com*, *Okezone.com*, dan *Metrotvnews.com*. Dalam hal ini ketiga media *online* tersebut merupakan obyek dari penelitian.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini memiliki kerangka sebagai berikut

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

