

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini, penelitian yang terdahulu sangat penting sebagai dasar dari pengerjaan skripsi ini. Penelitian terdahulu digunakan untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sekaligus sebagai perbandingan serta gambaran untuk mendukung penelitian berikutnya. Berikut penelitian ilmiah yang pernah dilakukan yang relevan dengan penelitian ini

1. Hepi Fauzi (2019) Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Berita Kampanye Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat Rentang Waktu 23 September – 30 N0vember 2018
2. Ghanes Eka Putera (2014) Bingkai Media Terhadap Pemberitaan Capres Jokowi Pada Pilpres 2014 (Analisis Framing Media Online Kompas.Com Dan Detik.Com)
3. Bintang Aria Kandiawan, Catur Nugroho (2018), Analisis Framing Zhongdang Pan Dan Kosicki Berita Insiden Piala Presiden 2018 Pada Media Dalam Jaringan Kompas.Com Dan Tempo.Com Edisi Februari 2018

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
Hepi Fauzi (2019) Analisis Framing Model	Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing	Persamaan dengan penelitian dari Hepi Fauzi (2019),	Penelitian dari Hepi Fauzi (2019),

<p>Pan Dan Kosicki Berita Kampanye Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat Rentang Waktu 23 September – 30 November 2018</p>	<p>yang dilakukan media cetak Harian Duta Masyarakat terhadap berita kampanye Pilpres 2019 sarat akan keberpihakan terhadap pasangan calon nomor urut 02 Prabowo-Sandi yang tak lepas dari kepentingan pemilik media.</p>	<p>menggunakan Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki serta topik penelitiannya berita kampanye Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Indonesia 2019</p>	<p>menganalisis pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat Rentang Waktu 23 September – 30 November 2018</p>
<p>Ghanes Eka Putera (2014) Bingkai Media Terhadap Pemberitaan Capres Jokowi Pada Pilpres 2014 (Analisis Framing Media Online Kompas.Com Dan Detik.Com)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan yang disajikan oleh <i>Kompas.com</i> mengenai sosok capres Jokowi secara tidak langsung berpihak kepada pihak Jokowi. Struktur sintaksis dan retorik <i>Kompas.com</i></p>	<p>Persamaan dengan penelitian dari Ghanes Eka Putera (2014), menggunakan analisis framing Model Model Pan Dan Kosicki, topik penelitian membahas kecenderungan media terhadap salah satu paslon dalam pemilu presiden.</p>	<p>Penelitian dari Ghanes Eka Putera (2014) menganalisis pemberitaan kampanye pemilihan presiden pada portal media Kompas.com dan Detik.com pada tahun 2014.</p>

	<p>didominasi oleh berita-berita positif yang menggambarkan bahwa Jokowi adalah kandidat yang sederhana, merakyat, agamis, dan layak terpilih sebagai presiden. Sedangkan <i>Detik.com</i> tampak masih berusaha menjadi media yang netral dan menjunjung <i>cover both sides</i>.</p>		
<p>Bintang Aria Kandiawan, Catur Nugroho (2018), Analisis Framing Zhongdang Pan Dan Kosicki Berita Insiden Piala Presiden 2018 Pada Media Dalam Jaringan Kompas.Com Dan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online Tempo.co melakukan pembingkaiian berita yang lebih netral dan lengkap secara kronologis. Hal ini terlihat dari judul berita dan isi dari berita disampaikan</p>	<p>Persamaan dengan penelitian Bintang Aria Kandiawan, Catur Nugroho (2018), topik penelitian tentang pembingkaiian berita sepakbola yang dikaitkan dengan tokoh politik, menganalisis dengan model Zhongdang Pan</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian dari Bintang Aria Kandiawan, Catur Nugroho (2018), menganalisis berita piala presiden dan media yang diteliti berbeda yaitu Kompas.com dan Tempo.com</p>

<p>Tempo.Com Edisi Februari 2018</p>	<p>sesuai dengan pernyataan narasumber. Tempo.co juga terlihat detail dalam memuat pernyataan dari narasumber. Sedangkan pemingkaian berita yang dilakukan oleh media online Kompas.com lebih menunjukkan keberpihakan kepada pihak Anies Baswedan jika dilihat dari sisi judul dan penyebutan nama dalam berita. Kompas.com juga terlihat tak lengkap memasukan kutipan dari narasumber yang terlihat lebih singkat dibanding</p>	<p>dan Kosicki dan meneliti pada dua media online</p>	
--	--	---	--

	Tempo.co. Kompas.com seakan ingin menunjukkan sisi politik yang menjadi isu besar dalam pemberitaan ini.		
--	---	--	--

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang berasal dari kata komunis yang berarti “sama”. Maksud arti sama disini adalah memiliki makna sama, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna tentang suatu pesan yang disampaikan komunikator dan di terima oleh komunikan. Hovland mendefinisikan proses komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (Mulyana, 2010).

(Effendy, 2003) mendefinisikan komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang kepada orang lain, dengan tujuan untuk mengubah sikap, memberitahukan, pendapat atau perilaku orang tersebut. Penyampaian pesan dapat dilakukan dengan lisan (langsung) maupun melalui media (tidak langsung).

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan atau rangsangan kepada orang lain untuk mengubah sikap dan perilaku dari rang lain.

2.1.3 Komunikasi Politik

Pengertian Komunikasi Politik Menurut Nimmo, Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas

merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politicos* menjadi *politera* yang berarti hak hak kewarganegaraan.

Komunikasi Politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara "yang memerintah" dan "yang diperintah". Menurut (Gabriel & Coleman, 1960) "komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik".

Denton dan Woodward dalam Mc Nair menjelaskan komunikasi politik bisa dipahami sebagai diskusi publik tentang alokasi sumber daya publik dan otoritas resmi (siapa yang diberi kekuasaan untuk membuat keputusan hukum, legislatif dan pemerintahan) serta sanksi resmi (siapa yang diberi penghargaan atau hukuman oleh Negara) (Junaedi, 2007).

Dilihat dari tujuan politik, maka hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok orang yang mempunyai tujuan politik atau ideologi tertentu, dalam rangka mendapatkan atau memperoleh kekuasaan, dengan kekuatan dan kekuasaan yang dimiliki agar tujuan politik dan ideologi tersebut dapat terwujud.

2.1.4 Pengertian Komunkasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication* atau *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, massa tersebar atau terpencar di

berbagai lokasi, dimana dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan mereka dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Komunikasi massa adalah sebuah proses. Membicarakan komunikasi massa tidak dapat dipisahkan dari media massa. Kedua istilah itu sering dipertukarkan, baik dalam arti yang sama maupun dalam istilah yang berbeda pengertiannya, namun kemudian pemakaiannya tidak tepat karena memang pengertian yang diberikan terhadapnya juga tidak tepat (Pratikto, 1987).

Efek media massa bagi masyarakat sangat besar, apalagi di era sekarang ini. Komunikasi massa merupakan sebuah kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk membuktikan secara tepat mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dicapainya dalam menggerakkan proses sosial tidaklah mudah, oeh sebab itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi massa dilaksanakan melalui berbagai media massa.

2.1.5 Media Online

Media online tidak hanya sebatas surat kabar dalam bentuk digital, tetapi televisi juga bertransformasi berbentuk digital seiring mengikuti perkembangan jaman. Surat kabar melakukan mediamorsosis menjadi digital dalam bentuk surat kabar online, sedangkan televisi saat ini dapat disaksikan secara streaming dan televisi menggunkan *youtube* untuk memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi.

Media online (*online media*) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Semua jenis kanal komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet (Romli & Syamsul, 2012).

Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) yang ditampilkan

secara online. Asep Syamsul M. Romli mengemukakan media online sebagai media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet, dan merupakan media massa "generasi ketiga" setelah media cetak dan media elektronik. Media Online merupakan produk jurnalistik online.

Jurnalisme *online* memiliki beragam sebutan seperti *internet journalisme*, *digital journalisme*, *website journalisme*, *daring journalisme*, dan *headline journalisme*. Kesemuanya memiliki arti yang sama yakni proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu. Jurnalisme *online* bentuk baru dari jurnalisme konvensional yang membutuhkan akses internet dalam produksinya. Seperti yang dikemukakan oleh Deuze (Santana, 2005), bahwa hal yang membedakan antara jurnalisme *online* dengan konvensional adalah keputusan baru yang harus diambil wartawan *cyber* dalam memproduksi berita. "*Online journalisme*" harus membuat keputusan - keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara - cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip, sumber - sumber dan lainnya melalui *hyperlinks*.

Keputusan - keputusan mengenai format media yang dimaksud adalah bagaimana format berita harus tepat, agar peristiwa atau informasi yang dimuat menarik untuk dibaca khalayak dan bermakna bagi khalayak. Media harus dapat menentukan penulisan dan gaya bahasa yang tepat, serta kemudahan dalam mengakses berita. Orientasi media juga bukan hanya pada peristiwa itu sendiri, melainkan juga kepada penerima berita atau khalayak. Upaya tersebut merupakan keputusan yang dibuat untuk menarik pembaca. Artinya, keputusan mengenai format berita yang akan dimuat, wartawan memperhitungkan khalayak yang akan membaca berita tersebut.

Media online merupakan generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media online merupakan penyederhanaan terhadap bentuk media konvensional dimana merujuk pada perkembangan teknologi digital yang mengubah teks, grafik, gambar, dan video menjadi data-data digital berbentuk byte (Romli & Syamsul, 2012). Byte yang dimaksud disini merupakan bahasa digital pada komputer yang diproses sebagai satu unit informasi, sehingga teks, grafik, gambar, dan video berubah dalam bentuk digital yang dapat diakses pada komputer maupun handphone (<http://www.votecamejo.com/> diakses 14 juli 2020).

2.1.6 Ideologi Media

Ideologi adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai serta representasinya dalam berbagai media dan tindakan sosial (Piliang & Adlin, 2003). Tujuan utama di balik ideologi adalah untuk menawarkan perubahan melalui proses pemikiran normatif. Ideologi adalah sistem pemikiran abstrak (tidak hanya sekadar pembentukan ide) yang diterapkan pada masalah publik sehingga membuat konsep ini menjadi inti politik. Secara implisit setiap pemikiran politik mengikuti sebuah ideologi walaupun tidak diletakkan sebagai sistem berpikir yang eksplisit (definisi ideologi Marxisme).

Dalam hal ini apakah media massa mempunyai ideologi yang diusung oleh media tersebut. Sudah tentu jelas bahwa Marxisme berpendapat bahwa ideologi yang mendasari terbentuknya media massa itu ada. Di hadapan sebuah televisi, misalnya, setiap orang, siapa saja adalah massa. Ideologi mengharuskan keberpihakan sedangkan pada massa tanpa menanyakan keberpihakan ideologis (Piliang & Adlin, 2003).

Pada umumnya dapat diterima pandangan yang mengatakan bahwa teks media mengartikulasikan secara terpadu (coherent) gagasan-gagasan tentang bagaimana cara memandang dan/atau memahami realitas. Media massa, melalui berbagai jenis sajian pesan,

menawarkan cara pandang mengenai berbagai hal termasuk misalnya cara memandang kelompok etnis dan/ atau budaya tertentu, perempuan, pemimpin, atau masyarakat. Ditawarkan pula oleh media massa, melalui kandungan pesan yang disampaikan kepada publik, jalan yang telah ditempuh oleh figur atau tokoh-tokoh tertentu misalnya terkait dengan keputusan atau kebijakan penting tertentu yang diambil, cara mengejar dan/atau mempertahankan kekuasaan, pola makan tertentu dalam upaya menjaga kesehatan, dan gaya hidup yang ditempuh untuk dapat menikmati kehidupan (<https://media.neliti.com> diakses 2 Juni 2020).

2.1.7 Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas menjadi dikenal sejak disampaikan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman dalam buku *the social of construction reality*. Realitas menurut Berger tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi dibentuk dan di konstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda atau plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu (Eriyanto, 2002).

Realitas sosial juga memiliki kaitan yang kuat dengan media massa, sebagai sarana penyampai informasi kepada masyarakat luas, media massa memiliki kekuatan dalam membentuk realitas sosial di dalam masyarakat. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda, Herbert J. Gans dalam (Eriyanto, 2002).

2.1.8 Analisis Framing

Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002).

Metode analisis framing yang sering kita lihat adalah bagaimana cara media memaknai sebuah peristiwa dan membingkai peristiwa tersebut menjadi sebuah berita. Metode ini berusaha untuk memahami dan menafsirkan makna dari suatu berita dengan menguraikan bagaimana media membingkai sebuah peristiwa. Sebuah peristiwa yang sama bisa jadi dibingkai berbeda oleh setiap media. Perbedaan dapat terjadi karena setiap media memiliki frame masing-masing dalam melihat suatu peristiwa dan hal apa yang ingin ditonjolkan oleh media. Berikut adalah pengertian metode *framing* menurut para ahli dalam (Eriyanto, 2002):

1. Menurut Murray Edelman. Edelman mensejajarkan framing sebagai perspektif tertentu dengan pemakaian kata-kata yang tertentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipahami. Kategorisasi dalam pandangan Edelman, merupakan abstrak dan fungsi dalam pikiran
2. Menurut Robert N. Entman. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu.
3. Menurut William A. Gamson. *Framing* dipahami sebagai seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai sesuatu. Ide sentral ini akan didukung oleh perangkat wacana lain sehingga antara

satu bagian wacana dan bagian lain kohesif (saling mendukung)

4. Menurut Zhongdhang Pan dan Gerald M. Kosicki. Framing adalah bagian dari proses besar bagaimana publik menafsirkan isu-isu atau kebijakan politik tertentu. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut

Dari empat metode di atas peneliti menggunakan Model Pan Dan Kosicki dalam penelitian ini.

2.1.9 Framing Model Pan Dan Kosicki

Dalam pendekatan ini, perangkat framing dapat dibagi kedalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur semantik ini dengan demikian dapat diamati dari bagian berita (lead yang dipakai, latar, headline, kutipan yang diambil, dan sebagainya). *Kedua*, struktur skrip skrip berhubungan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. *Keempat*, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

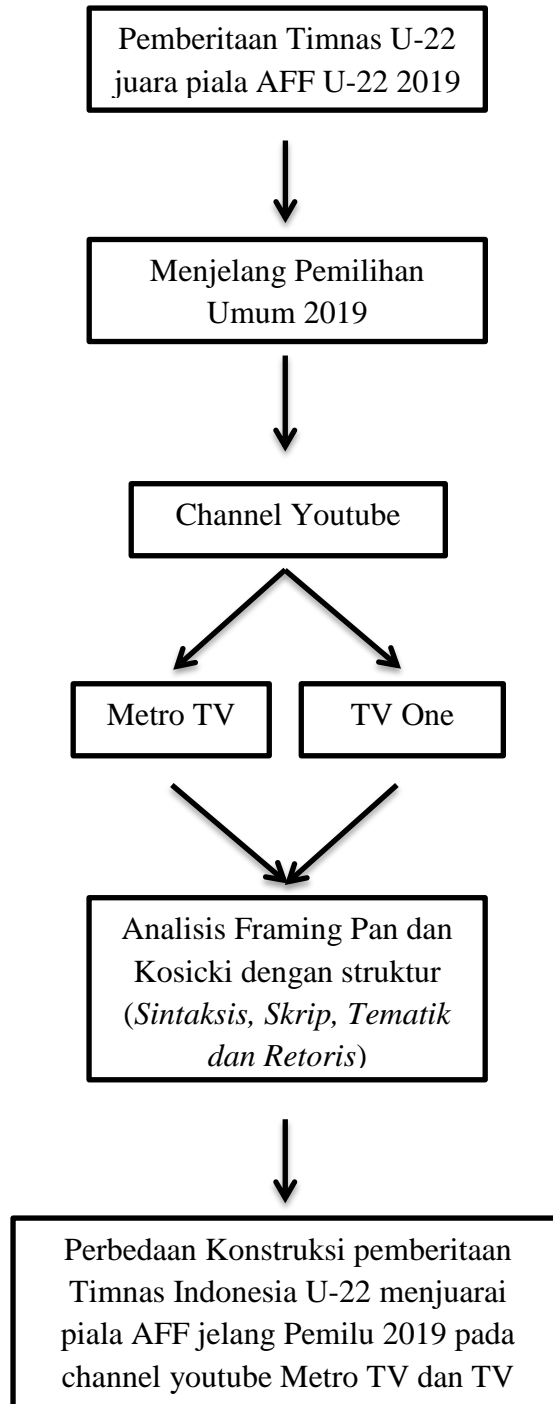
Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat mewujudkan *framing* dari suatu media. Kecenderungan atau kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati

dengan keempat struktur tersebut. Dengan kata lain, ia dapat diamati dan bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk umum berita, cara wartawan mengisahkan peristiwa, kalimat yang dipakai, dan pilihan kata atau idiom yang dipilih. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar. Pendekatan itu dapat digambarkan ke dalam bentuk skema sebagai berikut:

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumberm pernyataan, penutup.
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menuliskan 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. Metafota	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

(Eriyanto, 2002)

2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka berfikir