



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Sebelum melakukan penelitian, penulis terlebih dahulu melakukan studi literatur terhadap berbagai macam penelitian yang ada. Dengan melakukan studi literatur, penulis menjadi lebih sadar terhadap isu apa yang sedang terjadi di masyarakat, dan memberikan manfaat untuk mengetahui apa yang sedang menjadi perbincangan di tengah masyarakat. Dari isu tersebut, penulis menemukan beberapa topik yang dapat dijadikan untuk topik penelitian. Setelah menemukan beberapa topik, penulis memilah-milah topik tersebut dan memutuskan untuk meneliti mengenai suatu topik yang masih belum diketahui oleh sebagian masyarakat luas.

Topik yang dibahas dalam penelitian ini ada mengenai ideologi pemberitaan dari dua portal berita di Indonesia yaitu *republika.co.id* dan *tempo.co* terkait bantuan Indonesia terhadap etnis Rohingya di Myanmar. Peneliti memilih topik mengenai bantuan Indonesia terhadap etnis Rohingya karena setelah peneliti melihat latar belakang dari kasus yang dialami oleh etnis Rohingya beberapa tahun silam, kasus tersebut merupakan kekerasan yang tidak seharusnya mereka alami dari pemerintah Myanmar. Riza Sihbudi, et al. (2000, p. 52) menjelaskan jika tak lama dari kemerdekaan Myanmar, dilakukan suatu kebijakan untuk membunuh etnis Rohingya. Operasi militer

dilakukan untuk membunuh sebanyak mungkin, merampok harta benda, memperkosa para wanita, serta mencemari setiap gedung yang berciri keagamaan. Banyak pula desa yang dibakar habis, dan penduduknya diusir. Tahun 1962, Jenderal Ne Win mengambil alih kekuasaan dan membuat sebuah perencanaan untuk mengusir setiap orang yang beragama Islam keluar dari Myanmar dan orang Islam yang tersisa untuk diintegrasikan ke dalam masyarakat Myanmar.

Penulis meneliti mengenai ideologi pemberitaan atau sudut pandang media *online*. Oleh karena itu, penulis terlebih dahulu menelusuri penelitian-penelitian lainnya yang bersifat relevan terhadap penelitian penulis. Dengan membaca penelitian relevan yang sudah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain, penulis dapat menjadikan penelitian tersebut untuk menjadi acuan bagi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Selain itu peneliti juga dapat melihat bagaimana penggunaan metode dan teori yang digunakan oleh peneliti lainnya. Penelitian terdahulu yang bersifat relevan dengan penelitian penulis telah diringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Hal yang Direview	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti 3
1.	Penelitian Terdahulu	Nama: Johanes Baginda Doli Hutabarat Asal: Universitas Multimedia Nusantara Tahun: 2016	Nama: Anggi Septa Sebastian dan Iwan Awaluddin Yusuf Asal: Universitas Islam Indonesia Tahun: 2013	Nama: Marcella Ingrid Pratama Asal: Universitas Multimedia Nusantara Tahun: 2018
2.	Judul Penelitian	Konstruksi Pemberitaan Pengungsi Rohingya dan Bangladesh pada <i>Harian Republika</i> dan <i>The Jakarta Post</i> : Kajian Analisis Framing	Konflik Muslim Rohingya Dalam Bingkai Tiga Media Islam di Indonesia	Ideologi Pemberitaan <i>republika.co.id</i> dan <i>tempo.co</i> Terkait Bantuan Indonesia Terhadap Etnis Rohingya di Myanmar: Analisis <i>Framing</i> model Robert M. Entman
3.	Metode Penelitian	Analisis isi kualitatif	<i>Framing</i> model Entman, analisis kualitatif	Analisis isi kualitatif, metode <i>Framing</i> model Robert M. Entman
4.	Objek yang Diteliti	Bagaimana harian <i>Republika</i>	Konflik etnis Rohingya dari	Ideologi pemberitaan

		dan harian <i>The Jakarta Post</i> mengkonstruksi pemberitaan pengungsi Rohingya dan Bangladesh	perspektif tiga media Islam di Indonesia	<i>republika.co.id</i> dan <i>tempo.co</i> terkait pemberitaan bantuan Indonesia kepada Etnis Rohingya
5.	Jenis Media	Media cetak: harian <i>Republika</i> dan harian <i>The Jakarta Post</i>	Media online: <i>eramuslim.com</i> , harian <i>Republika</i> , dan majalah <i>Sabili</i>	Media online <i>republika.co.id</i> dan <i>tempo.co</i>
6.	Hasil Penelitian	<i>Republika</i> dan <i>The Jakarta Post</i> sama-sama menggambarkan krisis pengungsi Rohingya dan Bangladesh sebagai permasalahan kemanusiaan yang membutuhkan kerja sama internasional dalam penanganannya, baik itu Negara asal pengungsi, serta lembaga-lembaga internasional. Namun kedua media ini memiliki perbedaan fokus. Pada pemberitaan pengungsi Rohingya dan Bangladesh, <i>Republika</i> lebih berfokus pada pendefinisian masalah. Akan tetapi, <i>The Jakarta Post</i> lebih	Penyelesaian masalah yang diberikan oleh ketiga media ini secara garis besar sama, yaitu penyelidikan yang terus dilakukan. Situs <i>eramuslim.com</i> menekankan pentingnya peran pemerintah Indonesia dalam upaya penyelesaian konflik di Myanmar. Sedangkan <i>Republika</i> menekankan pentingnya diplomasi antarnegara-negara ASEAN. Berbeda dengan kedua media sebelumnya, <i>Sabili</i> menekankan pentingnya rasa solidaritas antar sesama Muslim yang tinggi.	Portal berita <i>republika.co.id</i> dan <i>tempo.co</i> memiliki fokus yang berbeda. media online <i>republika.co.id</i> lebih menekankan mengenai bantuan pemerintah Indonesia juga aksi solidaritas dari berbagai elemen masyarakat, baik dari masyarakat biasa, politisi, maupun juga komunitas Islam untuk etnis Rohingya. Sehingga terdapat efek <i>framing</i> yang tergambar, yaitu menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya. Berbeda dengan portal berita

		<p>menekankan penyelesaian masalah. pada</p>	<p><i>tempo.co</i> Bantuan yang dimuat pun berasal dari pemerintah Indonesia, juga dari beberapa politisi dan partai. Tak hanya bantuan saja, ia juga memuat berita dari sisi politik terkait bantuan Indonesia untuk etnis Rohingya. Sehingga efek <i>framing</i> yang terlihat adalah menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya juga menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya di beberapa berita yang dimuat.</p>
--	--	--	---



2.2 TEORI ATAU KONSEP-KONSEP YANG DIGUNAKAN

2.2.1 Media Online

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet, yaitu berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008, p. 13). Media *online* mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media konvensional. Salah satunya yaitu kecepatan dalam penyampaian pesan. Selain itu hanya dengan mengandalkan internet manusia dapat berkomunikasi dengan manusia lainnya yang berada di negara yang berbeda satu sama lain.

Menurut Martin Lister, dkk (2009, p. 13-14), terdapat beberapa karakteristik media *online*, diantaranya:

1) *Digitality*

Data yang terdapat pada media *online* dapat diproses dan disimpan. Selanjutnya data tersebut bisa menjadi output dalam bentuk dari sumber *online*, disket digital.

2) *Interactivity*

Interaktivitas dipahami sebagai salah satu kunci karakteristik atau nilai tambah dalam media baru. Dimana media lama menawarkan konsumsi pasif, sedangkan media *online* menawarkan interaktivitas. Interaktif berarti kemampuan pengguna untuk secara langsung terlibat dan merubah gambar dan teks yang diakses.

3) *Hypertext*

Hypertext memungkinkan adanya penghubung antara teks yang satu dengan teks lainnya yang akan memudahkan pengguna dalam mencari sumber informasi yang diinginkan. Pengguna dibantu dengan bantuan navigasional yang akan menuju ke informasi yang dibutuhkan.

4) *Stimulated*

Pengguna seolah-olah berada di kehidupan nyata pada saat menggunakan media baru. Dunia dalam media baru dianggap sebagai simulasi dari kehidupan nyata yang bersifat palsu atau tidak nyata.

5) *Virtuality*

Konsep virtualitas dapat dijelaskan sebagai keadaan yang mirip di internet dengan kenyataan yang ada. Pengguna media baru seolah-olah sedang berada di tempat kejadian yang nyata.

6) *Networked*

Media *online* memungkinkan para penggunanya untuk saling menjalin jaringan satu sama lain. Pengguna saling melakukan interaksi satu dengan yang lainnya lewat fitur-fitur yang disajikan oleh media *online*.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

2.2.2 Ideologi Media

Media memiliki pandangan yang dianut dalam proses pemberitaan, bagaimana suatu peristiwa dilihat dari sudut pandang media tersebut. Pandangan ini memunculkan ideologi yang dianut dalam media tersebut. Ideologi dapat mempengaruhi isi media dan bagaimana berita diproduksi. Hal serupa dinyatakan oleh Shoemaker dan Reese (1996, p. 223) yang menyatakan bahwa dimana ideologi dikaitkan sebagai suatu mekanisme simbolik yang berperan sebagai kekuatan pengikat dalam masyarakat sehingga tingkat ideologi menekankan pada kepentingan untuk siapakah seluruh rutinitas dan organisasi media itu bekerja.

Ideologi itu sendiri juga bekerja melalui nilai-nilai yang ada yang tidak boleh dianggap sebagai suatu kepercayaan (Shoemaker dan Reese, 1996, p. 213). Daniel Hallin dalam Shoemaker dan Reese (1996, p. 218) menyatakan bahwa dalam dunia jurnalistik, terdapat batas-batas ideologi, dan ia membaginya menjadi 3 bagian yaitu sebuah kontroversi yang sah, konsensus, dan penyimpangan. Dalam ranah lingkup yang sah, peran jurnalis mencari sebuah objektivitas dan keseimbangan. Pada lingkup konsensus, jurnalis tidak merasa terpaksa untuk menghadirkan pandangan yang berlawanan. Jurnalis juga diharapkan bisa menjadi advokat dan menjunjung nilai-nilai dari konsensus itu sendiri. Untuk lingkup penyimpangan, dalam hal ini seorang jurnalis

mengesampingkan netralitas dan menentang konsensus politik itu sendiri.

Ideologi yang dipegang teguh oleh suatu institusi media akan menentukan bagaimana wartawan didikte dalam melakukan kegiatan jurnalisnya, yaitu bagaimana peliputan dan bagaimana penulisan berita dibuat harus sesuai ideologi yang dianut oleh institusi media tersebut. Tidak ada media yang benar-benar netral dalam menuliskan sebuah berita, karena banyak hal yang menjadi pertimbangan dalam memberitakan suatu peristiwa (Kusumadewi, Widya, dan Farid Rusdi, 2016, p. 203).

2.2.3 Humanitarian Aid

Wardhani (2017) menyatakan jika konsep ini awalnya banyak digunakan di negara-negara barat, khususnya Eropa. Namun saat ini aktivitas humanitarianisme dilakukan di berbagai negara dan bertindak sebagai respon atas situasi konflik atau bencana alam, mendukung *displaced populations* dalam krisis melalui resolusi konflik, peace-building, dan pembuatan mata pencaharian.

Humanitarian aid atau bantuan kemanusiaan pada dasarnya merupakan sebuah aksi politik, walaupun berbagai agen kemanusiaan menyatakan sebagai organisasi apolitis. Davey (2013) menyatakan jika humanitarianisme sebagai penyedia bantuan yang netral, independen, dan netral bagi mereka yang berada dalam kondisi bahaya secara

langsung. Barnett dalam Davey (2013) membagi sejarah aksi humanitarianisme ke dalam tiga periode atau yang disebut sebagai *ages of humanitarianism*. Pertama adalah *imperial humanitarianism*, kedua adalah *neo-humanitarianism*, ketiga adalah *liberal humanitarianism*.

2.2.4 Berita

Menurut Husnun N Djuraid (2009, p. 9) berita adalah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa.

Mochtar Lubis juga menjelaskan berita merupakan apa saja yang ingin diketahui oleh pembaca, apa saja yang menarik perhatian orang, apa saja yang menjadi buah percakapan orang semakin besar menjadi buah tutur orang banyak, semakin besar nilainya asalkan tidak melanggar ketertiban perasaan dan undang-undang penghinaan (Yunus, 2012, p. 46).

Luwi Ishwara (2007, p. 51-52) menyatakan terdapat dua jenis berita. Pertama adalah berita yang terpusat pada sebuah peristiwa (*event-centered news*) yang menyajikan peristiwa hangat yang baru terjadi, dan biasanya tidak diinterpretasikan, dengan konteks yang minimal, juga tidak dihubungkan dengan situasi dan peristiwa lain. Kedua adalah berita yang berdasarkan pada proses (*process-centered news*) yang biasanya disajikan dengan interpretasi mengenai kondisi

dan situasi yang terjadi dalam masyarakat dan dihubungkan dalam konteks yang luas dan melampaui waktu.

Ishwara (2007, p. 53-58) juga menjelaskan sembilan nilai berita, yaitu:

1. Konflik

Kebanyakan sebuah konflik merupakan layak berita. Konflik fisik seperti perang atau perkelahian merupakan layak berita karena akan menghasilkan kerugian dan korban. Kekerasan itu sendiri juga akan membangkitkan emosi dari pihak yang menyaksikan. Perang, pembunuhan, kekerasan, debat-debat mengenai pencemaran, reactor nuklir juga ratusan isu yang menyangkut kualitas dari kehidupan juga mendapat tempat yang penting dalam pemberitaan.

2. Kemajuan dan Bencana

Dari perjuangan hidup yang rutin, yang umumnya tidak layak berita sering muncul keberhasilan yang gemilang seperti penemuan baru, pengobatan baru, dan juga alat-alat baru. Demikian pula kebakaran dan bencana alam seperti gempa, gunung meletus, dan banjir yang bisa terjadi secara tiba-tiba.

3. Konsekuensi

Suatu peristiwa yang mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang dapat mempengaruhi banyak orang ada layak berita. Umumnya, konsekuensi ini diterima sebagai nilai

berita dan menjadi ukuran pentingnya sebuah berita. Semua peristiwa yang layak berita memiliki konsekuensi.

4. Kemashyuran dan Terkemuka

Nama membuat berita dan nama besar membuat berita lebih besar. Harus ada tindakan agar nama itu, baik yang besar maupun kecil bisa menjadi berita. Terdapat aura berita di sekeliling orang-orang terkenal. Apa yang mereka lakukan sering membuat berita karena ada konsekuensinya.

5. Saat yang Tepat dan Kedekatan

Mereka lebih sebagai ukuran yang diterapkan pada semua peristiwa dalam membedakan berita dari yang bukan-berita. Saat yang tepat (*timeliness*) dan kedekatan (*proximity*) merupakan ukuran yang diterapkan pada berita untuk menentukan apakah layak dijual. Salah satu asset utama sebuah berita adalah kesegaran (*freshness*).

6. Keganjilan

Kejadian-kejadian yang bersifat kebetulan, kejadian yang sangat kontras, cara hidup yang ganjil, kebiasaan dan hobi yang tidak umum, ketakhyulan termasuk yang menarik perhatian pembaca. Elemen umum dari menarik adalah bahwa peristiwa itu ganjil dan tidak biasa.

7. *Human Interest*

Membahas mengenai unsur-unsur kemanusiaan dengan mengumpulkan bahan-bahan seperti menyangkut emosi, fakta biografis, kejadian-kejadian dramatis, deskripsi, motivasi, ambisi, kerinduan, juga kesukaan dan ketidaksukaan umum dari masyarakat. Semua ini bukan peristiwa tetapi latar belakang dari sebuah peristiwa (*the background of events*).

8. Seks

Seks ini umum dipertimbangkan oleh editor sebagai nilai berita. Hal tersebut akan terasa benar bila dihubungkan dengan orang-orang terkenal.

9. Aneka Nilai

Cerita mengenai binatang seringkali menarik, biasanya binatang membuat sebuah berita bila terjadi sesuatu yang menggugah.

2.2.5 Framing

Deddy Mulyana menyatakan jika analisis *framing* cocok digunakan untuk melihat konteks sosial-budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara sebuah berita dan ideologinya, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan sebuah ideologi. Analisis *framing* juga dapat digunakan untuk melihat siapa

mengendalikan siapa dalam suatu struktur kekuasaan, dan juga pihak mana yang diuntungkan dan dirugikan, juga siapa si penindas dan siapa juga yang tertindas, lalu tindakan politik mana yang dirasa konstitusional dan inkonstitusional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung, dan lain sebagainya (Eriyanto, 2012, p. xv).

Gamson & Modigliani dan Kuypers menyatakan juga bahwa esensi *framing* adalah sumber membingkai topik untuk membuat sebuah informasi agar menarik dan cocok bagi jurnalis. Dalam hal ini, jurnalis tidak diperbolehkan untuk membingkai sebuah topik, karena mereka membutuhkan sumber untuk membingkai topik tersebut (Paul D'Angelo dan Jim A. Kuypers, 2010, p. 1). Menurut Eriyanto (2012, p. 10) *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa, dimana cara tersebut tergambar pada “cara melihat” terhadap suatu realitas berita. Dalam buku *Analisis Framingnya*, Eriyanto (2012, p. 76-77) juga menyatakan jika *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana sebuah realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan tersebut dan konstruksi realitas tersebut yang akhirnya adalah bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal.

Eriyanto (2012, p. 11) juga menyatakan jika analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas dan dipakai untuk melihat bagaimana

sebuah peristiwa dipahami dan dibingkai oleh suatu media. Terdapat perbedaan dari setiap media dalam mengkonstruksi sebuah berita, dan hal tersebut berdasarkan dari dua esensi utama *framing*, yaitu bagaimana sebuah peristiwa dimaknai, dan bagaimana fakta tersebut ditulis. Analisis *framing* lebih menekankan pada bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media.

Menurut Sobur (2009, p. 162) *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi sebuah isu dan menuliskan berita. Cara pandang tersebut yang akhirnya akan menentukan fakta apa yang akan diambil, bagian mana yang akan ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak di bawa kemana berita tersebut.

Menurut Eriyanto (2012, p. 81) terdapat dua aspek utama dalam *framing*. Pertama adalah memilih fakta atau realitas. Proses pemilihan fakta ini didasarkan pada asumsi, karena seorang wartawan tidak mungkin melihat sebuah peristiwa tanpa perspektif tertentu. Dalam memilih sebuah fakta, selalu terkandung dua kemungkinan yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana yang kemudian ditekankan dalam realitas dan bagian mana dari realitas tersebut yang diberitakan dan yang tidak diberitakan. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa menjadi berbeda antara satu media dengan media lainnya.

Kedua adalah menuliskan faktanya. Proses ini berhubungan dengan bagaimana sebuah fakta yang dipilih disajikan kepada khalayak. Gagasan tersebut diungkapkan dengan kata, kalimat atau proposisi, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar, dan sebagainya. Bagaimana sebuah fakta yang telah dipilih ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu seperti penempatan yang mencolok (headline), pengulangan, pemakaian grafis, pemakaian label, generalisasi, simplifikasi, pemakaian kata yang mencolok, dan gambar. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi lebih menonjol dan lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan dengan aspek lainnya. Semua aspek tersebut digunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita agar menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

Eriyanto (2012, p. 221) menyatakan jika Robert M. Entman melihat *framing* dari dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas atau isu.

Menurut Eriyanto (2012, p. 233&236) dalam bukunya yang berjudul *Analisis Framing*, dijelaskan bahwa *framing* dari Robert M. Entman memiliki dua aspek utama, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan sebuah fakta berdasarkan bagian mana yang akan diliput oleh wartawan dari sebuah peristiwa. Lalu bagaimana fakta tersebut dapat dipahami oleh media. Kedua adalah penonjolan aspek tertentu yang berkaitan dengan

pemakaian bahasa dan pemilihan kata-kata. Pemilihan kata tersebut tidak hanya sebatas teknis jurnalistik, namun terkandung politik bahasa.

Dalam bukunya yang berjudul *Analisis Framing*, Eriyanto (2012, p. 77-79) menjelaskan enam tokoh yang terkenal dengan analisis *framingnya*, yaitu:

Tabel 2.2 Tokoh Framing

Robert M. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau guguskn ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow and Robert Sanford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh

	individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* untuk melihat bagaimana sebuah media membingkai suatu peristiwa, dan salah satunya adalah konsep *framing* dari tokoh Robert M. Entman. Eriyanto (2012, p. 220) menyatakan jika Entman memberi tekanan jika *framing* lebih berfokus pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh si pembuat teks. Kata penonjolan itu sendiri didefinisikan agar informasi yang diberikan mudah diingat oleh khalayak. Informasi yang diberikan diharap lebih diterima oleh khalayak, dan lebih mudah disimpan dalam memori jika dibandingkan dengan disajikan secara biasa.

Entman (1993) menjelaskan jika tujuan dari *framing* adalah untuk memilih beberapa aspek dari realitas yang dirasakan dan membuat mereka lebih menonjol dalam teks komunikasi dan sedemikian rupa untuk mendefinisi suatu masalah tertentu, mengidentifikasi hal-hal yang sekiranya merupakan penyebab masalah

tersebut, mengevaluasi penyebab dan pengaruhnya, dan memberikan masukan dan menjabarkan efek dari masalah tersebut.

Dalam buku *Analisis Framing*, Eriyanto (2012, p. 165) menjelaskan jika dalam proses konstruksi, terdapat banyak penafsiran dan pemaknaan yang berbeda-beda dalam memahami suatu realitas. Sebuah realitas dapat dibingkai dan dimaknai secara berbeda-beda oleh suatu media.

Eriyanto (2012, p. 167-168) menjelaskan terdapat tiga aspek utama dalam efek *framing*. Pertama adalah penonjolan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lainnya. *Framing* umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari sebuah realitas. Dalam hal ini sering disebut dengan fokus yang dibahas dalam sebuah berita. Akibatnya, terdapat aspek lain yang tidak mendapatkan perhatian yang seimbang dengan aspek yang menjadi fokus utama.

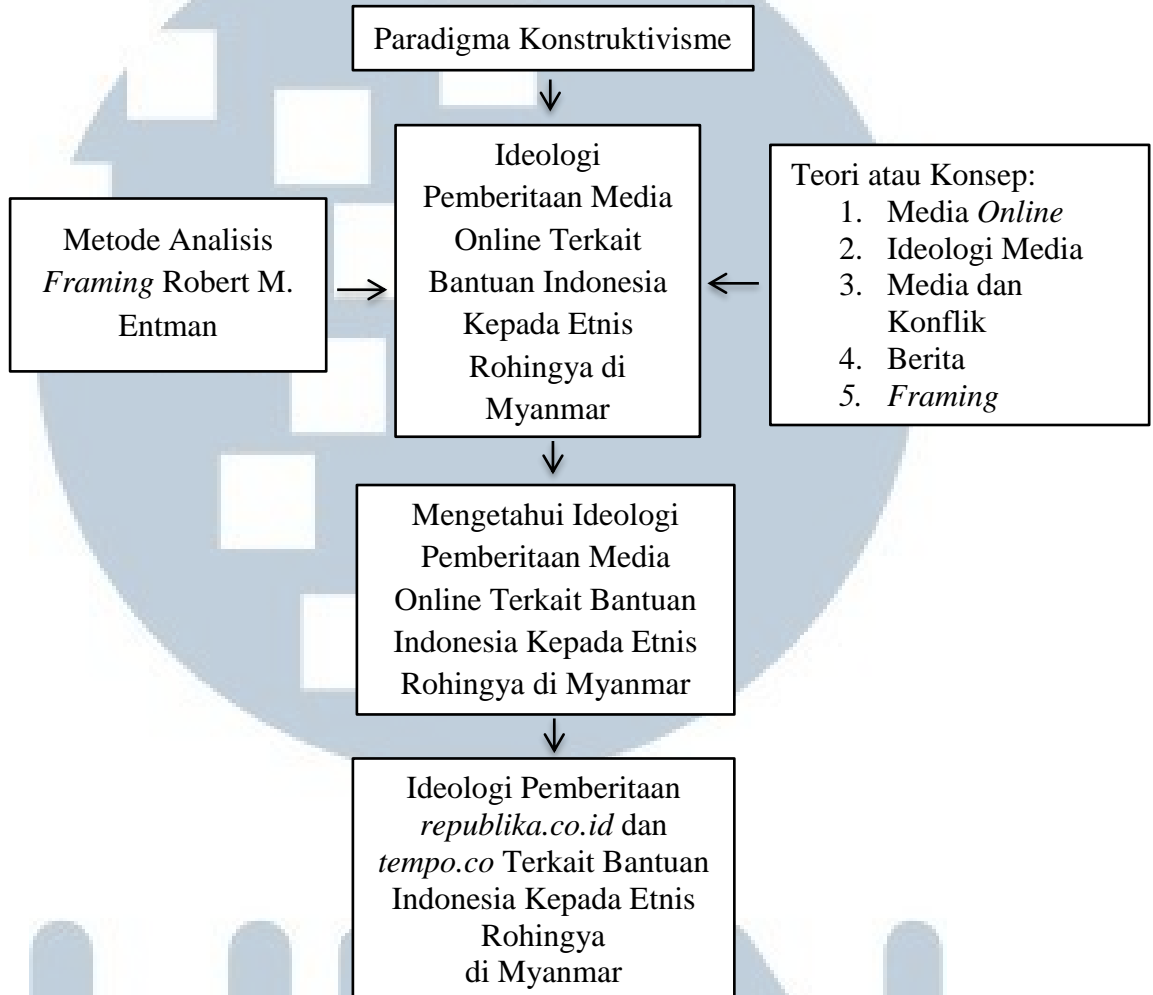
Kedua adalah menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya. Dalam hal ini, ketika terjadi sebuah peristiwa, sebuah media memberitakan hanya dari satu sisi peristiwa tersebut, dan tidak memberitakan tujuan atau alasan dari mengapa peristiwa tersebut bisa terjadi. Hal tersebut termasuk dalam menampilkan aspek tertentu dan menyebabkan aspek lainnya yang juga penting dalam memahami sebuah realitas tidak mendapat sorotan yang memadai dalam sebuah berita.

Ketiga adalah menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya. Seringkali berita hanya memfokuskan pemberitaannya hanya pada satu aktor tertentu. Namun efek yang terlihat adalah ketika hanya memfokuskan pada satu aktor saja, menyebabkan aktor lainnya yang mungkin relevan dan penting dalam sebuah pemberitaan menjadi tersembunyi.

Eriyanto (2012, p. 169) menyatakan jika efek *framing* juga dapat dimobilisasikan, karena *framing* berkaitan dengan opini publik. Karena sebuah isu tertentu ketika dikemas dengan suatu bingkai tertentu dapat mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas isu tersebut. Jika terdapat pembahasan lain yang memberikan dampak kepada khalayak dan diterima, pembahasan tersebut dapat dimobilisasikan atau digerakkan agar khalayak lain dapat memiliki kesamaan pemahaman.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memutuskan untuk menggunakan analisis *framing* menurut Robert M. Entman. Peneliti memilih model tersebut karena peneliti ingin menganalisa ideologi pemberitaan dari portal berita *republika.co.id* dan *tempo.co*. Berdasarkan hasil berita yang telah dimuat di kedua media *online* tersebut, peneliti memilih analisis dari Entman karena pembahasan *framingnya* sesuai dengan yang akan peneliti teliti, yaitu mengenai analisis teks atau konten dari sebuah berita yang telah dimuat di kedua portal berita tersebut.

2.3 ALUR PENELITIAN



UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA