



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

Penelitian terdahulu berperan sebagai data pendukung dalam penelitian yang terkait dengan *audience framing* dan *bullying* antar mahasiswa dalam studi kasus *bullying* di Universitas Gunadarma. Dalam proses pencarian penelitian terdahulu, diperoleh satu artikel ilmiah dan disertasi yang dijadikan referensi dan sesuai dengan judul penelitian.

Penelitian terdahulu yang menggunakan *audience framing* di Indonesia masih sedikit, sehingga cukup sulit untuk ditemukan. Namun, Peneliti menemukan beberapa riset terdahulu mengenai *audience framing* yang disusun oleh Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo, yang berjudul *National Outlook on Transnational News Event: Comparative Audience Framing on Malaysian's MH370 Plane Incident*, yang dipresentasikan dalam sebuah seminar penelitian *Association for Education in Journalism and Mass Communication* yang berlangsung pada 4-7 Agustus 2016 di Minneapolis, Minnesota. Artikel penelitian yang disusun oleh Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo ini berisi tentang bagaimana khalayak media Malaysia dan Cina memiliki *framing* yang berbeda dalam menanggapi

pemberitaan dari media nasional masing-masing terhadap insiden pesawat MH370 Malaysia.

Dengan menggunakan *audience framing* Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo melihat adanya persamaan sekaligus perbedaan dalam *framing audience* yang timbul dalam menanggapi tragedi tersebut. Hal itu dikarenakan dalam insiden tersebut, mayoritas penumpang pada saat itu adalah kewarganegaraan Cina yang berjumlah 152 orang, dan penumpang berkewarganegaraan Malaysia yaitu 38 orang. Oleh karena itu, cara media lokal masing-masing membangun *framing* insiden ini berbeda-beda, dan akibatnya membuat pemahaman orang mengenai realitas insiden ini menjadi berbeda-beda pula (Setianto & Luo, 2016, p. 3).

Dalam artikel ini, *audience framing* masyarakat Cina terbangun dengan menyalahkan pemerintah Malaysia, dan pemerintah Malaysia dianggap harus bertanggungjawab atas insiden tersebut. Berbeda dengan *audience framing* masyarakat Cina, masyarakat Malaysia lebih digambarkan membela upaya pemerintah yang telah membantu dalam menangani insiden tersebut (Setianto & Luo, 2016, p. 6-7).

Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo sebagai peneliti dalam artikel ini juga menemukan bahwa nasionalisme khalayak media, pengetahuan, serta nilai budaya yang sudah ada sebelumnya menjadi faktor penting dalam memahami *audience framing*, sama seperti yang diungkapkan oleh Entman dalam Hapsari bahwa konteks latar belakang masing-masing audiens juga memengaruhi komunikator dan audiens baik

dalam menyampaikan ataupun menerima isu tertentu (Hapsari, 2013, p. 488).

Peneliti mengambil artikel penelitian milik Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo sebagai salah satu referensi penelitian terdahulu karena riset Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo tersebut membahas mengenai perbandingan *audience framing*. Meski memiliki perbedaan dalam hal objek yang diteliti, artikel penelitian yang disusun oleh Yearry Panji Setianto dan Qianni Luo ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu *audience framing*. Oleh karena itu, artikel penelitian ini peneliti jadikan pondasi dalam penelitian yang peneliti lakukan, yaitu perbandingan *audience framing* pemberitaan *bullying*.

Penelitian kedua terdahulu adalah yang dituliskan oleh Elizabeth Emma Geske dari Iowa State University yang berjudul *Audience frames elicited by televised political advertising* yang disusun dalam laporan penelitian pada tahun 2009. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *audience framing* dengan menggunakan dasar teori *framing* dari Entman.

Penelitian yang disusun oleh Geske secara umum ingin menjelaskan tentang iklan politik di media yang memengaruhi *framing* masing-masing khalayak yang menontonnya dalam pembentukan citra positif partai maupun tokoh politik dalam terbentuknya keputusan khalayak saat pemilu (Geske, 2009, p. 4-5).

Dalam penelitian ini ditemukan terdapat konteks utama seperti sentimen politik, kerangka isu, dan perbedaan *gender* yang dapat memengaruhi setujunya audiens isu yang disebarkan oleh media. Khalayak dalam penelitian ini digambarkan sebagai khalayak aktif yang hanya menerima informasi sesuai dengan yang khalayak percayai (Geske, 2009, p. 29).

Dalam hasil penelitian yang dibuat oleh Geske menyimpulkan secara umum bahwa khalayak percaya bahwa politisi punya alasan tersendiri untuk memanipulasi kebenaran seperti, memenangkan pemilihan atau bahkan menghindari kebenaran agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang dibutuhkan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari waktu ke waktu sentimen negatif terhadap iklan politik semakin menumpuk karena banyaknya iklan politik yang beredar di media (Geske, 2009, p. 46).

Alasan peneliti mengambil penelitian Geske sebagai salah satu referensi yang peneliti cantumkan dalam penelitian terdahulu karena penelitian yang Geske susun memiliki kesamaan dengan peneliti dalam hal metodologi atau konsep yang dipilih yaitu *audience framing* dengan pendekatan kualitatif. Namun, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang sedang dialami oleh peneliti yaitu subjek penelitian yang dipilih Geske adalah iklan politik, sedangkan subjek penelitian yang peneliti pilih adalah *bullying* antar mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian yang dibuat oleh Geske masih belum bisa peneliti

jadikan panduan secara utuh bagi penelitian yang sedang didalami oleh peneliti.

Alasan kedua penelitian terdahulu tersebut menjadi referensi penelitian ini karena sama-sama menggunakan metode penelitian *audience framing*. Meskipun hasil kesimpulan penelitian yang didapatkan tiap penelitian terdahulu berbeda tetapi tetap memiliki kesamaan pada variabel metode penelitian yaitu *audience framing*. Berdasarkan kedua penelitian ini peneliti mempelajari mengenai bagaimana cara menerapkan *audience framing* sebagai metode dalam sebuah penelitian ilmiah, serta mempelajari mengenai faktor-faktor apa saja yang ditemukan dan berperan dalam terbentuknya *audience framing* di kedua penelitian ini. Secara ringkas, berikut adalah gambaran penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Yeary Panji Setianto, Qianni Luo	Elizabeth Emma Geske
Judul Penelitian	<i>National Outlook on Transnational News Event: Comparative Audience Framing on Malaysian's MH370 Plane Incident</i>	<i>Audience Frames Elicited by Televised Political Advertising</i>
Tahun	2016	2009
Universitas	Ohio University	Iowa State University
Bentuk Penelitian	Conference Paper	Graduate Theses and Dissertations
Jenis Penelitian	Kualitatif – Eksplanatif	Kualitatif – Eksplanatif
Obyek Penelitian	Perbandingan <i>audience framing</i> masyarakat Cina dan Malaysia dalam insiden pesawat MH370 Malaysia.	<i>Audience framing</i> dalam iklan politik di media dan pengaruhnya pada pembentukan citra positif partai maupun tokoh politik dalam terbentuknya keputusan khalayak saat pemilu.

Hasil Penelitian	Adanya persamaan sekaligus perbedaan dalam <i>framing audience</i> yang timbul dalam menanggapi tragedi tersebut. <i>Audience framing</i> masyarakat Cina terbagun dengan menyalahkan pemerintah Malaysia, dan pemerintah Malaysia dianggap harus bertanggungjawab atas insiden tersebut. Berbeda dengan <i>audience framing</i> masyarakat Cina, masyarakat Malaysia lebih digambarkan membela upaya pemerintah yang telah membantu dalam menangani insiden tersebut.	Khalayak percaya bahwa politisi punya alasan tersendiri untuk memanipulasi kebenaran seperti, memenangkan pemilihan atau bahkan menghindari kebenaran agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang dibutuhkan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari waktu ke waktu sentimen negatif terhadap iklan politik semakin menumpuk karena banyaknya iklan politik yang beredar di media.
Kontribusi terhadap Penelitian	Terdapat kesamaan variabel penelitian, yaitu variabel independen yang meneliti tentang <i>audience framing</i> dan perbandingan <i>audience framing</i> pemberitaan. Kesamaan lainnya adalah pendekatan penelitian, yaitu kualitatif eksplanatif.	Terdapat kesamaan variabel penelitian, yaitu variabel independen yang meneliti tentang <i>audience framing</i> . Kesamaan lainnya ada pada pendekatan penelitian, yaitu kualitatif eksplanatif.
Perbedaan dengan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Obyek penelitian: <i>audience framing</i> dalam pemberitaan insiden pesawat MH370 Malaysia. • Konsep yang digunakan: <i>Framing, Audience Framing</i> • Hasil penelitian: adanya persamaan sekaligus perbedaan dalam <i>framing audience</i> yang timbul dalam menanggapi tragedi tersebut. Nasionalisme khalayak media, pengetahuan, serta nilai budaya yang sudah ada sebelumnya menjadi faktor penting dalam memahami <i>audience framing</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obyek penelitian: <i>audience framing</i> dalam iklan politik di media. • Konsep yang digunakan: <i>Framing, Audience Frames</i> • Hasil penelitian: meskipun sentimen politik, kerangka isu, dan perbedaan <i>gender</i> dapat memengaruhi setujunya audiens terhadap isu yang disebarkan oleh media. Khalayak dalam penelitian ini digambarkan sebagai khalayak aktif yang hanya menerima informasi sesuai dengan yang khalayak percayai. Khalayak percaya bahwa politisi punya alasan tersendiri untuk memanipulasi kebenaran. Namun, dari waktu ke waktu sentimen negatif terhadap iklan politik semakin menumpuk karena banyaknya iklan politik yang beredar di media.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1 Teori dan Konsep

2.1.1 Framing

Goffman (dalam Baran & Davis, 2010) memercayai bahwa manusia menggunakan keterampilan kognitif yang sama untuk

memahami kehidupan sehari-hari. Teorinya mengimplikasikan bahwa manusia mengarahkan isyarat sosial melalui interaksi dalam kehidupan sehari-hari dan mengamati bagaimana isyarat tersebut digunakan dalam konten media. Menurut Goffman, analisis *framing* adalah tentang bagaimana orang menggunakan harapan untuk memahami kehidupan sehari-hari (Baran & Davis, 2010, p. 315-316).

Selain itu, Goffman (dalam Baran & Davis, 2010) juga menjelaskan bahwa ia menggunakan istilah *frame* untuk merujuk pada seperangkat pengharapan yang digunakan untuk memaknai situasi sosial dalam keadaan tertentu. Teori Goffman memberikan gambaran menarik dalam cara mengukur bagaimana media dapat secara detail mendorong dan menguatkan budaya publik yang dominan. Dalam hal ini analisis *frame* didefinisikan sebagai sebuah dunia nyata ketika orang-orang dan peristiwa tertentu menuruti peraturan tertentu yang konvensional serta diterima secara luas yang terkadang dianggap sebagai realitas primer atau dominan (Baran & Davis, 2010, p. 317-319).

Secara umum, *framing* media menjelaskan alasan kenapa peristiwa ini diberitakan, sementara peristiwa lain tidak diberitakan, atau kenapa mengambil sisi ini untuk diberitakan, sementara sisi lainnya luput dari pemberitaan, atau bisa saja berbicara tentang salah satu aspek saja yang ditonjolkan dalam pemberitaan, tetapi aspek lainnya di buat tidak jelas atau kabur (Eriyanto, 2005, p. 66-67).

Media massa merupakan bukan saluran yang bebas. Menurut Eriyanto (2005, p. 2), media bukan seperti yang digambarkan, memberitakan apa adanya, atau cermin dari realitas. Semua kenyataan yang dihadirkan media merupakan kenyataan subjektif dari media tersebut. Oleh karena itu, teknik analisis *framing* digunakan dalam untuk mengetahui bagaimana realitas yang dibangun oleh media kepada khalayaknya.

Sederhananya, analisis *framing* merupakan analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibentuk, baik tentang peristiwa, aktor, kelompok, atau lainnya yang dibingkai oleh media, sesuai dengan yang media inginkan. Seperti layaknya saat kita melihat dari jendela, sering kali ada batasan pandangan yang menghalangi kita untuk melihat realitas secara keseluruhan. Dalam analisis *framing* yang pertama kali kita lihat adalah bagaimana media membangun realitas. Peristiwa dipahami bukan sesuatu yang *taken for granted*, melainkan wartawan dan media yang aktif membentuk realitas (Eriyanto, 2005, p. 7).

Eriyanto (2005) menjelaskan bahwa pada dasarnya *framing* merupakan metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media terhadap sebuah peristiwa. Cara bercerita ini tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dibuat sebagai berita oleh media. Cara pandang media ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Eriyanto juga menjelaskan bahwa metode analisis *framing* biasanya baru bisa dipakai jika ingin melihat bagaimana media

membangun realitas, dan juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2005, p. 10).

Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh Eriyanto sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa dari hasil *framing* yang dibuat oleh media maka akan timbul beragam efek yang diterima oleh khalayak. Dalam hal ini khalayak pasif biasanya akan menerima dan percaya begitu saja dengan realitas yang didapatkan dari media. Namun berbeda dengan khalayak aktif, yang biasanya akan mempertanyakan realitas tersebut dan cenderung aktif mencari realitas yang menurutnya lebih dekat dengan lingkungannya (Eriyanto, 2005).

John Dewey (dalam Baran & Davis, 2010) menjelaskan bahwa orang berpendidikan dapat menggunakan media dengan baik. Masalah propaganda merupakan masalah yang harus diselesaikan melalui pembelajaran publik dari pada melalui sensor media. Jika audiens diajarkan untuk menggunakan konten media dengan baik maka mereka tidak perlu melindungi diri dari konten media tersebut (Baran & Davis, 2010, p.108-109).

Penjelasan yang diberikan oleh John Dewey sebelumnya merupakan pengertian dari audiens atau khalayak aktif yang diartikan sebagai orang yang berpendidikan. Mereka yang berpendidikan dianggap sebagai khalayak yang kritis dan tidak akan terpengaruh dengan *framing* yang dibangun oleh media. Mereka akan memiliki

pendangan tersendiri mengenai realitas dan memahaminya sesuai dengan pandangan dan lingkungan yang dekat dengannya (Baran & Davis, 2010).

Keterkaitan konsep *framing* terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kedekatan konsep *framing* sebagai akar dari lahirnya konsep pemaknaan khalayak atau yang biasa dikenal dengan nama konsep *audience framing*. Peneliti menggunakan konsep analisis *framing* sebagai akar penelitian ini karena menganggap bahwa analisis *framing* media masih memiliki kaitan erat dengan *framing* yang dibangun oleh khalayak saat membaca informasi ataupun pemberitaan yang dihadirkan oleh media.

2.1.2 Audience Framing

Studi tentang *audience framing* sebenarnya berakar dari analisis *framing* di media yang meliputi proses terbentuknya *frame* media serta berbagai faktor yang memengaruhinya. Menurut Zoonen (2011 dalam Hapsari, 2013), pada beberapa penelitian efek *framing*, khalayak dikategorikan ke dalam kelompok audiens pasif yang hanya bereaksi saat diterpa oleh informasi media. Hal ini wajar saja karena melihat penelitian efek media sebagian besar hanya memfokuskan pada konten media dan reaksi audiens terhadap konten media tersebut. Namun, sebenarnya audiens memiliki pilihan dan alasan tersendiri dalam memaknai isi media, baik menerima isi pesan secara utuh,

memilah sebagian pesan, ataupun menolak seluruh isi pesan (Hapsari, 2013, p. 489).

Menurut Hapsari, penelitian *framing* kemudian dikembangkan untuk melihat hasil kajian *framing* yang lebih terintegrasi dengan melihat isu dari dua sisi, baik dari sisi media *framing* ataupun *audience framing*. *Framing* dari sisi khalayak melihat fokus khalayak sebagai penerima isi media yang aktif. Konsep *audience framing* memang tidak bisa dipisahkan dari teori Stuart Hall mengenai *encoding-decoding*. Dalam hal ini, media ditempatkan sebagai *encoder* atau pembuat realitas menjadi pesan. Kemudian, audiens melakukan *decode* pada pesan tersebut sesuai dengan pengetahuan, nilai, kepercayaan, serta pengalaman masing-masing. Oleh karena itu, pesan di media dapat dimaknai secara berbeda oleh masing-masing individu atau disebut sebagai polisemi atau bermakna banyak (Hapsari, 2013, p. 488).

Hapsari juga menjelaskan bahwa khalayak dalam konsep ini dianggap memiliki peran aktif, jadi mereka bisa memiliki sikap yang bertentangan dalam menanggapi teks media dan memaknainya secara berbeda sesuai dengan pengalaman masing-masing. Hal ini terjadi karena makna yang dibentuk oleh teks media bersifat tidak tetap, sehingga dapat berubah-ubah dalam kondisi tertentu. Sering kali latar belakang budaya yang dimiliki oleh khalayak memengaruhi penerimaan makna. Latar belakang budaya yang sama dengan pembuat

teks media (*encoder*) biasanya akan cenderung mirip dengan makna yang diterima oleh khalayak. Berbeda jika khalayak memiliki latar belakang budaya, *gender*, ataupun peran sosial yang berbeda dengan teks media, sehingga biasanya mereka akan melakukan *decoding* dengan cara alternatif (Hapsari, 2013, p. 488-489).

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *audience framing*. Menurut Gamson (1992 dalam Hapsari, 2013), terdapat tiga faktor yang memengaruhi *audience framing* yaitu kultural, personal, dan *integrated*. Pendekatan kultural biasanya digunakan untuk membangun *frame* individu yang umumnya berada di masyarakat, tetapi juga dilihat berdasarkan wacana dan *popular wisdom* yang ada. Pada pendekatan personal akan dilihat berdasarkan pengalaman pribadi atau norma moral yang berlaku, tetapi tidak melibatkan wacana media. Lalu, pada pendekatan *integrated* biasanya dilakukan diskusi dengan penggabungan antara wacana media, *popular wisdom*, hingga pengalaman pribadi dalam pembentukan *frame* individu (Hapsari, 2013, p. 496).

Dalam artikel ilmiah berjudul Audiens Framing: Peluang Baru dalam Penelitian Audiens yang ditulis oleh Twediana Budi Hapsari, dijelaskan bahwa teori *audience framing* berkembang juga karena adanya penggunaan teknologi komunikasi dalam mengakses media. Perkembangan ini mendorong semakin meluasnya penggunaan media baru dan termasuk juga media sosial yang membawa perubahan dalam

perbuahan signifikansi dalam kajian komunikasi (Hapsari, 2013, p. 500).

Peneliti menggunakan konsep *audience framing* dalam penelitian ini dengan alasan bahwa konsep ini yang peneliti anggap paling tepat untuk digunakan jika ingin melihat beragam *framing* yang terbentuk setelah audiens mengonsumsi suatu informasi, baik melalui media massa arus utama maupun media *online*. Dalam kasus yang peneliti pilih sebagai penelitian, peneliti ingin membuktikan bahwa teori yang dijelaskan oleh Gamson sebelumnya yang dikutip dalam Hapsari mengenai faktor yang memengaruhi *audience framing* dapat dilihat dalam kasus *bullying* yang terjadi di Universitas Gunadarma. Hal itu dikarenakan bahwa peneliti melakukan perbandingan *framing* audiens yaitu audiens yang memiliki kedekatan lokasi dengan kasus, sehingga memiliki informasi yang lebih lengkap dan jelas mengenai kasus yang terjadi, baik dalam segi kronologis maupun situasi sosial. Dibandingkan dengan audiens yang hanya mengetahui kasus tersebut hanya dari informasi yang disebarkan oleh media.

2.1.3 *Bullying* dan Remaja

Bullying merupakan suatu situasi dimana terjadinya adanya penyalahgunaan kekuatan atau kekuasaan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang. Dalam hal ini biasanya korban *bullying* tidak mampu membela diri atau mempertahankan dirinya

karena lebih lemah secara fisik dan mental. *Bullying* sudah menjadi hal yang biasa terjadi di kalangan siswa, khususnya bagi yang sudah menginjak usia remaja. *Bullying* bisa terjadi di setiap jenjang pendidikan, mulai dari sekolah dasar bahkan sampai ke perguruan tinggi (Yayasan Semai Jiwa Amini (SEJIWA), 2008, p. 2)

Selain itu, Yayasan Sejiwa juga mengatakan bahwa *bullying* biasa terjadi di lingkungan sekolah, terutama di tempat yang bebas dari pengawasan orang tua, guru, dan bahkan petugas sekolah. Selain itu, *bullying* juga biasa terjadi di kawasan yang lebih luas seperti jalan menuju sekolah dan sebaliknya, atau bahkan di rumah ataupun tempat umum. Hal tersebut dikarenakan tindak *bullying* saat ini tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga tidak langsung mengingat sudah adanya kemajuan teknologi komunikasi, seperti melalui pesan singkat atau *cyber bullying* melalui internet (Yayasan Semai Jiwa Amini (SEJIWA), 2008, p. 13).

Sebelumnya, *bullying* dapat terjadi dikarenakan adanya pihak perorangan atau kelompok tertentu yang penurunan nilai moral. Karena adanya penurunan moral inilah muncul pelaku *bullying* yang mengintimidasi atau bahkan mengucilkan orang-orang atau pihak yang terlihat lemah. Tindak perilaku *bullying* tidak dapat terjadi jika tidak ada korban yang menjadi sasaran (Yayasan Semai Jiwa Amini (SEJIWA), 2008, p. 2).

Menurut Frith dan Hill (2004 dalam Salim & Ginanjar, 2013), selain menimpa remaja dengan perkembangan normal atau siswa reguler, sering kali fenomena *bullying* juga terjadi pada remaja berkebutuhan khusus. Remaja dengan kebutuhan khusus justru memiliki risiko yang lebih besar untuk menjadi korban *bullying*. Hal tersebut dikarenakan, mereka dianggap lebih lemah dan lebih sulit dalam menjalin interaksi sosial yang normal (Salim & Ginanjar, 2013, p. 8).

Anak berkebutuhan khusus atau ABK memiliki arti sebagai individu yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan individu lainnya yang dipandang normal oleh masyarakat pada umumnya. Anak berkebutuhan khusus biasanya memiliki karakter fisik, mental, dan emosional yang lebih rendah atau lebih tinggi dari anak sebayanya atau dapat dikatakan berada di luar standar normal yang berlaku di masyarakat (Hallan & Kauffman, 1986 dalam Roihah, 2015, p. 11).

Menurut Mangunsong (2009 dalam Roihah, 2015), penyimpangan yang menyebabkan ABK berbeda terletak pada perbedaan ciri mental, kemampuan sensori, fisik dan neuromuskuler, perilaku sosial dan emosional, kemampuan berkomunikasi, dan bisa jadi disebabkan oleh kombinasi dua atau tiga dari beberapa ciri tersebut (Roihah, 2015, p. 11-12).

Selain itu juga terdapat beberapa istilah yang digunakan dalam menunjukkan keadaan anak berkebutuhan khusus atau ABK.

Sebelumnya, istilah anak berkebutuhan khusus merupakan istilah yang digunakan secara luas oleh dunia internasional yang berasal dari terjemahan *children with special need*. Lalu muncul beberapa istilah lain yang muncul untuk menunjukkan anak berkebutuhan khusus seperti anak tuna, anak berkelainan, anak menyimpang, anak luar biasa, anak spesial, anak cacat, dan lain sebagainya (Roihah, 2015, p. 12-13).

Selain itu, Murphy (2009 dalam Hidayati, 2012) juga mengatakan bahwa sebagian besar remaja yang menjadi target *bullying* biasanya berasal dari latar belakang etnik, keyakinan, budaya, dan berbeda dari mayoritas orang yang ada di sekitarnya. Namun, ada juga remaja yang dijadikan target *bullying* karena memiliki kemampuan bakat istimewa dan ada juga yang karena memiliki keterbatasan kemampuan tertentu, seperti pada anak berkebutuhan khusus (Hidayati, 2012, p. 44).

Murphy (2009 dalam Hidayati, 2012) juga menjelaskan bahwa karakteristik lain seorang korban perilaku *bullying* yang paling utama yakni jenis kepribadian pasif dan submisif. Pada kepribadian ini, seseorang digambarkan tidak mampu dalam mempertahankan diri dan hak-hak mereka. Pada karakteristik lainnya korban *bullying* biasanya memiliki kecemasan, kegugupan, dan juga merasa tidak aman dengan lingkungan sekitarnya. Korban *bullying* cenderung merupakan orang yang memiliki *self-esteem* yang rendah. Karena sifat mereka yang

pemalu maka mereka cenderung memiliki sedikit teman. Kondisi sosial yang terisolasi inilah yang membuka peluang mereka menjadi target *bullying* (Hidayati, 2012, p. 44).

Dalam hal ini, peneliti menyisipkan sedikit pengertian tentang anak berkebutuhan khusus karena di dalam pemberitaan Farhan disebut-sebut sebagai anak berkebutuhan khusus yang mengalami perundungan di Universitas Gunadarma. Terkait dengan pemberitaan *bullying* yang dihadirkan oleh media tentu sudah melewati tahap kesepakatan dan tentu kesepahaman tim yang bekerja membuat berita sebelum disebar ke media. Ketika sudah disebar ke media, *framing* pemberitaan terkait *bullying* yang sudah dibangun oleh media tersebut tentu akan mendapatkan berbagai respon dari khalayak. Timbulnya berbagai macam respon karena perbedaan latar belakang audiens itulah yang peneliti anggap menarik untuk diteliti dengan konsep *audience framing*.

2.2 Alur Penelitian

Tema penelitian yang berjudul Perbandingan *Audience Framing* Pemberitaan *Bullying* Kasus Farhan antara Mahasiswa Gunadarma dan Mahasiswa Non Gunadarma memiliki alur penelitian sebagai berikut.

Ide penelitian berangkat mulai dari konsep *framing* media yang memiliki arti bahwa media mengonstruksi realitas, baik peristiwa, aktor, kelompok dan lainnya sesuai dengan yang media inginkan. Namun, dalam

konsep *framing*, khalayak digambarkan sebagai khalayak pasif yang menerima secara mentah apa yang dibuat oleh media.

Mengingat bahwa semakin bertumbuhnya masyarakat cerdas yang memiliki tingkat literasi yang tinggi, peneliti akhirnya merasa tertarik untuk meneliti khalayak yang aktif dalam menerima informasi di media dengan menyaringnya terlebih dahulu dan mempercayai bahwa khalayak aktif memiliki pemikiran tersendiri mengenai berbagai macam informasi yang dihadirkan oleh media. Beragam efek yang ditimbulkan khalayak dalam menerima berbagai macam informasi yang dihadirkan oleh media membuat khalayak aktif berbeda dengan khalayak pasif.

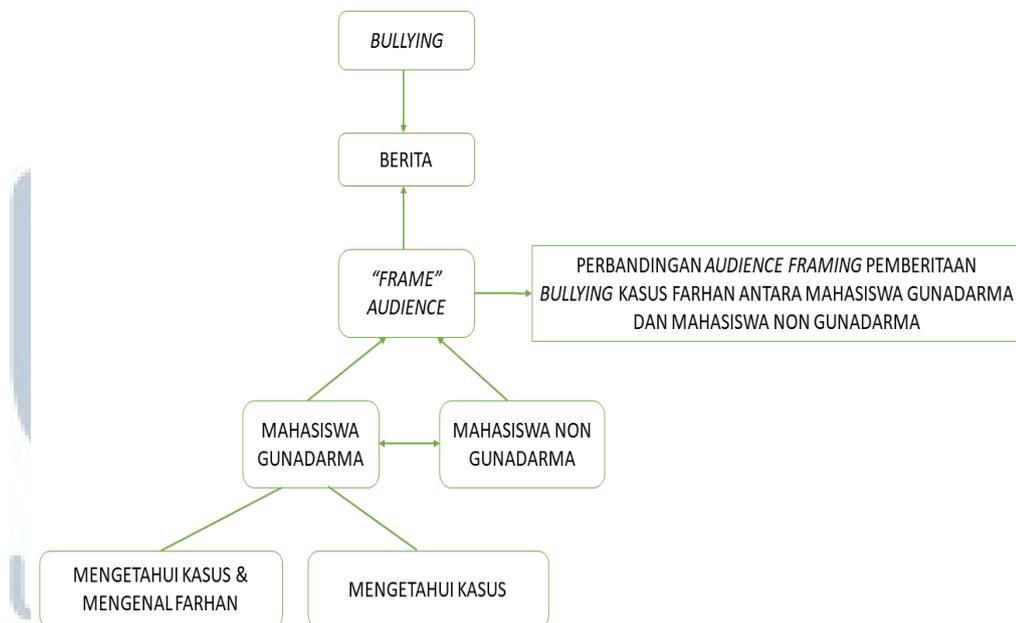
Lalu, berangkat dari permasalahan audiens aktif ini maka muncullah konsep *audience framing* sebenarnya berakar dari analisis *framing* di media yang meliputi proses terbentuknya *frame* media serta berbagai faktor yang memengaruhinya. Peneliti tertarik menggunakan konsep *audience framing* karena disini khalayak aktif dijelaskan memiliki pilihan dan alasan tersendiri dalam memaknai isi media, baik dalam menerima pesan secara utuh, memilah sebagian pesan, ataupun menolak seluruh isi pesan. Oleh karena itu, pesan di media dapat dimaknai secara berbeda oleh masing-masing individu.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti pun tertarik mengaitkan konsep *audience framing* dengan pemberitaan terkait masalah kekerasan antar remaja atau *bullying* yang terjadi antar mahasiswa Gunadarma yang diambil dalam pemberitaan yang ditulis oleh Gloria Safira Taylor dalam *website CNN*

Indonesia yang berjudul Kisah Farhan, Jadi Korban *Bully* Sejak di Bangku SMA.

Peneliti memilih kasus tersebut karena mengingat bahwa *bullying* merupakan salah satu permasalahan sosial yang cukup penting dan sering terjadi di kalangan remaja, khususnya mahasiswa. Peneliti ingin melihat bagaimana perbedaan *audience framing* pemberitaan yang dihasilkan oleh mahasiswa Gunadarma yang dekat dengan permasalahan dengan mahasiswa non Gunadarma yang hanya membaca pemeritaan kasus tersebut melalui media.

Bagan 2.1 Alur Penelitian



MULTIMEDIA
NUSANTARA