



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 dengan menggunakan teknik analisis framing, bukan pertama kali dilakukan. Sudah banyak para peneliti yang lebih dulu menggunakan model framing untuk menganalisa teks atau berita di media untuk membandingkan bagaimana dua media mengkonstruksi suatu kejadian atau peristiwa.

Peneliti mencari penelitian-penelitian framing sebelumnya dan menemukan penelitian framing yang dibuat oleh mahasiswa dari Universitas Indonesia, Gema Mawardi (2012) dan Universitas Andalas, Patrisa Arvino (2014). Lalu peneliti melakukan perbandingan antara dua penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang kemudian dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

	I	II	III
Peneliti	Patrisa Arvino, Universitas Andalas, 2014.	Galih Setiono, Universitas Padjajaran, 2012.	Radita Milati, Universitas Multimedia Nusantara, 2015

Judul	Analisis Framing Pemberitaan Konflik Front Pembela Islam vs Warga di Kendal, Jawa Tengah, pada Portal Berita antaranews.com dan republika.com	Pemberitaan Konflik GKI Yasmin Bogor pada Harian <i>Jurnal Bogor</i> dan <i>Radar Bogor</i>	Konstruksi Realitas Peristiwa Penembakan Warga Sipil di Paniai Oleh Antarapapua.com dan Majalahselangkah.com.
Metode	Framing Robert N. Entman	Framing Robert N. Entman	Framing Robert N. Entman
Hasil Penelitian	Terdapat perbedaan sudut pandang, dimana republika.com memiliki sudut pandang yg lebih objektif dibandingkan dengan antaranews.com yang cenderung berpihak kepada pemerintah.	Terdapat perbedaan sudut pandang, dimana <i>Radar Bogor</i> sangat menunjukkan ketidaksukaannya terhadap satpol PP dan walikota Bogor, sedangkan <i>Jurnal Bogor</i> terlihat lebih memihak pada satpol PP	
Perbedaan	Media yang digunakan, yaitu antaranews.com dan republika.com	Media yang digunakan yaitu <i>Radar Bogor</i> dan <i>Jurnal Bogor</i> .	Media yg digunakan yaitu antaraPapuanews.com dan majalahselangkah.com

2.2 Konstruksi Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku *“The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge”* (1996). Menurut Berger dalam Eriyanto (2002, h .15), realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Setiap individu akan mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan pergaulan atau sosial dari masing-masing individu.

Realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Sebagai hasil konstruksi, maka realitas tersebut merupakan realitas subjektif dan realitas objektif sekaligus. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut mengandung makna, interpretasi, dan hasil relasi antara individu dengan objek. Sedangkan dalam realitas objektif, sesuatu yang dialami bersifat eksternal, berada di luar (sumber informasi) atau di dalam.

Menurut Berger dan Luckmann (1996) konstruksi sosial adalah realitas sosial yang terbentuk dari penciptaan manusia. Individu melihat tanda atau simbol dan dimaknakan secara subjektif kepada individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Oleh sebab itu, manusialah yang seringkali disebut sebagai pencipta realitas yang ada. Realitas memiliki makna, dimana makna tersebut dapat dipahami secara berbeda oleh setiap individu tergantung konstruksi yang dilakukan dalam realitas tersebut.

Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Bahasa adalah instrumen pokok untuk menceritakan realitas, alat konseptual, dan alat

narasi. Begitu pentingnya bahasa, sehingga apabila tidak ada bahasa, maka tidak akan ada berita, cerita atau pun ilmu pengetahuan. Sobur (2012, h. 91).

Menurut Berger&Luckmann dalam Sobur (2012, h. 91), realitas sosial dikonstruksi melalui tiga proses sosial, yaitu:

1. **Eksternalisasi** merupakan ekspresi manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Hal ini termasuk kedalam proses penyesuaian diri dalam dunia sosiokultural sebagai produk manusia.
2. **Objektivasi** merupakan hasil yang dicapai oleh manusia, sebagai hasil interaksi sosial yang dilakukan dalam dunia intersubjektif.
3. **Internalisasi** yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Berkenaan dengan ketiga hal tersebut, konsturksi realitas yang dilakukan oleh wartawan sangat berpotensi untuk mempengaruhi individu atau khalayak terhadap pemakanaan suatu berita yang disebarkan. Setiap wartawan memiliki pandangan masing-masing mengenai suatu peristiwa, hal itu dapat dilihat dari proses konstruksi yang dilakukan melalui pemilihan kata, istilah, atau sebuah simbol yang akan mempengaruhi perhatian khalayak. Ditambah lagi dengan ideologi media massa tempat waratawan bekerja dibangun sesuai visi dan misi kepentingan perusahaan yang bersangkutan.

Media massa jelas memainkan peran yang sangat penting dalam produksi berita dan kosntruksi realitas simbolik dalam ruang publik. Media bisa berfungsi sebagai jaringan komunikasi untuk pembentukan dan perkembangan wacana dalam

ruang publik. Hal lain juga dinyatakan oleh Adoni&Mane 1984 dalam Ibrahim (2011, h. 188) yang mengemukakan bahwa dalam penelitian komunikasi peran media massa dalam proses konstruksi sosial memiliki tempat penting. Konstruksi sosial atas realitas oleh pekerja media biasanya melibatkan proses seleksi dan proses transformasi. Proses seleksi melibatkan mana berita yang akan dimuat dan mana berita yang akan disingkirkan, dan di halaman mana ia akan ditempatkan serta akan dilaporkan dari sudut pandang siapa.

Pada kenyataannya konstruksi sosial atas realitas berlangsung lambat, membutuhkan waktu lama, bersifat spasial, dan berlangsung secara hierarki-vertikal, dimana konstruksi sosial berlangsung dari pimpinan kepada bawahannya, pimpinan kepada massanya, kyai kepada santrinya, guru kepada muridnya, orangtua kepada anak-anaknya, anak-anak remaja kepada anak-anak yang lebih muda, dan sebagainya.

Namun, masyarakat semakin modern, teori mengenai konstruksi sosial atas realitas mengalami revisi dengan melihat fenomena media massa. Kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat. Konstruksi sosial atas realitas media massa adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebarannya merata.

Prinsip dasar dari konstruksi sosial media massa semua informasi harus sampai pada khalayak atau pembaca berdasarkan agenda media. Sehingga apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi khalayak atau pembaca.

Menurut Bungin (2006, h. 206-210) dari konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

Tahap menyiapkan materi konstruksi, adalah tugas redaksi media massa, tugas ini nantinya didistribusikan pada *desk* editor yang ada di setiap media massa. Dalam tahap menyiapkan materi konstruksi, terdapat tiga hal penting, yaitu:

- 1). Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis.
- 2). Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk “menjual berita.”
- 3). Keberpihakan kepada kepentingan umum. Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut, namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan karena mau tidak mau media massa harus menghasilkan keuntungan.

Tahap Sebaran Konstruksi, pada umumnya konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyajikan informasi atau berita sementara khalayak media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi berita tersebut. Model satu arah terjadi pada media cetak, sedangkan media elektronik bisa dilakukan dua arah. Bungin (2006, h. 211).

Menurut Bungin (2006, h. 216) tahap pembentukan konstruksi sosial terjadi melalui tiga tahap, yaitu:

1. Tahap *Pembentukan Konstruksi Realitas*, dimana pemberitaan yang telah sampai pada pembaca, terjadi konstruksi di masyarakat melalui

pembenaran, kesediaan dikonstruksi oleh media massa. Dan menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif.

2. Tahap *Pembentukan Konstruksi Citra*, yaitu bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Setiap pemberitaan (disadari atau tidak oleh media massa) memiliki tujuan tertentu dalam model pencitraan. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa terbentuk dalam dua model, yaitu *bad news* dan *good news*.

Model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan jelek atau buruk, jahat pada objek pemberitaan itu sendiri. Sedangkan model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai berita yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik.

3. Tahap *Konfirmasi*, adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi.

Tak heran kalau kemudian para wartawan atau pekerja berita umumnya bekerja dengan frame berita yang sudah terbentuk dalam kognisinya untuk “mensimplifikasikan, memprioritaskan, dan menstrukturkan aliran narasi peristiwa-peristiwa (*narrative flow of events*)”. Ini jelas adalah proses konstruksi yang sadar atau tidak dilakukan jurnalis dalam kerja jurnalistiknya sehari-hari.

Proses konstruksi ini melibatkan sudut pandang dan perspektif wartawan yang biasanya dipengaruhi oleh politik redaksional media, predisposisi si wartawan, dan lingkungan eksternal (politik, ekonomi, dan budaya) yang menjadi tempat wartawan mencari, menuliskan, dan menyebarkan beritanya. Ibrahim (2011, h. 193-194).

2.3 Analisis Framing

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002: h.3). Dalam analisis framing peneliti dapat melihat bagaimana media memahami dan memaknai realitas, dan dengan cara apa realitas itu ditonjolkan bahkan ditekankan oleh media. Penonjolan dan penekanan aspek dari realitas haruslah dicermati, karena penonjolan atau penekanan akan membuat (hanya) bagian tertentu saja yang lebih bermakna, mudah diingat, dan lebih mengena dalam pikiran masyarakat.

Analisis framing memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis lain, misalnya saja analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan atau teks komunikasi. Sedangkan dalam analisis framing, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media dan bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyebarkannya kepada pembaca.

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Sobur, 2009: h.162). Menurut Eriyanto (2002, h. 70) terdapat dua aspek dalam framing, yaitu:

Pertama, memilih fakta atau realitas. Dalam proses pemilihan fakta selalu mengandung dua kemungkinan, yaitu apa yang dipilih (*include*) dan apa yang dibuang (*exclude*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas, bagian mana dari realitas yang diberitakan, dan bagian mana yang tidak diberitakan. Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih aspek tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa berbeda antara satu media dengan media lain. Karena media mempunyai aspek masing-masing dalam memberitakan suatu peristiwa.

Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih disajikan kepada khalayak. Hal tersebut diungkapkan melalui kata, kalimat, yang dilengkapi dengan foto serta gambar untuk mendukung penonjolan terhadap peristiwa yang diberitakan. Sehingga berita tersebut mendapat perhatian besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Oleh karena itu, analisis framing digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh media massa dalam melakukan frame tertentu untuk suatu peristiwa. Selain itu, framing juga membantu mengetahui bagaimana realitas yang dikemas secara berbeda oleh media. Untuk mengetahui realitas pemberitaan tergantung pada bagaimana pembingkaiannya atas peristiwa itu dilakukan, caranya dengan menggunakan analisis framing beserta dengan perangkat analisisnya.

2.3.1 Framing Robert N. Entman

Robert N. Entman adalah salah satu seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Konsep mengenai framing ditulis dalam sebuah artikel untuk *Journal of Political Communication* dan tulisan lain yang mempraktikkan konsep itu dalam suatu studi kasus pemberitaan media. (Eriyanto, 2002, h. 185)

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas. Hal itu dipakai untuk membuat konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu

wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap berita yang diwacanakan. Menurut Entman (Eriyanto, 2002: h. 189-192) framing dalam berita dilakukan dengan empat cara, yaitu:

Define Problems (pendefinisian masalah), yaitu elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Bingkai yang berbeda akan menyebabkan pembentukan realitas yang berbeda pula.

Diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), siapa (*who*). Untuk memahami bagaimana peristiwa itu terjadi, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Oleh sebab itu, masalah yang dipahami secara berbeda, maka penyebab masalahnya pun akan dipahami secara berbeda pula. Dengan kata lain, pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban dalam kasus tersebut.

Make Moral Judgement (membuat pilihan moral) elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Setelah masalah didefinisikan dan penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan

argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan tersebut dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Treatment recommendation (menekankan penyelesaian), elemen ini dipakai untuk membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Apa yang dikehendaki wartawan, jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang menjadi penyebab masalah.

2.4 Kantor Berita

Dalam sebuah sistem media, terdapat kantor berita atau *news agencies*. Menurut Barrett & Rantanen (1998, h. 6) menjelaskan kantor berita sebagai pedagang besar (*wholesaler*) bahan baku informasi atau *source material*. Bahan baku informasi dikerjakan, dilebur, dan dikonfigurasi ulang menjadi laporan berita yang sesuai untuk dikonsumsi pembaca kebanyakan melalui media massa lainnya. Kantor berita adalah penghasil berita yang sangat mengutamakan kecepatan. Maka dari itu, kecepatan yang dimiliki oleh kantor berita merupakan kekuatan wartawan dalam menghasilkan berita.

Modernisasi menciptakan perkembangan teknologi dan informasi yang sangat berpengaruh terhadap pengetahuan, industrialisasi, perdagangan, dan informasi massa. Permintaan akan informasi atau berita yang meningkat sangat

berdampak pada aktivitas kantor berita, baik nasional maupun internasional (Malek & Kavoori, 2000, h. 299).

Kantor berita dikenal sebagai pelanggan media yang menjual berita ke media massa, bukan kepada masyarakat langsung. Dimana berita yang dibeli akan dikutip atau disiarkan media yang membeli berita itu kepada khalayak. Oleh sebab itu, bagaimana tingginya permintaan akan informasi sangat memengaruhi aktivitas kantor berita dalam berkontribusi teks berita maupun videoklip terhadap suatu peristiwa dalam durasi beberapa menit (Liliweri, 2011, h. 919).

Kebanyakan media massa menyediakan anggaran untuk membeli berita dari kantor berita. Namun, beberapa media massa lebih memilih untuk membeli berita pada kantor berita karena harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan mengirim reporter untuk meliput, apalagi peristiwa yang diliput ada di negara lain. (Liliweri, 2011, h. 919). Dampak yang ditimbulkan yaitu terjadinya homogenisasi berita pada masyarakat, baik politik, ekonomi, olahraga, dan sebagainya (Malek & Kavoori, 2000, h. 300).

Menurut Septiana (2011, h. 17) terdapat tiga kelas dalam kantor berita, yaitu:

1. Agensi global
2. Agensi sedang (*middle-size*), dan
3. Agensi nasional

Pembagian kelas dalam kantor berita di atas adalah berdasarkan besaran lingkup jangkauan kantor berita. PBB melalui UNESCO secara konsisten mendukung penyebaran dan perkembangan kantor berita nasional. Melalui kantor berita nasional, sebuah negara dapat memusatkan jaringan informasi secara

domestik, sehingga dapat membantu memperluas jangkauan pada sistem berita dunia melalui pertukaran berita yang dilakukan antara kantor berita nasional dengan kantor berita internasional. Penting bagi setiap negara memiliki kantor berita sendiri, misalnya saja seperti Indonesia memiliki sebuah kantor berita ANTARA, yang berdiri dibawah kekuasaan pemerintah.

Menurut Barrett & Rantanen (1998, h. 7) menjelaskan bahwa kantor berita sebetulnya memiliki kekuatan namun tersembunyi. Kantor berita dilihat sebagai sumber potensial dan aktual sebagai sumber informasi. Namun, diantara beberapa kantor berita tersebut terdapat perbedaan besar antara kualitas dan profesionalitas, ketika faktor kepemilikan mempengaruhi sumber informasi. Pola kepemilikan tersebut akan membentuk konsep suatu kantor berita dan dapat memberikan gambaran umum mengenai orientasi berita yang kemudian dihasilkan pada setiap peliputan. Dimana informasi yang akan disebarkan kepada beberapa media mengenai sosial, politik, ekonomi, maupun konflik ekstrim semua berada dibawah kontrol pemerintah. Pemberitaan pun akan dominan condong pada pihak pemerintah, baik untuk membangun citra maupun kepentingan nasional.

2.5 Media Alternatif

Media merupakan sumber primer dalam konteks komunikasi massa. Media massa seperti radio, televisi, maupun internet memainkan peranan penting bagi masyarakat di era globalisasi seperti saat ini. Dimana masyarakat semakin aktif

dalam menggunakan teknologi, sehingga terbentuk masyarakat aktif yang menggunakan teknologi disebut dengan istilah komunitas media. Komunitas media ini menjurus kepada perkembangan media baru yang dikenal sebagai media alternatif.

Menurut Worran, dkk (2008, h. 251) media alternatif merupakan media yang dibentuk oleh beberapa masyarakat dengan menggunakan laman web atau blog sebagai medium sosialisasi sehingga membentuk revolusi media seterusnya mewujudkan gerakan sosial. Gerakan sosial umumnya seringkali dikaitkan dengan kelompok sipil maupun kelompok pendesak dengan visi menyuarakan pandangan dan pendapat mereka, baik mengenai pemerintah maupun non-pemerintah. Melalui media alternatif, kelompok ini bertindak sebagai *watchdog* serta mengulik suatu perkara yang coba disembunyikan lalu dibenarkan oleh media alternatif.

Berbanding dengan media tradisional, media alternatif telah mewujudkan persebaran berita yang lebih bebas dan demokratis. Kebebasan menyampaikan berita yang lebih kritis melalui media alternatif telah membawa dimensi baru kepada masyarakat luas. Meskipun masih dianggap sebagai media baru, media alternatif mulai mendapat tempat dan menjadi medium populer untuk diakses.

Media alternatif merupakan satu alat yang sangat *convenient* atau mudah diperoleh dan digunakan oleh masyarakat. Media ini menjadi senjata bagi komunitas media, apalagi masyarakat aktif seperti aktivis sosial, ekonomi dan politik. (Worran dkk, 2008, h. 256)

Hal tersebut membawa maksud kepada individu atau sekumpulan masyarakat dapat dikonotasikan sebagai “laman web pribadi” menerusi peranan mereka sebagai aktor penting dalam menafsir dan menginterpretasi sesuai dengan corak pemikiran mereka. Adanya media alternatif membuat revolusi masyarakat akan kebebasan bersuara dan mengaplikasikan media secara demokrasi tanpa kawalan. Berbeda dengan media dengan memiliki kepemimpinan mempengaruhi tingkah laku dan persepsi media terhadap suatu isu. Media alternatif setidaknya dapat membatasi faktor kepemilikan terhadap berita khususnya golongan pemerintah.

Menurut Worran dkk (2008, h. 255) media alternatif disebut juga sebagai media radikal yaitu suatu bentuk perubahan sosial dalam kalangan masyarakat atau lebih dikenal sebagai proses *revolutionary*. Dimana media ini membentuk suatu budaya baru yang dikenal sebagai budaya *hybrid* atau hubungan melalui media elektronik. Media ini membuka peluang dan ruang untuk berbagai pihak berpartisipasi dan dapat mengembangkan berbagai realitas baru dalam kehidupan sosial. Selain itu kemunculan media ini lebih menekankan kepada aspek politik dibandingkan dengan aspek sosial.

2.6 Jurnalisme Online

Perkembangan teknologi yang cukup signifikan membawa dampak bagi media massa. Media yang sebelumnya hanya berbasis cetak dan penyiaran, kini beralih menjadi teknologi baru yang menjanjikan. Memiliki konsep komunikasi

berbasisi telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet), media online hadir dengan tampilan menggabungkan media cetak, suara, dan gambar.

Kehadiran media online memunculkan generasi baru dalam dunia jurnalistik, yaitu hadirnya jurnalisme online. Menurut Romli (2013, para. 1) Jurnalisme online adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online dengan menggunakan media internet. Jurnalisme online bisa dikatakan jenis ke-empat dari jurnalisme yang sudah ada setelah jurnalisme cetak, radio, dan televisi.

Menurut Wardhani & Putra (2012, h. 140-143) terdapat karakteristik khas yang dimiliki oleh jurnalisme online diantaranya:

Hypertextuality, dalam jurnalisme online sangat terlibat pada persoalan *hyperlink* yang terbentuk karena banyaknya teks yang terhubung atau kaitannya dengan informasi terdekat. Dengan adanya *hyperlink* pembaca bisa mendapatkan informasi lengkap dengan sudut pandang yang beragam.

Multimedia Capability, memungkinkan sajian berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya sekaligus.

Interactivity, dimana jurnalisme online memungkinkan interaksi langsung antara redaksi (wartawan) dengan audiens, seperti melalui kolom komentar dan sosial media sharing.

Berdasarkan karakteristik di atas, jurnalisme online ternyata memberikan dampak pada manajemen ruang berita, walaupun proses ini masih berada di tahap perkembangan. Namun, sekarang ini hampir semua media tidak hanya memiliki divisi konvensional tetapi juga memiliki divisi online. Dimana pada setiap

divisi bekerja secara mandiri. Jurnalisme online juga memungkinkan para wartawan untuk mengirim email sebuah artikel tanpa harus datang ke kantor, untuk mempercepat proses publikasi. Wartawan bisa melaporkan peristiwa (menulis berita) kapan dan dimana saja, bahkan disaat sedang berada di lokasi peristiwa sedang berlangsung.

Tidak hanya karakteristik, keunggulan yang dimiliki oleh Jurnalisme dalam kecepatan, aktualitas dan interaktif, membuat hadirnya jurnalisme online menjadi sarana yang tepat bagi masyarakat “pecandu berita” (Craig, 2005, h. 12). Dimana pembaca dapat dengan mudah mengakses berita dari situs berita satu dan beralih pada situs berita lain dengan alasan menyediakan beragam informasi yang lebih cepat melalui konten-konten yang disediakan atau format situs yang lebih mudah digunakan.

Persoalan jurnalisme online dalam hal kecepatan juga patut untuk diperhatikan. Walaupun kecepatan menjadikan jurnalisme online hidup, tetap saja tanggung jawab terhadap akurasi mutlak diperlukan. Ini menjadi kesulitan tersendiri dalam jurnalisme online, dimana harus memberikan keseimbangan berita antara kecepatan dan akurasi yang audiens inginkan (Craig, 2005, h. 13).

Sifat pembaca online yang umumnya tipe ingin membaca secara cepat (judul, lead) dan lengkap mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi. Maka dalam penulisan berita pun dibentuk ringkas, padat, dan jelas. Pada bagian judul atau *lead* biasanya dibuat semenarik mungkin bahkan tepat sasaran bagi pembaca. Sedangkan pada bagian isi biasanya dibuat dalam bentuk singkat dan padat.

Penyajian berita yang singkat, mengharuskan wartawan online membuat pembaharuan terhadap peristiwa yang diberitakan, untuk menjaga kelengkapan berita antara satu dengan berita selanjutnya maka dikaitkan dengan *hyperlink*. Sehingga pembaca bisa mendapatkan kelengkapan berita melalui *hyperlink* yang disediakan dalam situs berita online tersebut.

2.7 Media dan Konflik

Dalam negara dengan sistem demokrasi, media memiliki kebebasan dalam melakukan fungsi kontrol sosialnya. Kebebasan yang didapat tentu menguntungkan masyarakat, karena masyarakat sebagai penerima informasi ingin melihat dan mengetahui secara transparan bagaimana sebetulnya peristiwa yang diberitakan terjadi.

Kini, melalui media sebagai wahana publisitas masyarakat dilimpahi dengan informasi yang mengalir dengan kecepatan amat tinggi, termasuk informasi mengenai konflik. Namun, berita dan informasi yang diterima atau masuk, tidak selalu membuat masyarakat tercerahkan atau *well-informed*. Dalam situasi konflik, media terkadang memberitakan dengan informasi yang tidak diverifikasi, hal tersebut dikarenakan media lebih mengutamakan kecepatan dalam menyebarkan berita.

Media memang bisa dijadikan saluran apa saja, yang baik maupun yang buruk, yang benar maupun yang salah. Media, misalnya bisa mengingatkan masyarakat akan bahaya krisis, konflik, dan kekerasan, akan tetapi media juga bisa

menempatkan konflik sebagai komoditas berita. Konflik merupakan sumber utama yang tidak pernah habis karena isu mengenai konflik memang menarik dan mengundang banyak khalayak untuk memperhatikannya. Selama masyarakat menyukai dan menganggap penting konflik tersebut, maka selama itu pula konflik akan terus menghiasi pemberitaan di berbagai media massa.

Tidak jarang ada saja media yang mengangkat suatu peristiwa konflik dengan melakukan dramatisasi untuk mengkatrol atau menarik perhatian khalayak. Bahkan media itu sendiri akhirnya yang melakukan kekerasan melalui komoditas informasi yang diberitakannya. Menurut Sobur (2012: h.171), dalam memberitakan konflik media seharusnya tidak melakukan dramatisasi terhadap fakta. Karena hal itu langsung atau pun tidak langsung akan memicu konflik lanjutan dan menjadi provokasi bagi pihak-pihak yang bertikai.

Agar pemberitaan yang disajikan tidak menimbulkan konflik lanjutan atau menjadi provokasi, maka norma-norma jurnalistik juga memiliki peran penting dalam memengaruhi cara memberitakan konflik, media seharusnya dapat lebih teliti dalam penggunaan bahasa yang tepat, menghindari *labelling* dan *stereotyping* atas suatu peristiwa.

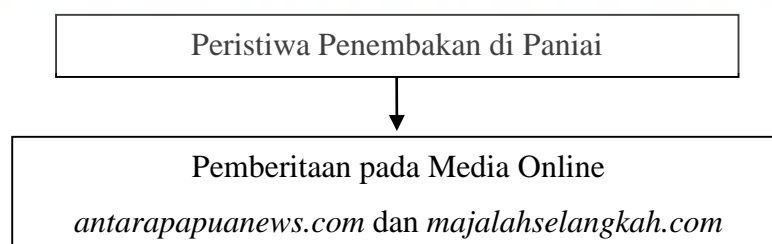
Bagaimana media massa mengemas suatu peristiwa akan sangat memengaruhi pemaparan tentang peristiwa-peristiwa konflik dan pada gilirannya dapat membentuk opini para pembacanya. Melalui media, dapat terlihat bagaimana media tersebut memandang suatu realitas peristiwa melalui penekanan sudut pandang (*point of view*) pada konflik, pemilihan subjek pemberitaan pada sensasi, dengan mendramatisasi pada pemberitaan.

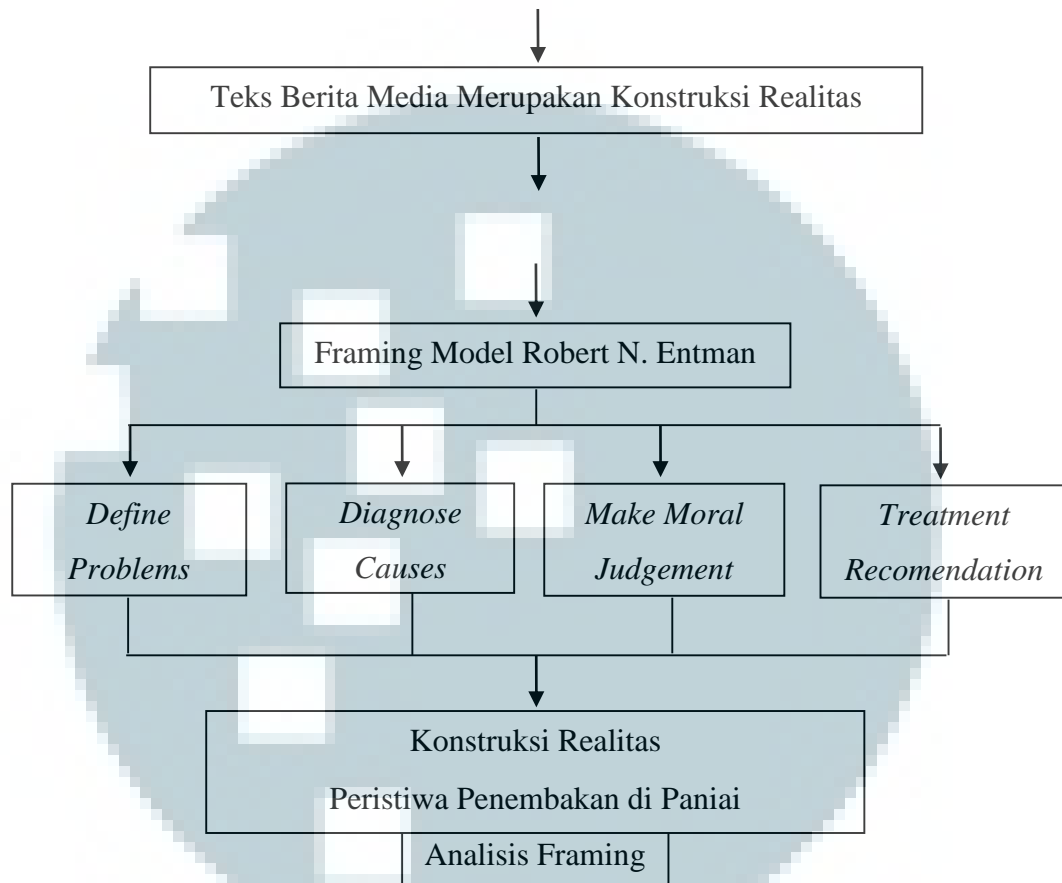
Dalam konteks itulah masyarakat dapat memahami peran media di dalamnya. Melalui pemberitaan yang disebarakan, kesalahpahaman tentang konflik bisa dimunculkan sekiranya keseimbangan laporan tidak tercipta diantara pihak-pihak yang bertikai atau terlibat.

2.8 Kerangka Pemikiran

Di bawah ini adalah kerangka besar penelitian mengenai Konflik Penembakan di Paniai, Papua dengan menggunakan analisis framing dalam media online *antarapapuanews.com* dan *majalahselangkah.com*.

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran





UMMN