



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 mengenai konstruksi permasalahan tata kelola penerbangan komersial pascakecelakaan pesawat Air Asia QZ 8501 yang terdapat pada majalah Detik, Gatra dan Tempo, terdapat dua penelitian yang telah ada sebelumnya mengenai pembingkaian berita terkait dengan kecelakaan pesawat. Penelitian pertama ialah jurnal ilmiah tahun 2007 dengan judul *“Pengaruh Pemberitaan Surat Kabar Terhadap Persepsi Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi Udara di Surabaya (Kasus Studi Kecelakaan Pesawat Adam Air)”*, karya Lydia Elton yang merupakan alumnus ilmu komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya.

Penelitian kedua berjudul *“Pembingkaian Berita tentang Proses Evakuasi Kecelakaan Pesawat Rusia Sukhoi Superjet 100 pada Media Online Detik.com dan Kompas.com”*. Penelitian tersebut dilakukan tahun 2014 oleh Indri Martyas Tresnaningati mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya.

Jenis penelitian karya Lydia Elton adalah kuantitatif eksplanasi. Tujuan dari penelitian milik Lydia Elton ialah untuk mengetahui pengaruh pemberitaan surat kabar mengenai kecelakaan pesawat Adam Air terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini ialah hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu masyarakat berusia minimal 21 tahun yang merupakan pengguna jasa transportasi udara di Surabaya dan membaca surat kabar tentang kecelakaan pesawat Adam Air. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan beberapa perusahaan penerbangan terkait, seperti PT AdamSky Connection dan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Juanda Surabaya. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari kumpulan studi literatur dan buku – buku referensi (Elton, 2007, h.105). Hasil penelitian ini menunjukkan pemberitaan kecelakaan pesawat Adam Air di surat kabar tidak mempengaruhi persepsi masyarakat yang menggunakan jasa transportasi udara di Surabaya. Hal tersebut disebabkan media massa berpengaruh dalam menentukan persepsi terhadap suatu peristiwa tertentu dan jarak waktu yang lama antara terjadinya kecelakaan dengan penyebarluasan kuisioner mengakibatkan adanya perubahan persepsi pada masyarakat (Rivers, 2004 dikutip dalam Elton, 2007, h. 109).

Penelitian kedua karya Indri Martyas Tresnaningati merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis *framing* sebagai metode penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Detik.com dan Kompas.com sebagai situs berita online di Indonesia membingkai proses evakuasi kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet (SSJ-100). Penelitian ini menggunakan analisis *framing* model

Robert N. Entman yang menggambarkan proses seleksi dan penonjolan bagian tertentu dari suatu peristiwa yang diberitakan oleh media (Tresnaningati, 2014, h.3). Melalui analisis *framing* model Robert N. Entman, suatu peristiwa dimaknai oleh wartawan dan media melalui empat elemen yaitu, pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab (*diagnose problems*), membuat pilihan moral (*make moral judgment*), dan menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) (Kriyantono, 2007, dikutip dalam Tresnaningati, 2014 h. 3). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 pada situs berita Detik.com cenderung lebih menggambarkan proses evakuasi korban dari kecelakaan pesawat tersebut. Sedangkan dalam situs berita Kompas.com, proses evakuasi kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 dilihat menjadi tanggung jawab SAR (Tresnaningati, 2014, h.3).

Terdapat persamaan dan perbedaan pada aspek tertentu antara penelitian karya Lydia Elton dengan penelitian karya Indri Martyas Tresnaningati. Persamaan dari kedua penelitian tersebut adalah sama – sama meneliti mengenai pemberitaan kecelakaan pesawat di media massa. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian tersebut ditunjukkan dari jenis penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Jenis penelitian milik Lydia Elton adalah kuantitatif eksplanasi, sedangkan jenis penelitian milik Indri Martyas Tresnaningati ialah kualitatif dengan metode penelitian analisis *framing* model Robert N. Entman. Berikut ini adalah tabel pembeda

antara penelitian milik Lydia Elton dan Indri Martyas Tresnaningati serta penelitian yang sedang peneliti lakukan :

Tabel 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

Nama Peneliti	Bentuk Penelitian	Judul Penelitian	Jenis & Metode Penelitian	Keterangan
Lydia Elton	Jurnal, tahun 2007, Universitas Kristen Petra Surabaya.	Pengaruh Pemberitaan Surat Kabar Terhadap Persepsi Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi Udara di Surabaya (Kasus Studi Kecelakaan Pesawat Adam Air)	Kuantitatif	Bagaimana pengaruh pemberitaan di surat kabar mengenai kecelakaan pesawat Adam Air terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya
Indri Martyas Tresna-ningati	Jurnal, tahun 2014, Universitas Brawijaya Malang	Pembingkaiian Berita tentang Proses Evakuasi Kecelakaan Pesawat Rusia Sukhoi Superjet 100 pada Media Online Detik.com dan Kompas.com	Kualitatif – Analisis Framing Robert Entman	Bagaimana situs berita Detik.com dan Kompas.com membungkai proses evakuasi kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100
Peneliti	Skripsi, tahun 2015, Universitas Multimedia Nusantara	Konstruksi Permasalahan Tata Kelola Penerbangan Komersial Pasca Kecelakaan Pesawat Air Asia QZ 8501	Kualitatif – Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Bagaimana Majalah Detik, Gatra, dan Tempo mengonstruksi permasalahan tata kelola penerbangan komersial pasca kecelakaan Air Asia QZ 8501

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat perbedaan dan persamaan antara kedua penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Persamaan dengan kedua penelitian terdahulu adalah tema penelitian mengenai kecelakaan pesawat. Tema dari penelitian yang sedang peneliti lakukan terkait dengan kecelakaan pesawat Air Asia QZ 8501, namun peneliti lebih fokus kepada permasalahan tata kelola penerbangan komersial setelah kecelakaan tersebut terjadi. Selain itu persamaan juga terlihat dengan penelitian karya Indri Martyas Tresnaningati, yaitu sama – sama menggunakan analisis *framing* sebagai metode penelitian.

Perbedaan dapat dilihat melalui metode penelitian dan jenis penelitian yang digunakan antara penelitian terdahulu yang pertama milik Lydia Elton dengan penelitian yang sedang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian yang sedang dilakukan, sedangkan penelitian milik Lydia Elton menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanasi.

Perbedaan juga terlihat antara penelitian milik Indri Martyas Tresnaningati dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan tersebut terlihat dari model analisis *framing* dan jenis media massa yang digunakan. Penelitian milik Indri Martyas Tresnaningati menggunakan model analisis *framing* Robert Entman dan menggunakan media massa online yaitu situs berita online Kompas.com dan Detik.com. Sedangkan, penelitian ini menggunakan model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dan menggunakan majalah Detik, Gatra, dan Tempo sebagai objek

penelitian. Penelitian yang menggunakan teknik analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki meneliti secara detil aspek - aspek dalam teks berita seperti kalimat, kata, *lead*, hubungan antarkalimat, foto, dan grafik yang digunakan wartawan dan media dalam menonjolkan dan memaknai suatu peristiwa. Analisis *framing* model Pan Kosicki meneliti cara wartawan menyusun peristiwa ke dalam berita, cara wartawan mengisahkan peristiwa dengan menggunakan kalimat dan pilihan kata yang digunakan (Eriyanto, 2002, h. 255 & 256).

2.2. Konstruksi Sosial atas Realitas

Peter L Berger dan Thomas Luckman merupakan tokoh yang memperkenalkan istilah konstruksi sosial atas realitas melalui buku yang berjudul *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Berger dan Luckman menggambarkan bahwa proses sosial terjadi melalui tindakan dan interaksi antar individu, yang mana individu itu juga yang secara terus menerus menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subyektif (Bungin, 2008b, h. 189). Pada proses sosial tersebut manusia dipandang sebagai individu yang menciptakan realitas sosial yang bebas dalam dunia sosialnya (Bungin, 2008a, h. 11). Realitas sosial yang diciptakan oleh individu memiliki arti sebagai pengetahuan yang bersifat keseharian yang berkembang dalam kehidupan masyarakat, seperti konsep dan wacana publik yang merupakan hasil dari konstruksi sosial (Bungin, 2008b, h. 192).

Piaget dalam Suparno (1997 dikutip dalam Bungin, 2008b, h. 190 – h. 191) menjelaskan konstruktivisme, dilihat dari individu yang bekerja secara kognitif untuk menafsirkan dunia atas realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan individu lain atau lingkungan sekitarnya. Kemudian individu menciptakan sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihat berdasarkan pada struktur pengetahuan yang ada sebelumnya sehingga disebut oleh Berger dan Luckman sebagai konstruksi sosial.

Konstruksi atas realitas oleh Berger dan Luckman memandang masyarakat adalah produk manusia yang secara terus-menerus memiliki tindakan kembali terhadap penghasilnya, namun Berger dan Luckman juga memandang sebaliknya bahwa manusia adalah produk dari masyarakat, dimana manusia akan menemukan jati dirinya selama tinggal didalam lingkungan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut Berger dan Luckman menjelaskan bahwa “manusia dan masyarakat ialah produk yang dialektis, dinamis, dan plular secara terus menerus” (Eriyanto, 2002, h. 13 – h.14). Konstruksi sosial atas realitas pada intinya merupakan realitas dikonstruksi oleh individu melalui interaksi sosial antar individu atau kelompok.

Menurut Berger dan Luckman dalam Bungin (2008a, h. 15) terdapat tiga momen dalam proses dialektika. Pertama, eksternalisasi yang merupakan tahap usaha untuk menyesuaikan dan mengekspresikan diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Pengekspresian diri tersebut dapat dilakukan dalam kegiatan mental atau fisik. Kedua, obyektivasi yang merupakan hasil yang telah dicapai dari tahap

eksternalisasi, baik dalam kegiatan mental ataupun kegiatan fisik (Eriyanto, 2002, h.14). Ketiga, internalisasi yang merupakan proses penyerapan kembali dunia objektif menuju ke dalam kesadaran individu sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Eriyanto, 2002, h. 15).

Setiap individu memiliki konstruksi yang berbeda - beda akan suatu realitas, yang merupakan realitas plural atau ganda, karena tiap individu memiliki latar belakang, lingkungan, pendidikan, dan pengalaman yang berbeda, sehingga realitas sosial ditafsirkan sesuai dengan pandangannya masing – masing (Eriyanto, 2002, h. 15- h.16).

Selain plural, dinamis merupakan sifat yang ada konstruksi sosial. Pada sifat ini menjelaskan bahwa sebagai hasil dari konstruksi sosial, suatu realitas dapat menjadi realitas yang objektif dan realitas yang subjektif sekaligus. Realitas subjektif sama seperti pengertian realitas plural. Realitas subjektif mengandung makna, interpretasi, dan hasil hubungan antara individu dengan objek. Penafsiran individu akan sebuah objek akan berbeda dengan individu lain, karena tiap individu memiliki latar belakang yang berbeda – beda. Realitas objektif merupakan sesuatu yang dialami individu dan bersifat eksternal (Eriyanto, 2002, h. 16).

2.3 Konstruksi Sosial pada Media Massa

Konstruksi sosial berlaku pada media massa. Menurut Sobur (2009, h. 88) media massa pada dasarnya mengkonstruksi realitas sehingga isi media

merupakan hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai alat utamanya. Hal tersebut dibenarkan oleh pendapat Carey (1989 dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 20) bahwa realitas merupakan sesuatu yang diproduksi dan peran media massa tidak hanya sebagai saluran pesan, tapi media massa berperan sebagai subyek yang mengonstruksi realitas berdasarkan pandangan dan keberpihakannya (Bennet, dikutip dalam Hidayat, 1997, dikutip dalam Imran, 2011, h. 62).

Pelaku yang mengkonstruksi realitas ialah media itu sendiri. Dalam pandangan konstruktifis, media berperan sebagai agen konstruksi dimana media yang membentuk realitas dalam pemberitaannya. Cara media mengkonstruksi realitas yaitu melalui pemilihan peristiwa mana yang diambil dan mana yang tidak serta pemilihan narasumber berita. Selain media memilih narasumber dan peristiwa, media juga berperan mendefinisikan narasumber dan peristiwa melalui bahasa sebagai instrumen utama dalam mengkonstruksi suatu peristiwa (Eriyanto, 2002, h. 23 – h. 24).

Selain media, pelaku yang mengkonstruksi realitas adalah pekerja media seperti wartawan, sehingga wartawan tidak hanya berperan sebagai pelapor, melainkan menurut Eriyanto (2002, h. 30) wartawan juga berperan sebagai aktor atau agen pembentuk realitas. Menurut Sobur (2009, h.88) “pekerjaan utama wartawan ialah mengisahkan hasil reportasenya kepada khalayak.” Pada proses mengisahkan atau menceritakan, Sobur (2009, h.88 – h.89) menjelaskan bahwa wartawan terlibat dalam mengonstruksi suatu peristiwa berdasarkan fakta – fakta yang telah disusun dan dikumpulkan

dalam laporan jurnalistik berupa berita (*news*), karangan khas (*feature*), dan gabungan keduanya (*news feature*). Selain itu dalam mengkonstruksi suatu peristiwa, wartawan turut mendefinisikan peristiwa yang terjadi dengan membentuk peristiwa tersebut dalam pemahaman wartawan (Eriyanto, 2002. h.29).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa media menghasilkan sebuah berita yang merupakan hasil dari apa yang telah dikonstruksikan oleh pekerja media. Hal tersebut dibenarkan oleh pendapat Eriyanto (2002 h. 24 & h. 27) bahwa berita merupakan konstruksi dari realitas dan bersifat subjektif. Kaum konstruktivis memandang bahwa berita bukan cerminan dan refleksi dari suatu realitas, melainkan terbentuknya berita karena hasil konstruksi atas realitas, dimana dalam proses mengkonstruksi realitas melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai – nilai yang dianut oleh wartawan atau media (Eriyanto, 2002, h. 25). Adanya pandangan dan ideologi terhadap hasil konstruksi tersebut membuat berita bersifat subjektif (Imran, 2011, h. 65). Subjektivitas berita dalam pemberitaan pada media massa terbentuk pada saat wartawan meliput suatu peristiwa, dimana wartawan melihat peristiwa tersebut dengan perspektif dan pertimbangan subjektif sehingga berita dianggap sebagai produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas (Eriyanto, 2002, h. 27).

Tuchman menambahkan (1992 dikutip dalam Eriyanto 2002, h. 31) bahwa realitas yang ada dalam pemberitaan media massa dihasilkan bukan karena apa yang terjadi dalam dunia nyata, melainkan adanya hubungan

atau relasi antara wartawan dengan narasumber dan lingkungan sosial yang membentuk realitas tersebut.

Menurut Bungin (2008b, h. 203 – 212) terdapat tahap – tahap pada proses konstruksi media massa antara lain tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi. Berikut penjelasan dari masing – masing tahap tersebut.

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Redaksi media massa berperan dalam menyiapkan materi konstruksi. Pada tahap ini, tugas redaksi media massa didistribusikan kepada *desk editor* yang ada pada setiap media massa (Bungin, 2008b, h. 205). Lebih lanjut, Bungin memaparkan terdapat tiga hal penting dalam tahap menyiapkan materi konstruksi sosial, yaitu :

a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme

Sekarang ini hampir sebagian besar media massa dikuasai dan dimiliki oleh kaum bermodal atau kaum kapitalis sehingga dengan kekuatan – kekuatan kapital media massa digunakan untuk alat untuk menghasilkan pelibat-gandaan modal (Bungin, 2008b, h. 205).

b. Keberpihakan semu kepada masyarakat

Bungin (2008b, h.205-h.206) menjelaskan bentuk dari keberpihakan ini adalah empati dan simpati dari

masyarakat yang berakhir pada kepentingan *rating* dimana berpengaruh pada kepentingan kapitalis.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum

Poin ini menunjukkan visi dari setiap media massa. Visi yang dimiliki media massa tetap terdengar oleh masyarakat, namun realisasinya tidak pernah menunjukkan jati dirinya.

2. Tahap Sebaran Konstruksi

Media massa melakukan strategi media massa melalui prinsip *real-time* dalam tahap sebaran konstruksi. Media elektronik dan media cetak memiliki sifat *real-time* yang berbeda. *Real-time* pada media elektronik bersifat langsung sehingga berita yang dipublikasikan atau disiarkan serentak langsung diterima oleh masyarakat. *Real-time* pada media cetak berdasarkan waktu terbit dari media cetak tersebut, seperti harian, mingguan, bulanan. Pada *real-time* media cetak konsep aktualitas menjadi unsur utama agar berita yang diterbitkan kepada pembaca tepat pada waktunya. Proses penyebaran konstruksi sosial media menggunakan model satu arah dimana masyarakat sebagai konsumen media hanya dapat mengonsumsi informasi dari media massa yang menyajikan informasi tersebut. Inti pokok dalam tahap ini bahwa setiap informasi harus diterima oleh masyarakat sebagai konsumen media secara cepat dan tepat berdasarkan agenda media, yaitu

apa yang dianggap penting oleh media, menjadi penting penting pula oleh masyarakat (Bungin, 2008b, h. 207 – h. 208).

3. Tahap Pembentukan Konstruksi

a. Pembentukan Konstruksi Realitas

Pembentukan konstruksi realitas pada masyarakat terjadi melalui tiga tahapan. Menurut Bungin (2008b, h.208) tahap pertama, yaitu konstruksi pemberian sebagai hasil konstruksi media massa sehingga masyarakat cenderung membenarkan setiap informasi yang disajikan oleh media massa sebagai realitas kebenaran. Tahap kedua, yaitu kesediaan masyarakat yang pikirannya mau dikonstruksi oleh media massa. Individu yang memilih suatu media massa berarti individu tersebut bersedia pikiran dan pandangannya untuk dikonstruksi oleh media massa yang dikonsumsinya. Tahap ketiga yaitu, mengonsumsi media massa membuat individu menjadi kebiasaan untuk tergantung pada media massa tersebut.

b. Pembentukan Konstruksi Citra.

Pembentukan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa menggunakan model *good news* dan model *bad news*. Pada model *good news* objek pemberitaan dikonstruksi sebagai pemberitaan yang memiliki citra baik, sehingga terkesan lebih baik dari

sesungguhnya. Model *bad news* mengkontruksi objek pemberitaan dengan memberi citra buruk sehingga masyarakat memiliki persepsi bahwa objek pemberitaan tersebut lebih buruk dari sesungguhnya (Bungin, 2008b, h. 209).

4. Tahap Konfirmasi

Menurut Bungin (2008b, h. 212) tahap konfirmasi berlangsung ketika media massa atau konsumen media massa (pembaca atau pendengar) memberikan argumentasi atas pilihannya untuk terlibat pada pembentukan konstruksi. Tahapan ini perlu bagi media maupun bagi masyarakat sebagai konsumen media. Alasannya, bagi media tahapan ini sebagai wadah untuk memberikan argumentasi terhadap alasan – alasannya akan konstruksi sosial, sedangkan bagi masyarakat sebagai konsumen media tahapan ini sebagai penjelasan atas keterlibatan dan kesediaan dalam proses konstruksi sosial.

2.4 *Framing*

Dalam lingkup studi ilmu komunikasi, *framing* merupakan proses pemilihan serta penonjolan aspek – aspek tertentu sebuah realita oleh media (Sobur, 2009, h. 162).

2.4.1 Konsep *Framing*

Menurut Sudibyo (1999, dikutip dalam Sobur, 2009, h. 161

- h. 162) *framing* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1955 oleh Beterson yang dimaknai sebagai suatu perangkat yang dapat mengatur pandangan politik, kebijakan, dan wacana. Gagasan mengenai *framing* tersebut dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974, bahwa *framing* digambarkan sebagai kepingan perilaku yang bertujuan untuk menuntun seseorang untuk memahami dan membaca realitas.

Secara sederhana pengertian *framing* ialah pembingkaian sebuah peristiwa yang dilakukan oleh media (Kriyantono 2009, h. 253). Pembingkaian tersebut menurut Todd Gitlin (1880, dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 68) digunakan sebagai strategi bagaimana suatu realitas dibentuk dan disederhanakan untuk disajikan kepada khalayak pembaca. Realitas yang telah dibentuk dan disederhanakan merupakan perspektif atau cara pandang wartawan saat menseleksi sebuah isu yang kemudian diproduksi menjadi sebuah berita, sehingga perspektif tersebut yang menentukan fakta apa yang diambil dan dihilangkan serta bagian apa yang ditonjolkan (Eriyanto 2002, h. 68).

Apabila suatu peristiwa yang dikemas dalam sebuah bingkai maka terdapat bagian – bagian tertentu yang dihilangkan dan ditonjolkan (Kriyantono, 2009, h. 253). Hal tersebut menurut Entman bahwa penseleksian isu dan penonjolan isu merupakan dua hal penting dalam *framing* (Sobur, 2009, h. 165).

Dalam menseleksi dan menonjolkan isu, wartawan menggunakan cara pandang, nilai, dan ideologi mereka dalam memproduksi sebuah berita. Kata penonjolan dapat diartikan sebagai suatu proses yang membuat informasi lebih diperhatikan, bermakna, dan berkesan (Sobur, 2009, h. 163 – h. 164). Media menggunakan strategi seleksi dan penonjolan isu sehingga makna dari informasi yang disajikan lebih berkesan dan diingat oleh masyarakat (Soesilo dan Wasburn, 1994, dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 67). Seleksi isu dan penonjolan isu digambarkan melalui penggunaan istilah – istilah dengan konotasi tertentu, lampiran foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001, dikutip dalam Kriyantono, 2009, h. 253).

Berikut ini adalah beberapa pengertian *framing* yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

TABEL 2.2
PENGERTIAN FRAMING MENURUT BEBERAPA AHLI

Robert N. Entman	Menurut Entman, <i>framing</i> diartikan sebuah proses seleksi dari beragam aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa tersebut lebih menonjol dibandingkan dari aspek lain. Entman juga menyertakan bahwa penempatan informasi - informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan bagian yang lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	<i>Framing</i> menurut Gamson adalah cara bercerita atau kumpulan ide – ide yang tersusun sedemikian rupa dan mengandung konstruksi makna terhadap peristiwa – peristiwa yang berkaitan dengan objek

		<p>suatu wacana. Cara bercerita tersebut terbentuk dalam sebuah kemasan yang berbentuk seperti skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan yang ia sampaikan dan untuk menafsirkan makna pesan – pesan yang ia terima.</p>
Todd Gitlin		<p>Menurut Gitlin, <i>framing</i> merupakan strategi bagaimana suatu realitas dibentuk secara sederhana untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa tersebut disajikan dalam bentuk berita sehingga menonjol dan menarik perhatian masyarakat untuk membaca berita tersebut. Prosesnya meliputi seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.</p>
David E. Snow dan Robert Benford		<p><i>Framing</i> merupakan pemberian makna untuk menafsirkan suatu peristiwa. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, seperti anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.</p>
Amy Binder		<p><i>Framing</i> menurut Binder adalah sebuah skema interpretasi yang digunakan seseorang untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung dan tidak langsung. Melalui <i>framing</i> menyusun peristiwa yang kompleks ke dalam suatu pola sehingga memudahkan individu untuk memahami makna dari peristiwa tersebut.</p>
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki		<p>Menurut Pan dan Kosicki <i>framing</i> adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi dan menafsirkan peristiwa yang kemudian dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.</p>

(Sumber : Eriyanto, 2001, h. 67 – 68)

Berdasarkan beberapa pengertian *framing* tersebut, ditemukan persamaan pemahaman bahwa *framing* merupakan proses konstruksi dan dibentuknya suatu peristiwa menjadi sebuah berita melalui penseleksian isu dan menekankan pada bagian tertentu sehingga masyarakat lebih mudah mengingat pada aspek tertentu yang ditonjolkan melalui berita. Menurut Eriyanto (2002, h. 71) konsep *framing* memiliki dua dimensi yaitu dimensi psikologis dan dimensi sosiologis.

Pada dimensi psikologis, *framing* dilihat bagaimana individu memahami realitas secara sederhana dan memiliki perspektif tertentu sehingga dimensi ini berpengaruh terhadap kognisi seseorang dalam membentuk gagasan tertentu atau skema tentang dirinya. *Framing* pada dimensi psikologi juga berperan sebagai strategi yang digunakan wartawan untuk menekankan suatu peristiwa sehingga pesan akan peristiwa tersebut lebih bermakna dan diperhatikan oleh publik (Eriyanto, 2002, h. 71).

Berbeda dengan dimensi psikologis, pada dimensi sosiologis lebih melihat bagaimana organisasi sebagai pembuat berita membentuk berita secara bersama – sama. Dimensi ini melihat berita dan media sebagai institusi sosial, sehingga berita merupakan produk dari institusi sosial yang menentukan bagaimana suatu realitas dibentuk dan dikonstruksi (Eriyanto, 2002, h. 80).

2.4.2 Analisis *Framing*

Analisis *framing* didefinisikan sebagai analisis yang berfungsi untuk mengetahui bagaimana suatu realitas (tentang peristiwa, aktor, kelompok) dibingkai oleh media. Proses dari pembingkaian tersebut meliputi proses konstruksi. Dalam proses konstruksi suatu realitas dimaknai dengan makna tertentu oleh media. Fokus utama dari analisis ini adalah bagaimana media membingkai suatu peristiwa dalam konstruksi tertentu yang meliputi pembentukan pesan dari teks serta penonjolan dan penekanan pada bagian tertentu (Eriyanto, 2002, h. 3, h. 7, & h. 11).

Analisis *framing* juga mencermati strategi yang digunakan media dalam menyeleksi dan menonjolkan peristiwa ke dalam berita agar informasi dalam berita tersebut lebih bermakna, menarik, dan berkesan, sehingga mampu membawa interpretasi pembaca sesuai dengan perspektifnya (Sobur, 2009, h. 162).

Terdapat beberapa model analisis *framing* yaitu analisis model Murray Edelman, Robert N. Entman, William A. Gamson, serta Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2002, h. 12). Model analisis *framing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki atau disingkat Pan Kosicki. *Framing* model Pan Kosicki melibatkan konsep psikologi dan konsep sosiologis yang keduanya

saling berkaitan.

Menurut Eriyanto (2002, h. 253) pada konsep psikologi, *framing* menekankan bagaimana suatu informasi diproses oleh khalayak pembaca yang ditunjukkan dalam skema tertentu. Pada konsep sosiologis melihat *framing* berguna untuk membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.

Framing melalui kedua konsep tersebut dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode serta menafsirkan dan menyimpangnya untuk dikomunikasikan dengan khalayak pembaca. Dimana semuanya dihubungkan dengan konvensi, kontinuitas, dan praktik kerja wartawan (Eriyanto, 2002. h. 253).

Melalui gabungan kedua konsep tersebut analisis *framing* model Pan Kosicki melihat bagaimana suatu peristiwa dikonstruksi oleh wartawan sehingga menghasilkan sebuah berita. Menurut Eriyanto (2002, h. 254) dalam mengkonstruksi realitas, wartawan terlibat dalam proses tertentu antara lain :

- 1) Nilai sosial yang ada pada diri wartawan mempengaruhi proses konstruksi. Wartawan merupakan bagian dari lingkungan sosial sehingga wartawan akan menerima nilai – nilai dan kepercayaan yang ada pada masyarakat.
- 2) Saat berita diproduksi, ditulis, dan dikonstruksi, wartawan berhadapan dengan pembaca. Pembaca merupakan bagian dari masyarakat yang memiliki nilai – nilai sosial didalamnya yang berpengaruh terhadap

pemaknaan akan suatu berita yang disajikan.

- 3) Proses konstruksi melibatkan proses produksi yang meliputi standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan.

Analisis *framing* model Pan Kosicki berasumsi bahwa berita memiliki bingkai yang merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita, seperti, kutipan sumber, latar informasi, penggunaan kata dan kalimat tertentu. Menurut Eriyanto (2002, h.254-h.256) analisis *framing* model Pan Kosicki memiliki perangkat *framing* yang terdiri dari empat struktur besar yaitu :

- 1) Struktur sintaksis melihat cara wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita.
- 2) Struktur skrip, berkaitan dengan wartawan mengisahkan peristiwa menjadi berita.
- 3) Struktur tematik, berkaitan dengan cara wartawan menuangkan pandangan tentang peristiwa ke dalam kalimat atau hubungan antarkalimat sehingga membentuk teks berita secara keseluruhan.
- 4) Struktur retoris, berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti dan aspek tertentu ke dalam berita.

2.4.3 Aspek *Framing*

Menurut Eriyanto (2002, h. 69) dalam *framing* memiliki dua aspek. Aspek pertama ialah memilih fakta atau realitas dan aspek kedua ialah menuliskan fakta.

Aspek pertama berasumsi bahwa seorang wartawan menggunakan perspektifnya saat melihat suatu peristiwa. Dalam prosesnya, dua hal yang terkandung dalam pemilihan fakta atau peristiwa yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*), sehingga pemahaman dan konstruksi media atas suatu peristiwa akan berbeda dengan media lain, karena peristiwa hanya dilihat dari sisi tertentu (Eriyanto, 2002, h. 69 – h. 70).

Aspek kedua yaitu menuliskan fakta. Pada aspek ini berkaitan dengan cara bagaimana suatu peristiwa yang dipilih, dikemas dan disajikan kepada masyarakat. Aspek ini berhubungan dengan penonjolan suatu peristiwa yang disajikan melalui beberapa perangkat tertentu seperti penggunaan kata, kalimat, foto, grafik, dan menempatkan suatu peristiwa di bagian depan (*headline*). Realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih diingat dan diperhatikan oleh masyarakat sehingga dapat mempengaruhi masyarakat dalam memahami realitas (Eriyanto, 2002, h. 70).

2.4.4 Proses *Framing*

Menurut Eriyanto (2002, h.102) proses *framing* meliputi bagaimana suatu berita diproduksi dan diproses. Berikut ini adalah proses berita diproduksi :

1) Rutinitas organisasi

Rutinitas organisasi dalam institusi media memiliki ritme kerja yang berlangsung setiap hari. Proses seleksi peristiwa merupakan salah satu bentuk dari ritme kerja tersebut. Dalam institusi media wartawan dibagi ke dalam beberapa departemen (seperti departemen olah raga hingga politik), sehingga wartawan menghasilkan berita yang sesuai dengan bidang tersebut. Praktik semacam ini tidak hanya sebagai pembagian kerja melainkan juga sebagai bentuk seleksi suatu peristiwa untuk dijadikan berita (Eriyanto, 2002, h. 103).

2) Nilai berita

Institusi media tidak hanya memiliki pola dan struktur kerja melainkan juga terdapat ideologi profesional yang dimiliki oleh tiap pekerja media seperti wartawan. Melalui ideologi professional, wartawan yang bersandar pada kriteria nilai berita, dan wartawan menghasilkan sebuah berita yang layak untuk diberikan ke masyarakat. Adanya nilai berita tidak hanya sebagai penentu apakah suatu peristiwa layak

untuk diberitakan atau tidak melainkan juga sebagai proses suatu peristiwa dikemas dan didefinisikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai berita merupakan produk dari konstruksi wartawan (Eriyanto, 2002, h. 103 – h.104).

3) Kategori berita

Kategori berita tidak hanya menentukan bagaimana peristiwa diklasifikasikan, melainkan juga bagaimana peristiwa didefinisikan dan dikonstruksi. Kategori berita menentukan kontrol kerja yang meliputi apa yang harus dilakukan wartawan dan bagaimana peristiwa ditulis (Eriyanto, 2002, h. 111).

4) Ideologi profesional atau objektivitas

Menurut Shoemaker dan Reese (dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 112) menjelaskan objektivitas cenderung sebagai ideologi yang dimiliki jurnalis dibandingkan sebagai seperangkat aturan yang disediakan oleh jurnalis.

2.4.5 Efek *Framing*

Menurut Eriyanto (2002, h. 140) efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks dan tidak beraturan disajikan sebagai berita yang sederhana dan beraturan. Lebih lanjut, Eriyanto (2002, h. 142 – h. 154) memaparkan dua efek *framing*, yaitu :

1. Mobilisasi massa

Pada efek ini *framing* berkaitan dengan opini publik, karena melalui *framing* isu tertentu dikemas dan dibingkai yang memungkinkan masyarakat memiliki pemahaman yang berbeda atas isu tersebut. Berdasarkan hal tersebut *framing* memiliki peran untuk menentukan bagaimana peristiwa didefinisikan dan apakah peristiwa tersebut termasuk dalam masalah sosial atau tidak.

Dalam proses pendefinisian masalah sosial, *framing* memainkan peranan penting. *Framing* adalah mekanisme yang digunakan untuk mengarahkan perhatian khalayak bagaimana peristiwa seharusnya dilihat. Selain itu *framing* juga dapat digunakan untuk meyakinkan masyarakat bahwa peristiwa tersebut adalah peristiwa besar yang harus mendapatkan perhatian seksama dari masyarakat (Eriyanto, 202, h. 146).

2. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu.

Cara individu untuk mengetahui suatu peristiwa yaitu melalui pemberitaan media. Media merupakan wadah dimana masyarakat dapat memperoleh segala informasi tentang realitas politik dan peristiwa sosial yang terjadi di sekitar masyarakat (Eriyanto, 2002, h. 149), sehingga bagaimana media membingkai suatu realitas akan berpengaruh pada pemahaman individu akan realitas tersebut. Berdasarkan hal tersebut, individu memiliki sifat yang aktif untuk menafsirkan realitas yang disajikan oleh media. Pemahaman individu

tersebut terbentuk dari apa yang telah diberitakan oleh media dengan pemahaman individu atas suatu realitas (Eriyanto, 2002, h. 150). Suatu berita mudah diingat apabila terdapat peristiwa – peristiwa tertentu yang dramatis dan diabadikan yang kemudian juga berpengaruh pada bagaimana individu melihat peristiwa tersebut. Hal tersebut menurut W. Lance Bennet dan Regina G. Lawrence (1995, dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 150) adalah ikon berita (*news icon*). Ikon dapat diartikan sebagai :

“Ikon merupakan sebuah simbol dan citra yang timbul dari peristiwa yang diberitakan oleh media dan tertanam kuat dalam benak publik. Ikon membantu khalayak mengingat kejadian yang sudah lalu dan kemudian dikontekstualisasikan kembali dalam kehidupan sekarang” (Eriyanto, 2002, h. 151).

2.5 Konsep Majalah

Menurut Adrianto, Komala, dan Karlinah (2009, h. 121 – h. 122) majalah merupakan salah satu bentuk dari media massa cetak yang memiliki beberapa karakteristik, antara lain :

1. Penyajian lebih dalam.

Salah satu alasan penyajian konten berita pada majalah lebih mendalam karena majalah umumnya terbit mingguan, dwi mingguan, atau bulanan. Majalah – majalah umumnya terbit mingguan atau bulanan memberikan waktu yang cukup lama kepada reporter untuk melakukan analisis mendalam terhadap

peristiwa yang hendak diberitakan sehingga berita tersebut lebih mendalam, karena disertai dengan latar belakang peristiwa serta menjelaskan secara detil unsur *how* dan *why*.

2. Nilai aktualitas lebih lama.

Nilai aktualitas pada majalah bisa mencapai satu minggu lamanya. Hal ini dikarenakan saat membaca majalah tidak pernah selesai sekaligus. Majalah menyajikan topik – topik yang beragam sehingga untuk menuntaskan membaca majalah tersebut membutuhkan waktu sekitar tiga atau empat hari.

3. Gambar atau foto lebih banyak.

Majalah memiliki halaman yang lebih banyak dari surat kabar. Dengan jumlah halaman yang lebih banyak, majalah dapat menampilkan gambar atau foto yang lebih banyak. Terlebih lagi, majalah pada umumnya juga dicetak berwarna sehingga konten berita, foto dan grafis dapat menarik perhatian khalayak pembaca.

4. Kover sebagai daya tarik.

Selain satu daya pikat sebuah majalah adalah kover atau sampul majalah. Penilaian kover suatu majalah tergantung pada tipe majalah.

Majalah memiliki fungsi yang berbeda – beda tergantung jenis dan sasaran khalayak dari majalah tersebut, namun majalah memiliki fungsi yang umumnya sebagai media informasi dan hiburan (Adrianto, Komala,

dan Karlinah, 2009, h. 120). Terkait dengan penelitian ini majalah Detik, Gatra, dan Tempo merupakan majalah berita yang berfungsi memberikan informasi mengenai berita- berita dalam dan luar negeri (Adrianto, Komala, dan Karlinah, 2009, h. 120).

2.6 Konsep Berita

Pengertian berita menurut Sumadiria (2014, h. 65) adalah laporan tercepat yang berisi tentang informasi terkini, baik berdasarkan fakta atau ide, dimana laporan tersebut benar, menarik, dan penting untuk diberitakan kepada masyarakat melalui media massa, seperti surat kabar, televisi, radio, atau melalui media on line seperti internet. Selain itu, berita juga diartikan sebagai :

Laporan tentang fakta atau ide terbaru yang dipilih oleh staf redaksi dari suatu media untuk dipublikasikan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa, penting untuk diberitakan, mengandung humor, emosi, dan ketegangan (Assegaff, 1984, h.54 dikutip dalam Sumadiria 2014, h. 65).

Berdasarkan definisi tersebut, berita dihasilkan melalui proses pemilihan fakta yang dilakukan oleh pihak redaksi seperti media dan wartawan. Pemilihan fakta hingga dibentuk menjadi berita, menunjukkan dalam paradigma konstruktivis, berita dihasilkan melalui proses konstruksi (seperti penggunaan kata, gambar, pemilihan fakta dan sumber). Berita merupakan hasil konstruksi sosial yang didalamnya terdapat pandangan, ideologi, serta nilai – nilai dari wartawan atau media, sehingga berita yang

dihadirkan merupakan hasil konstruksi dari kerja jurnalistik (Eriyanto, 2002, h.25 – h.26).

Paradigma konstruktivis memiliki pandangan tersendiri mengenai bagaimana suatu berita diproduksi. Menurut Eriyanto (2002, h.19 – h.36), pandangan tersebut antara lain :

- 1) Fakta dan peristiwa adalah hasil konstruksi.

Suatu fakta yang disajikan dalam berita terbentuk melalui konstruksi dan sudut pandang tertentu dari wartawan sehingga suatu fakta bersifat relatif dan berlaku sesuai dengan konteks tertentu.

- 2) Media dan wartawan adalah agen konstruksi realitas

Peran media sebagai agen konstruksi dilihat melalui pemilihan realitas yang akan ditampilkan menjadi berita, pemilihan narasumber serta pendefinisian aktor dan peristiwa melalui kata-kata yang digunakan (Eriyanto, 2002, h. 23 - h. 24). Selain media, wartawan juga berperan sebagai agen konstruksi realitas.

Wartawan tidak hanya melaporkan suatu peristiwa melainkan wartawan turut mendefinisikan peristiwa yang sedang diliput sehingga peristiwa yang dibentuk menjadi berita merupakan hasil hubungan antara wartawan dengan sumber serta lingkungan sosial yang membentuknya (Eriyanto, 2002, h. 29 - h. 31).

- 3) Berita bersifat subjektif

Berita merupakan produk dari proses konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Opini tak dapat dihilangkan karena saat proses peliputan wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif (Eriyanto, 2002, h. 27).

- 4) Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita.

Nilai, etika, dan keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan karena wartawan berperan sebagai partisipan dari keragaman pemahaman dan subjektivitas yang ada dalam publik, Sehingga berita yang ditulis bukan sebagai penjelasan melainkan konstruksi peristiwa dari diri wartawan dengan realitas yang diamati (Eriyanto, 2002, h. 34).

- 5) Khalayak memiliki penafsiran tersendiri atas berita.

Khalayak dipandang sebagai subjek yang aktif dalam memahami berita yang telah dibaca. Hal ini menurut Stuart Hall (1987, dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 36) disebabkan karena makna memiliki kemungkinan mengandung banyak arti dan makna dalam teks berita tidak hanya dipahami sebagai suatu penyebarluasan pesan dari pembuat berita ke khalayak.

Sebuah berita mengacu pada nilai berita (*news value*) yang menjadi patokan jurnalis untuk menentukan apakah sebuah berita layak untuk dipublikasikan atau tidak. Ishwara (2011, h.76 – h. 81) menyebutkan terdapat sembilan nilai berita, antara lain :

1. Konflik

Suatu peristiwa yang mengandung konflik merupakan layak berita, karena dalam konflik yang bersifat fisik maupun non-fisik dapat menimbulkan kerugian dan korban.

2. Kemajuan dan Bencana

Kemajuan dalam berita dilihat dari suatu peristiwa yang diberitakan secara terus menerus untuk melaporkan perkembangan terbaru dari peristiwa tersebut (Djuraid, 2009, h.16). Berita yang melaporkan tentang bencana, seperti gunung meletus, banjir, dan kecelakaan pesawat memiliki nilai berita yang tinggi sehingga pemberitaannya tidak hanya diberitakan sekali, melainkan secara terus menerus.

3. Konsekuensi

Peristiwa yang dapat menimbulkan rangkaian peristiwa yang dapat mempengaruhi banyak individu merupakan layak berita. Nilai berita konsekuensi dapat menjadi ukuran konflik, bencana, dan kemajuan, maksudnya seberapa besar suatu bencana, kemajuan, dan konflik terjadi dilihat dari dampak yang ditimbulkan bagi masyarakat.

4. Kemasyhuran dan terkemuka

Berita yang mengandung nama – nama orang terkenal, seperti pejabat, politikus, musisi, dan selebriti memiliki nilai berita yang tinggi, karena “nama besar membuat berita lebih besar” (Ishwara, 2011, h. 78). Sehingga masyarakat tertarik untuk menyimak berita yang terdapat orang – orang terkenal.

5. Saat yang tepat dan kedekatan

Nilai berita ketepatan (*timeliness*) dan kedekatan (*proximity*) menjadi ukuran apakah sebuah peristiwa layak untuk diberitakan atau tidak. Berita yang melaporkan suatu peristiwa yang sedang terjadi atau baru akan terjadi, disitulah nilai berita ketepatan (*timeliness*). Sumadiria (2014, h. 82) menyebutkan bahwa media massa harus memuat berita – berita yang aktual untuk diberitakan kepada masyarakat. Kedekatan (*proximity*) dalam berita dilihat berdasarkan kedekatan geografis dan kedekatan psikologis (Djuraid, 2009, h.16). Berita yang melaporkan suatu peristiwa yang jaraknya dekat dengan tempat tinggal masyarakat memiliki nilai berita yang tinggi, karena ada kedekatan geografis atau jarak antara masyarakat tersebut dengan peristiwa yang terjadi. Kedekatan psikologis ditentukan melalui perasaan dan pikiran antara seseorang dengan peristiwa yang terjadi (Sumadiria, 2014, h. 85).

6. Keganjilan

Sesuatu yang ganjil atau tidak biasa akan lebih menarik perhatian banyak orang. Begitu juga dengan berita yang melaporkan suatu peristiwa yang tidak biasa akan menarik perhatian masyarakat. Takhayul, mitos, orang yang memiliki hobi tidak umum, dan cara hidup seseorang yang ganjil merupakan suatu kejadian yang tidak biasa.

7. *Human Interest*

Nilai berita *human interest* mengandung unsur – unsur kemanusiaan. Pada *human interest*, wartawan tidak hanya sekedar mengumpulkan fakta, namun wartawan juga mengumpulkan bahan – bahan tambahan yang merupakan latar belakang dari peristiwa, seperti, fakta biografis, kejadian dramatis, motivasi, ambisi, dan deskripsi. Sehingga berita *human interest* dapat menginspirasi serta mengugah emosi pembaca.

8. Seks

Berita yang mengandung nilai berita seks umumnya terkait dengan permasalahan seks, seperti pemerkosaan dan perilaku seks yang menyimpang (Djuraid, 2009, h. 43). Seks memiliki nilai berita yang tinggi, terlebih melibatkan orang - orang terkenal, seperti orang penting, pejabat, dan selebriti. Berita

tentang kawin - cerai selebriti akan menarik perhatian masyarakat untuk mengetahui berita tersebut.

9. Aneka Nilai

Nilai berita aneka nilai sering berkaitan dengan nilai berita keganjian atau keanehan. Suatu peristiwa yang memiliki nilai berita ini kerap melaporkan tentang kejadian yang berhubungan dengan hal yang tidak biasa dilakukan oleh binatang, seperti seekor anjing yang menyelamatkan nyawa seseorang dijalan.

Selain mengandung nilai – nilai berita sebuah berita juga memiliki unsur berita, yaitu 5W + 1H. Menurut Djuraid (2009, h. 73), unsur – unsur berita 5W + 1H meliputi :

1. *What* (apa) merupakan unsur berita yang mengacu peristiwa apa yang terjadi dalam sebuah berita. Selain mengacu pada peristiwa atau keadaan yang sedang terjadi, unsur *what* juga dapat mengandung tentang keadaan seseorang yang menjadi objek utama dalam berita tersebut.
2. *Where* (dimana) merupakan unsur berita yang menentukan tempat suatu peristiwa terjadi.
3. *When* (kapan) merupakan unsur berita yang mengacu pada waktu terjadinya suatu peristiwa.
4. *Who* (siapa) merupakan unsur berita yang menentukan tokoh – tokoh siapa saja yang berperan penting dalam suatu berita.

5. *Why* (kenapa) merupakan unsur berita yang menjawab pertanyaan mengenai alasan peristiwa tersebut terjadi.
6. *How* (bagaimana) merupakan unsur berita yang menunjukkan bagaimana keadaan dalam suatu peristiwa terjadi.

2.7 Good Coorporate Governance (GCG)

Good Coorporate Governance (GCG) ialah sistem yang mengatur berbagai pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) agar terwujudnya tujuan dari suatu perusahaan (Zarkasyi, 2008, dikutip dalam Yudokusumo, 2014, h.2). Lebih lanjut Yudokusumo (2014, h.5) menjelaskan bahwa GCG merupakan mekanisme untuk mengatur keperluan dan hubungan pemangku kepentingan (*stakeholders*) agar tidak terdapat campur tangan yang berasal dari kepentingan pribadi dalam perusahaan. Terdapat tiga pilar yang saling berhubungan dalam penerapan GCG, diantaranya (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006, h.1) :

1. Negara sebagai pihak yang merumuskan peraturan perundangan – undangan dan menegakkan hukum secara konsisten (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006, h.1).
2. Dunia usaha sebagai pelaku pasar dan menerapkan GCG sebagai panduan dalam melaksanakan usaha (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006, h.1).
3. Masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha (Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006, h.1).

Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2006, h. 5) menjelaskan *Good Coorporate Governance* (GCG) memiliki beberapa prinsip, antara lain :

1. Transparasi (*Transparency*)

Transparasi yaitu keterbukaan dalam menyediakan informasi yang objektif, jelas, dan akurat dengan cara mudah diakses oleh individu yang terlibat langsung atau tidak langsung dengan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, h.5).

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Akuntabilitas yaitu kejelasan perusahaan terhadap tiap kinerja perusahaan sehingga tata kelola perusahaan dilakukan secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, h.5).

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Responsibilitas yaitu tata kelola perusahaan yang harus sesuai dan mematuhi ketentuan peraturan perundang – undangan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, h.5).

4. Independensi (*Independency*)

Independensi dimaksudkan agar perusahaan tidak saling terikat dengan kepentingan dari pihak lain sehingga perusahaan dapat dikelola secara profesional (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, h.6).

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Fairness dilakukan dengan memperhatikan dan memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, h.7).

Terkait dengan tema penelitian yaitu permasalahan tata kelola penerbangan pasca kecelakaan Air Asia QZ 9501. Angkasa Pura II sebagai salah satu pengelola penerbangan menerapkan konsep *Good Corporate Governance* (GCG) dalam mengelola industri penerbangan di Indonesia. “Komitmen menerapkan GCG merupakan hal yang mutlak bagi Angkasa Pura II” (Angkasa Pura II, para. 1).

Lebih lanjut, Yudokusumo (2014, h.3) memaparkan bahwa Angkasa Pura I juga menerapkan GCG dalam budaya kerja dan transparan dalam menghasilkan informasi yang akurat. Angkasa Pura II (2015) memaparkan beberapa tujuan menerapkan GCG, antara lain :

1. Mengendalikan dan mengarahkan hubungan Organ Perseroan (Pemegang Saham, Dewan Komisaris, Direksi), karyawan, pelanggan, mitra kerja, serta masyarakat dan lingkungan berjalan secara baik dan kepentingan semua pihak terpenuhi (Angkasa Pura II, 2015).
2. Mendorong dan mendukung pengembangan Angkasa Pura
3. Mengelola risiko lebih baik
4. Meningkatkan pertanggungjawabkan kepada *stakeholders* (pemangku kepentingan).
5. Mencegah terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan Angkasa Pura.

6. Memperbaiki budaya kerja Angkasa Pura II
7. Meningkatkan citra Angkasa Pura menjadi lebih baik.

2.8 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran**

