

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam menyusun penelitian ini, dibutuhkan penelitian terdahulu yang berfungsi untuk memberikan referensi dalam menyusun penelitian. Penelitian terdahulu yang telah dipilih nantinya akan dilihat bagaimana penggunaan teori dan konsep dalam penelitian hingga dapat melihat temuan dari fenomena yang terjadi dalam objek penelitian. Hal ini dilakukan agar dapat membandingkan bagaimana hubungan antara konsep dan teori dalam menjelaskan sebuah fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih 2 penelitian terdahulu sebagai bahan referensi.

Penelitian terdahulu pertama adalah, *“Science, Journalism, and the Construction of News: How Print Media Framed the 1918 Influenza Pandemic”* karya dari Meg Spratt. Penelitian ini membahas tentang bagaimana framing pemberitaan dari wabah influenza oleh media masa di tahun 1918. Profesi Amerika yang saat itu relatif muda, sains medis dan jurnalisme modern dihadapkan pada tantangan untuk menyampaikan informasi kesehatan yang penting dengan cara yang dapat dipahami oleh masyarakat umum (Spratt, M. 2001, p. 61-62).

Penelitian ini menganalisis pemberitaan mengenai influenza di tahun 1918. Media publikasi yang dipilih adalah 2 media masa dan 2 penerbit karya ilmiah yang saat itu dianggap memiliki audiens yang paling banyak. Kemudian mempertimbangkan

bagaimana ketergantungan ilmiah dan jurnalistik pada objektivitas, faktisitas, empiris observasi, dan sumber-sumber ahli membentuk kisah influenza diceritakan selama puncak epidemi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pembertiaan dari media masa dan penerbit karya ilmiah yang didasari dengan bukti empiris dan penjelasan ilmiah mendominasi bagaimana pembingkaiian pemberitaan epidemic influenza di tahun 1918. Kemudian *The New York Times*, *Survey*, dan *Science* juga menggunakan sumber-sumber ahli dan data empiris tetapi membangun cerita tentang konflik dan intervensi pemerintah.

Untuk penelitian terdahulu kedua, peneliti meninjau dari penelitian karya wahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yaitu Harmanto (2019), yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Remaja terhadap Pemberitaan Bunuh Diri di Tribunnews.com”. Penelitian Harmanto ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan menggunakan metode analisis resepsi milik Stuart Hall.

Hasil penelitian Harmanto menemukan bahwa usia, jenis kelamin, dan latar belakang tidak mempengaruhi pemaknaan terhadap pemberitaan, tetapi norma dan nilai yang dipercayai oleh subjek penelitian akan mempengaruhi pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Konsep dan Karakteristik berita**

Menurut Asegaf (dalam Sumardiria, 2005, p. 64-65), berita merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termasa. Fakta ataupun ide yang menarik perhatian pembaca karena fakta tersebut dianggap luar biasa, penting, dan mencakup isi ketertarikan manusia. Pemberitaan PSBB merupakan salah satu topik dari pemberitaan yang bernuansa kesehatan dan politik.

Karakteristik sebuah berita dibagi menjadi 4 (Kusumaningrat, 2005, p. 47), yaitu:

- 1) Cepat, yang juga dapat diartikan aktual atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna bahwa berita (*news*) adalah sesuatu hal yang baru.
- 2) Nyata (faktual). Yang dimaksudkan faktual adalah informasi tentang sesuatu yang kejadian nyata, bukan fiksi atau kejadian bohong. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pengertian bahwa sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- 3) Penting atau menyangkut kepentingan orang banyak. Contohnya adalah peristiwa berpengaruh pada hidup masyarakat luas. Seperti kebijakan pemerintah, kenaikan harga dan sebagainya, dan terakhir

4) Menarik atau mengundang orang untuk membaca berita yang telah ditulis. Berita yang menarik perhatian, selain aktual dan faktual juga menyangkut kepentingan banyak orang, berita yang menarik bersifat menghibur, mengandung keganjilan, atau berita dengan nilai *human interest*.

### **2.2.2 Khalayak**

Khalayak adalah istilah yang lazim diartikan sebagai sekumpulan komunikan dalam proses rangkaian komunikasi massa (McQuail, 2010, p. 389). Awalnya khalayak dianggap sebagai pihak pasif yang begitu saja menerima informasi. Namun seiring berkembangnya teori dan teknologi komunikasi, khalayak sekarang dianggap sebagai pihak yang bisa berinteraksi dengan medianya.

Menurut McQuail (2010, p. 390), khalayak sebagai individu dapat didefinisikan melalui berbagai kategori yang saling bertumpukan, yaitu:

1. *By Place*, khayalak yang dikategorikan berdasarkan kesamaan lokasi mereka, tempat tinggal, atau asal yang sama.
2. *By People*, khalayak yang dikategorikan berdasarkan kelompok usia (remaja, anak-anak, orang dewasa, lansia), gender, pilihan politik, atau kelompok pendapatan.
3. *By Medium*, khalayak yang dibagi berdasarkan mengkonsumsi produk media melalui medium tertentu.

4. *By Content*, khalayak yang mengkonsumsi suatu konten tertentu dengan genere, gaya, dan subjek yang sama walaupun dari medium yang berbeda.
5. *By Time*, adalah khalayak yang dibagi dari keterkaitan waktu pada pola konsumsi produk media, seperti khalayak yang menonton di waktu *primetime*, atau bahkan dari durasi mereka mengkonsumsi konten media.

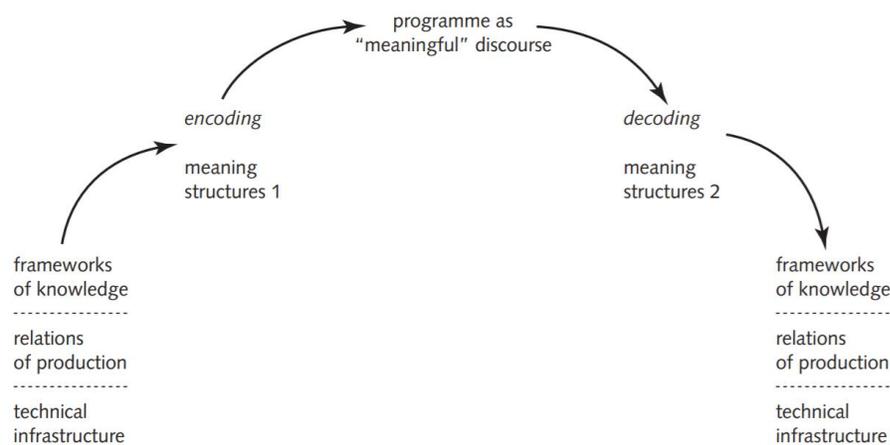
### **2.2.3 Teori Encoding/Decoding (Stuart Hall)**

Secara tradisional penelitian komunikasi massa mengkonseptualisasi proses komunikasi dalam bentuk sirkulasi yang berkelanjutan (Kellner & Durham, 2008, p. 163). Model ini selalu dikritik karena penjelasannya yang terlalu sederhana karena terlalu *linear* antara pengirim pesan, isi pesan, dan penerima pesan, sehingga tidak dapat menjelaskan porses komunikasi yang kompleks. Namun dengan mengadopsi teori analisis resepsi *Encoding/Decoding* milik Stuart Hall, proses komunikasi yang lebih kompleks dapat dipetakan dengan jelas. Bagaiman sebuah proses komunikasi yang kompleks dimana pesan dapat berubah dalam pemaknaan khalayak, dapat dijelaskan melalui analisis resepsi *Encoding/Decoding* milik Stuart Hall.

Mengutip Stuart Hall (dalam Martin, 2007, p.1), model komunikasi "Encoding-Decoding" Stuart Hall pada dasarnya menyatakan makna itu dikodekan oleh pengirim dan diterjemahkan oleh penerima dan bahwa makna yang dikodekan ini dapat diterjemahkan menjadi sesuatu yang lain. Artinya, pengirim menyandikan makna dalam pesan mereka sesuai dengan pandangan dan bingkai mereka, kemudian pesan itu diterjemahkan oleh penerima sesuai dengan pengalaman dan pandangan mereka

sendiri. Hal tersebut dapat menyebabkan miskomunikasi atau untuk penerima memahami sesuatu yang sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan pengirim.

*Gambar 2.1 Teori Encoding/Decoding Stuart Hall*



Sumber : Kellner & Durham, 2008, p. 165

Jika dilihat dari gambar 2.1, Stuart Hall menggambarkan bahwa komunikator memiliki kerangka pengetahuan dan latar belakang dalam membentuk pesan. Begitu pula dengan komunikan yang memiliki kerangka pengetahuan dan latar belakang yang mempengaruhi proses pemaknaan pesan. Hal ini menjelaskan bahwa bagaimana latar belakang dan pengetahuan mempengaruhi pemaknaan terhadap pesan yang dibentuk ataupun yang diterima (Kellner & Durham, 2008, p. 166).

Pada akhir studi analisis resepsi khalayak, Stuart Hall dapat membagi posisi khalayak dapat dibagi menjadi tiga posisi dalam penerimaan pesan, yaitu:

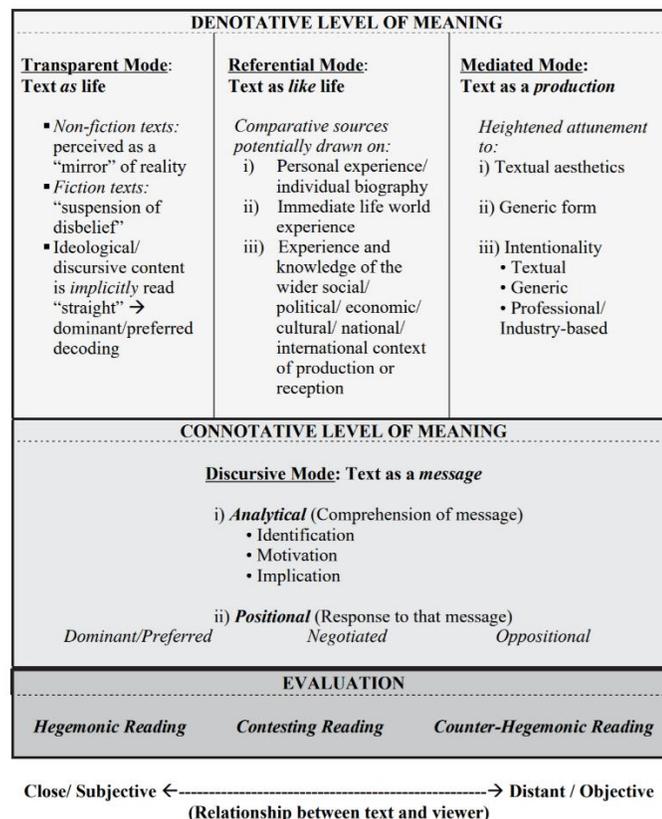
1. *Dominant-Hegemonic Position*: Khalayak diposisi ini adalah mereka yang menerima secara penuh dan sejalan dengan pesan-pesan dan kode yang dibentuk oleh komunikator.
2. *Negotiated Position*: mereka adalah khalayak yang tidak sepenuhnya dan sejalan dengan pembuat pesan. Mereka memiliki pemaknaan yang berbeda dengan komunikator. Namun mereka juga memiliki beberapa poin yang dianggap sejalan dengan nilai dan norma yang dapat mereka terima. Dapat juga dikatakan mereka menerima makna makna dari pesan yang ditulis oleh komunikator namun hanya pada batasan tertentu, mereka memodifikasi memaknai sesuai dengan kepentingan dan minat pribadi mereka.
3. *Oportional Position*: Khalayak yang menolak pemaknaan pesan dari komunikator. Mereka menginterpretasikan pesan sberdasarkan pemaknaan mereka sendiri dan tidak mengikuti pemakanaan oleh pembuat pesan

Namun dalam dalam penelitian analisis resepsi, menentukan awalan dan akhir teks dibatasi, serta bagaimana pesan dimaknai tampaknya semakin sulit untuk dipastikan (Creeber, 2006, p. 82-83). Di era multimedia, prduk produk di luar teks membuat peneliti sulit menentukannya. Creeber (2006, p. 84) juga mengatakan bahwa analisis tektual yang melihat faktor tekstual dan ekstratekstual dapat memberikan sudut pandang yang lebih dalam melihat resepsi audiens.

## 2.2.4 Konsep Analisis Resepsi Multidimensi

Dari berkembangnya teori encoding/decoding milik Stuart Hall, memunculkan model lain dari proses komunikasi masa. Dengan memahami bahwa khalayak adalah instrument yang bebas dan aktif, Michelle mengembangkan model resepsi multidimensi. Model ini menjelaskan hubungan antara khalayak dan media, kemudian mengklasifikasikan bentuk penerimaan khalayak terhadap konten media (Michelle, 2007, p. 194).

Gambar 2.2 Konsep Analisis Resepsi Multidimensi Carolyn Michelle



Sumber: Michelle, 2007, P. 194

Seperti pada tabel di atas Michelle melihat bahwa konsep analisis resepsi miliknya menjadi dua tingkatan. Pada teori analisis resepsi multidimensi penerimaan makna terbagi berdasarkan penerimaan makna oleh khalayak, yaitu pada tingkat denotatif dan pada tingkat konotatif. Peneliti menggunakan model ini dengan menganalisa bagaimana respon khalayak terhadap isu yang disampaikan oleh media, kemudian dapat memposisikan pada tingkatan yang mana khalayak menerima pesan dari media. Jika dilihat dari tabel di atas, semakin kiri posisi khalayak maka akan semakin utuh dan dekat pesan yang diterima oleh khalayak. Sedangkan semakin kanan posisi khalayak pada tabel, akan semakin jauh dan adanya difraksi pesan yang dapat diterima oleh khalayak. Pada tingkatan denotatif khalayak melihat teks sebagai satu bentuk yang diyakini oleh dirinya sendiri. Berbeda pada tingkatan konotatif dimana khalayak dapat melihat teks sebagai pesan dan telah memahami secara komperhensif ,sehingga terlihat bahwa khalayak dapat menjelaskan alasan, dan mengidentifikasi pesan hingga memposisikan dirinya terhadap isu yang disampaikan oleh media. Berdasarkan hal tersebut Michelle, ia membagi model analisis resepsi menjadi 4 bentuk, yaitu:

#### 2.2.4.1 *Transparant Mode – Text as life*

Pada model ini, teks atau pesan memposisikan khalayak seolah-olah berada di dalam realitas tersebut. khalayak dibuat melihat bahwa teks merupakan konstruksi nyata dari sebuah realitas tanpa penyuntingan sehingga mereka merasa menemui situasi tersebut secara langsung. Pemirsa menilai dan

mengomentari orang dan peristiwa yang digambarkan dalam teks media seolah-olah menemui mereka secara langsung, bukan melalui mediasi konstruksi naratif, penulisan dan penyuntingan, dan bentuk teks generik (Michelle, 2007, p. 196).

Teks ini memiliki kriteria, yaitu :

- a. Teks berupa non-fiksi
- b. Konsep ideologis atau penelitian yang bersifat pasti dan memiliki kedekatan emosional dengan khalayak.

#### *2.2.4.2 Referential Mode – Text as like life*

Model ini adalah satu langkah dihapus dari Model Transparan, dengan dimaksudkan bahwa khalayak melihat teks memiliki posisi berdampingan dengan kenyataan. Kemudian mereka membuat perbandingan dan analogi antara realitas yang dideskripsikan oleh teks dengan pengetahuan dan pengalaman mereka dari faktor ekstratekstual (Michelle, 2007, p. 199).

Pemirsa dapat memanfaatkan berbagai sumber informasi referensial, termasuk pengalaman pribadi atau individu mereka sendiri biografi, pengalaman dunia kehidupan langsung mereka, dan / atau pengetahuan mereka konteks sosial makro, politik, ekonomi, budaya, nasional dan internasional di mana mereka tinggal atau di mana teks itu diproduksi. Namun perlu dicatat bahwa dalam membuat bacaan referensial, peserta harus terlebih dahulu

menganggap teks sebagai kehidupan untuk mengevaluasi kesamaannya. Untuk hidup seperti yang mereka pahami. Namun, fakta bahwa pengetahuan referensial ini dapat digunakan untuk menegaskan, mempertanyakan, atau menolak realisme tekstual, posisi pemirsa dalam kaitannya dengan makna ideologis teks yang lebih disukai tidak dapat diprediksi berdasarkan pada adopsi mereka atas pengamatan mode ini (Michelle, 2007, p. 202-203).

Sumber-sumber yang dapat dijadikan referensi oleh khalayak adalah:

- a. Pengalaman individu
- b. Pengalaman hidup di dunia secara langsung
- c. Pengalaman dan pengetahuan kolektif dari khalayak luas

Penelitian ini akan menggunakan pemahaman pemberitaan kebijakan PSBB sebagai kategori pesan denotatif *text as like life – Referential Mode*. Hal ini dikarenakan pemberitaan PSBB telah dirasakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebagian besar konten pemberitaan di media massa juga membahas mengenai kebijakan tersebut. Bagaimana masyarakat membandingkan isi teks pemberitaan dengan kenyataan yang mereka alami akan lebih cocok dalam penelitian ini. Kemudian dalam penerimaan konotatif, khalayak akan diposisikan dalam pengertian bahwa pemberitaan PSBB adalah referensi realitas dari yang mereka rasakan.

#### 2.2.4.3 *Mediated Mode – Text as a production*

Khalayak melihat teks adalah sesuatu yang diciptakan untuk kepentingan institusi, atau dibentuk oleh media masa dengan tujuan komersil sebuah industri. Pemirsa dalam mode ini memanfaatkan pengetahuan dan wawasan ke dalam aspek produksi media, konvensi generik, dan fungsi dan motivasi industri film dan televisi. Dengan demikian resepsi membutuhkan pengetahuan khusus dan kompetensi diskursif, dan jelas bahwa beberapa pemirsa memiliki akses dan kesetiaan yang lebih besar dari yang lain (Michelle, 2007, p. 206).

Model ini memiliki ciri dimana khalayak menekankan atau membiasakan kepada:

- a. Aspek estetika
- b. Bentuk umum
- c. *Industry Based*

#### 2.2.4.4 *Discursive Mode – Text as a Message*

Model ini adalah adaptasi dari encoding/decoding milik Stuart Hall yang ditambahkan ke dalam pemaknaan konotatif dari teks oleh khalayak. Melalui model ini memungkinkan memahami dengan lebih jelas faktor-faktor yang mempengaruhi pemosisian penerimaan mereka terhadap teks (Michelle, 2007, p. 210).

Mengadopsi pemosisian khalayak milik Hall, Michelle menempatkan khalayak kedalam 3 posisi:

- a. Dominan
- b. Negosiasi
- c. Oposisi

Setelah melihat tingkatan pemaknaan khalayak, akan ada proses evaluasi dimanakah posisi khalayak terhadap pesan. Posisi khalayak yang diusung oleh Michelle berbanding lurus dengan yang dicetuskan oleh Hall. Yaitu posisi *Hegemonic Reading*, *Contesting Reading*, dan *Counter-Hegemonic Reading*. Namun evaluasi tersebut tidak dapat dikatakan sama dengan pernyataan khalayak seperti yang dikatakan Hall (Michelle, 2007, p. 213). Perlu adanya evaluasi untuk melihat posisi khalayak terhadap teks melalui konteks yang dibicarakan oleh khalayak

**2.3 Alur Penelitian**

