



### **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 TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai sumber referensi.

- a) Penelitian pertama oleh Mindy Ramadhina, salah satu mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara fakultas Ilmu Komunikasi, program studi jurnalistik. Judul penelitiannya adalah “Konstruksi Citra Kaum Pria dalam Majalah Cosmopolitan (Analisis *framing* artikel dalam rubrik Man Manual)”
- b) Penelitian kedua oleh Fahdi Fahlevi, salah satu mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, program studi komunikasi dan penyiaran Islam. Judul penelitiannya adalah “Hirarki Pengaruh pada Pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo”.

Tabel 2.1

#### PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU

|              | <b>Mindy Ramadhina</b>  | <b>Fahdi Fahlevi</b>   | <b>Windy Iwandi</b>   |
|--------------|---|--|---|
| <b>Judul</b> | Konstruksi Citra Kaum Pria dalam Majalah Cosmopolitan (Analisis <i>framing</i> artikel dalam rubrik Man Manual) | Hirarki Pengaruh pada Pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo | Analisis Pengaruh Level Individu pada Proses Pembuatan <i>Feature</i> Profil <i>Leadership</i> di Majalah Best Life |

|                                   |  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|
| <b>Rumusan masalah</b>            | Bagaimana majalah Cosmopolitan membingkai atau mengkonstruksikan citra dan <i>image</i> kaum pria pada masa kini?  | Faktor apa saja yang berpengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo pada bulan Februari?  | Bagaimana pengaruh individu pada proses pembuatan <i>feature</i> Profil <i>Leadership</i> di Majalah Best Life?  |
| <b>Tujuan Penelitian</b>          | Untuk mengetahui penggambaran citra atau <i>image</i> kaum pria dalam rubrik mengenai pria pada majalah wanita.  | Untuk mengetahui apa saja pengaruh-pengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo pada bulan Februari.   | Untuk mengetahui pengaruh individu pada proses pembuatan <i>feature</i> Profil <i>Leadership</i> di majalah Best Life.   |
| <b>Jenis dan Sifat Penelitian</b> | Kualitatif dan deskriptif  | Kualitatif dan deskriptif  | Kualitatif dan deskriptif  |
| <b>Teori</b>                      | Teori konstruksi realitas sosial di media massa dan <i>framing</i> Robert Entman   | Hirarki Pengaruh oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese   | Hirarki Pengaruh oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese pada level pengaruh individu  |
| <b>Metode</b>                     | Analisis isi kualitatif  | Studi Kasus  | Studi Kasus  |
| <b>Hasil</b>                      | Hasil penelitian menunjukkan bahwa majalah Cosmopolitan menempatkan kaum pria sebagai topik yang menarik untuk dibahas dalam artikel-artikelnya. Selain itu, Cosmopolitan menggambarkan kaum pria sebagai sosok yang maskulin dan dominan, serta memiliki pengaruh terhadap hubungannya dengan kaum wanita. Dari penelitian ini juga terlihat seperti apakah majalah Cosmopolitan mengonstruksikan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh-pengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo pada bulan Februari menunjukkan bahwa Majalah Tempo sebagai sebuah media yang telah mapan dalam pengelolaan telah memiliki pola dalam proses pembentukan sebuah | Hasil penelitian menunjukkan bahwa hirarki pengaruh pada level individu mempengaruhi isi dari <i>feature</i> profil <i>leadership</i> di majalah Best Life. Hal ini dapat dilihat dari informasi yang dipilih dan ditonjolkan oleh Rudolf yang merupakan objek penelitian dalam mengonstruksi <i>feature</i> tersebut. Wartawan menggunakan standarnya dalam melakukan pemilihan |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>gambaran umum pria. Semua topik mengenai kaum pria dianggap sebagai salah satu “nilai jual” yang dapat menarik minat pembacanya yang merupakan kaum wanita.</p> | <p>pemberitaan dengan membentuk rutinitas media yang berpengaruh dalam pemberitaan. Faktor individu menjadi cukup berpengaruh ketika dalam pengambilan data dan angle pemberitaan Majalah Tempo.</p> | <p>narasumber, pengumpulan data seperti wawancara dan riset dan proses memilih dan menonjolkan informasi. Hasil yang didapat dari proses penulisan <i>feature</i> profil <i>leadership</i> ini adalah wartawan sudah mengenal baik realitas yang berada di dalam lingkungannya sehingga pembentukan <i>feature</i> dengan sangat mudah di <i>framing</i>-kan olehnya. Ia pun memilih untuk menggunakan judul <i>feature</i> pemimpin yang memiliki dampak karena dirasa bersifat umum dengan menonjolkan informasi tentang pemimpin yang memberikan pengaruh positif ke lingkungannya.</p> |
|--|--|--|--|

Melalui tabel di atas, dapat dilihat bahwa penulis menggunakan dua penelitian terdahulu yang berbeda satu sama lain. Penelitian pertama oleh Mindy Ramadhina digunakan sebagai dasar penelitian penulis yaitu *framing* yang terjadi pada *feature* di Majalah. Sedangkan, Penelitian kedua oleh Fahdi Fahlevi digunakan sebagai teori utama dari penelitian penulis yaitu hirarki pengaruh.

Penelitian pertama menjadi bukti kuat bahwa *framing* terjadi juga di Majalah yang memuat *feature* di dalamnya. Sedangkan, penelitian kedua menjadi rujukan penulis untuk membuat penelitian ini. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada hirarki pengaruh tahap individu yang akan dipaparkan secara naratif dengan metode studi kasus untuk menjelaskan secara mendalam dan lengkap bahwa tahap individu memainkan perannya sebagai aktor *framing*.

## 2.2 Konsep yang digunakan

### 2.2.1 Konstruksi Sosial atas Realitas dan Media Massa

Bungin (2006, h.191-192) mengatakan individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dan mengkonstruksikan dunia sosialnya. Individu memiliki hak untuk bebas bertindak dan menciptakan dunia sosialnya, karena itu manusia bebas menciptakan sebuah realitas.

Dalam penjelasan *ontology* paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu (Bungin, 2006, h.191). Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari McQuail (2012, h.110) yang mengatakan bahwa realitas sosial dibuat dan diberikan makna atau tafsiran oleh manusia sebagai aktornya.

Konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial

antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya (Bungin, 2006, h.194). Realitas diciptakan secara terus - menerus dalam kehidupan sehari-hari dan diberikan makna oleh individu yang menjadikan realitas tersebut menjadi objektif. Realitas tersebut kemudian menjadi sebuah realitas yang dianut oleh institusi sosialnya melalui proses sosial yang terbentuk dari hasil interaksi individu di dalamnya.

Berger dan Luckmann memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan (Berger dan Luckmann, 1990 dikutip dalam Bungin, 2006, h. 195). Melalui pengetahuan sebelumnya, individu membangun sendiri pengetahuan atas realitasnya, hal ini yang disebut dengan skema atau skemata.

Ngangi (2011, h.1) mengatakan bahwa konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan yaitu pertama, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret di mana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu. Kedua, konstruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal, hal ini tidak mengasumsikan keseragaman. Ketiga, hal ini bersifat konsisten dengan masyarakat dan waktu.

Berger dan Luckmann mengatakan bahwa terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu.

Tiga tahap proses dialektika tersebut adalah sebagai berikut (Eriyanto, 2002, h.16-17).

a) Eksternalisasi

Usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Tahap ini disebut sebagai tahap yang penting dan paling mendasar dari pola interaksi

manusia. Manusia adalah makhluk sosial yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tahap ini dikenal sebagai tahap penyesuaian diri terhadap dunia sosialnya.

b) Objektivasi

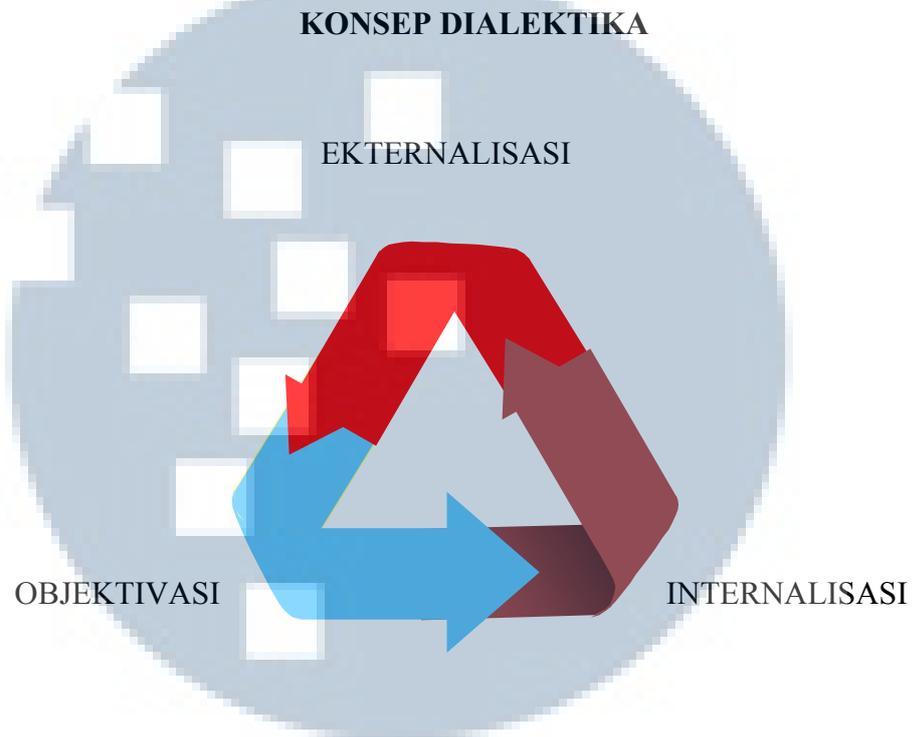
Hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Pada tahap ini, produk sosial berada pada proses institusional dan manusia bergabung ke dalam produk kegiatan manusia yang tersedia.

Melalui proses ini hasil interaksi sosial mengalami proses institusional. Manusia melakukan eksternalisasi dan hasilnya akan menjadi realitas objektif.

c) Internalisasi

Proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Pada tahap ini, individu mengidentifikasi dirinya pada lembaga dan organisasi sosial.

Gambar 2.1



Hadir dalam kehidupan sosial dan bermasyarakat berarti turut serta dalam dialektika tersebut.

Parera menambahkan bahwa proses dialektika itu memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal mulanya merupakan hasil ciptaan manusia, yaitu buatan interaksi subjektif (Bungin, 2006, h. 197-198).

Wartawan pada hakikatnya adalah bagian dari masyarakat yang mengalami semua proses dialektika. Pekerjaan utama seorang wartawan adalah bercerita. Wartawan terlibat langsung dalam proses konstruksi realitas ketika menyusun fakta atau informasi-informasi yang dijadikan sebagai produk jurnalistik seperti berita, *feature* atau gabungan keduanya.

Substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial

berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata (Bungin, 2006, h.207). Media massa menyampaikan informasi dengan cepat dan meluas. Setiap unsur informasi yang dibuat dalam media merupakan hasil dari konstruksi realitas yang dikonstruksikan oleh wartawannya.

Media memproduksi berita secara selektif dan menghasilkan suatu makna tertentu. Media tidak melihat peristiwa secara objektif melainkan menginterpretasikan atau menafsirkan suatu peristiwa. Media mengkonstruksikan suatu realitas dan menjadi senjata paling ampuh dalam menciptakan suatu realitas.

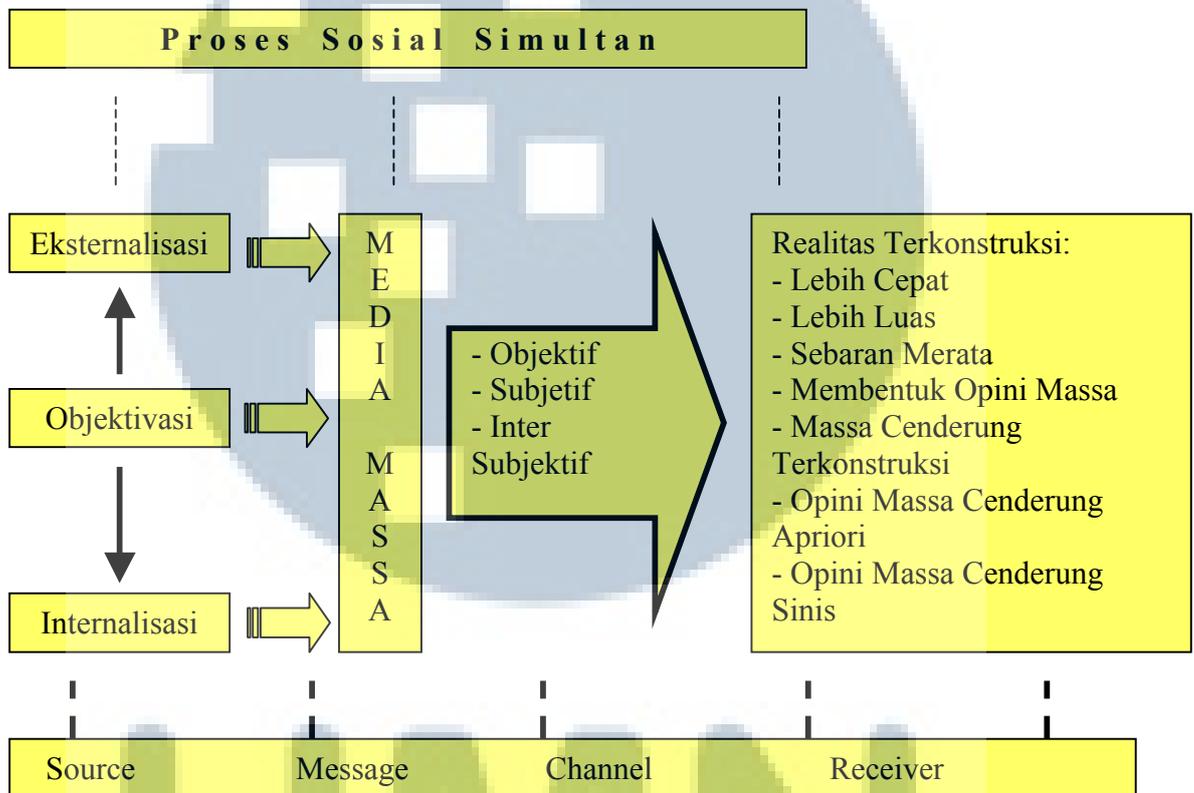
Dalam penelitian ini, wartawan yang merupakan bagian dari masyarakat menginternalisasikan lingkungan sosial atau budayanya dan membentuk kognisinya, yang kemudian hasil dari internalisasi tersebut bercampur dalam proses penulisannya yang dieksternalisasikan menjadi sebuah objektivasi atau isi atau konten media massa. Hasil objektivasi ini yang merupakan realitas yang dibuat oleh wartawan dengan campuran kognisi dan budayanya dan disebarkan secara cepat dan luas melalui media massa yang kemudian menjadi realitas yang dianut oleh masyarakat.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 2.2

PROSES KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA

(Sumber: Burhan Bungin, 2006, h.208)



Fokus pada bagian sumber, sebagai sumber penghasil berita, wartawan sebuah media pasti akan mengalami eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Gambaran realitas yang disajikan di media massa adalah konstruksi realitas yang dalam prosesnya mengalami selektif, penyusunan dan diberikan makna melalui berbagai sudut pandang dan perspektif oleh pekerja media tersebut. Dari hal ini *framing* mulai memainkan perannya.

### 2.2.2 Hirarki Pengaruh

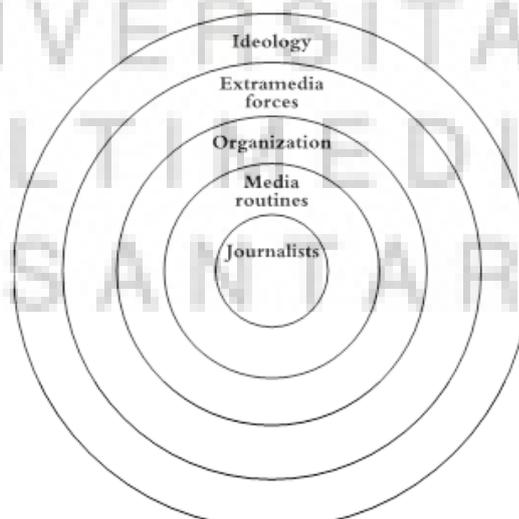
Teori hirarki pengaruh isi media diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Shoemaker dan Reese (2014, h.9) mengemukakan bahwa media dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal dan membaginya dalam lima tingkat pengaruh isi media yaitu individu, rutinitas media, organisasi, *extra-media* (pengaruh luar organisasi media), dan ideologi.

Pengaruh internal berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media, sedangkan faktor eksternal berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya (Littlejohn dan Foss, 2009, h.281).

Shoemaker dan Reese (1991, h.324) mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Secara empiris, penggunaan model ini adalah untuk menentukan faktor mana yang paling menentukan dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain (Reese, 2001, h. 179).

**Gambar 2.3**

#### **HIRARKI PENGARUH MEDIA OLEH SHOEMAKER DAN REESE**



Fokus penelitian spesifik pada hirarki pengaruh level individu. Tahap paling pertama dari memproduksi suatu berita adalah bagaimana wartawan mempersepsi peristiwa atau fakta yang akan diliput (Eriyanto, 2002, h.118). Shoemaker dan Reese mengemukakan bahwa level individu atau pekerja media merupakan level pertama dari tatanan teori hirarki pengaruh. Individu memiliki kuasa dan dampak yang cukup besar pada hasil sebuah produk jurnalistik karena wartawan merupakan aktor yang melakukan proses konstruksi realitas dalam media massa. Wartawan secara sadar maupun tidak sadar telah mengkonstruksi sebuah peristiwa menjadi sebuah informasi yang kemudian menjadi realitas bagi masyarakat.

Level individu memiliki peranan penting dalam mengkonstruksi berita karena pekerjaan utama wartawan adalah membuat berita dan memiliki kuasa dalam mengatur isi dari konten yang dibuat. Wartawan terjun langsung ke lapangan, melakukan proses wawancara, menseleksi informasi, menyusun dan menyajikan berita.

**Gambar 2.4**

**FAKTOR INTRINSIK WARTAWAN MEMPENGARUHI ISI KONTEN**



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa faktor intrinsik wartawan mempengaruhi isi dari sebuah media. Unsur profesional wartawan seperti latar belakang pekerjaan dan peran dan etika jurnalistik saling bergantung dan memiliki korelasi dengan unsur pribadi wartawan seperti perilaku pribadi dan nilai-nilai dan kepercayaan wartawan. Unsur profesional dan pribadi tingkat individu mempengaruhi konten media sejauh individu memiliki kekuatan dalam organisasi. Jadi, kekuatan komunikator selalu merupakan faktor intrinsik wartawan yang terdiri dari unsur profesional dan pribadi wartawan yang mampu membentuk konten atau isi dari media. Ketika menulis atau mengkonstruksi realitas, wartawan membawa semua muatannya tersebut kepada hasil tulisannya.

Sehingga, faktor intrinsik yang mempengaruhi isi media tersebut adalah (Shoemaker dan Reese, 2014, h.210).

1. Latar belakang pekerjaan (*profesional background*), pengalaman bekerja wartawan mempengaruhi wartawan dalam mengkonstruksi isi media.
2. Peran dan etika jurnalistik (*roles and ethics as journalist*), dalam melakukan pekerjaannya, wartawan memiliki kode etik jurnalistik agar wartawan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya.
3. Perilaku pribadi (*personal attitudes*), sikap dan perilaku wartawan sehari-hari yang menjadi sebuah kebiasaan.
4. Nilai-nilai dan kepercayaan (*values and beliefs*), yang di dapat dari lingkungan sosialnya dan menjadi dasar atau anutan dalam hidupnya.
5. Karakteristik (*characteristics*), karakter dan sifat dari wartawan yang mempengaruhi penulisannya.
6. Latar belakang diri (*personal background*), latar belakang kehidupan wartawan yang berasal dari beberapa faktor yaitu masalah gender, etnis, orientasi seksual, faktor pendidikan, dan dari golongan manakah jurnalis tersebut.
7. Pengalaman (*experience*), pengalaman hidup wartawan yang kemudian membentuk pribadi wartawan.

8. Kuasa atas isi media (*power on media content*), kekuatan individu dalam sebuah organisasi dalam mempengaruhi isi dari media.

Hal ini juga didukung oleh teori sosiopsikologis milik Littlejohn dan Foss (2009, h.63) yang berfokus pada perilaku sosial individu, variabel psikologis, efek individu, kepribadian dan sifat, persepsi, serta kognisi.

Menurut Littlejohn dan Foss (2009, h.64-65), sosiopsikologis dapat dibagi menjadi tiga cabang besar yaitu perilaku (sifat pribadi, perbedaan situasi, dan pembelajaran), kognitif (bagaimana individu memperoleh, menyimpan, dan memproses informasi dalam cara yang mengarahkan output perilaku), dan biologis (sifat, cara berpikir, dan perilaku individu).

Sosiopsikologis melihat pikiran individu sebagai tempat memproses dan memahami informasi serta menghasilkan pesan (Littlejohn dan Foss, 2009, h.63). Manusia akan melakukan input informasi dengan merencanakan dan merancang informasi dan mengambil tindakan sebagai bentuk *output*-nya. Dalam hal ini, bentuk representasi diproses melalui mekanisme yang memberikan perhatian, ingatan, campur tangan, seleksi, motivasi, perencanaan, dan pengorganisasian (Littlejohn dan Foss, 2009, h.64).

Manusia merupakan bagian dari komunitas yang terjadi interaksi di dalamnya. Bisa dikatakan bahwa manusia adalah hasil produk dari apa yang terjadi di dalam sebuah komunitas yang disinggahinya. Melalui komunitas tersebut, tercipta sebuah budaya yang kemudian dianut oleh manusia yang menempatinnya. Oleh karena itu, tidak heran jika setiap

wartawan dapat mengkonstruksi informasi secara berbeda satu dengan yang lainnya karena mereka memiliki latar belakang, kognisi dan budaya yang berbeda juga.

Pandangan individu seorang jurnalis terhadap penulisan feature pada level ini dikatakan penting karena jurnalis sebagai pekerja media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi publik karena dianggap sebagai cerminan dari masyarakatnya. Segala kognisi dan budaya wartawan bercampur dalam proses pembuatan berita dan peran individu sangat berpengaruh pada *framing* media itu sendiri.

### **2.2.3 Framing**

Menurut D'Angelo dan Kuypers (2010, h.2), framing dapat dijelaskan sebagai pendekatan, teori, efek media, perspektif, teknik analisis, paradigma, dan program penelitian multiparadigma. Pada penelitian ini, framing dijelaskan sebagai teori dan proses.

#### **2.2.3.1 Framing Sebagai Teori**

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2002, h.79). Melalui *framing*, kita dapat mengetahui bagaimana sebuah media melakukan konstruksi pada suatu peristiwa hingga menjadi sebuah berita.

Reese, Gandy dan Grant (2001, h.11) menjelaskan bahwa *frame* mengorganisasi prinsip (*organizing principles*) yang secara sosial

terbagi (*shared*) dan bertahan (*persistent*) dalam waktu, bekerja secara simbolik (*symbolically*) hingga struktur bermakna (*meaningfully structure*) bagi dunia sosial.

Berikut penjelasan *framing* menurut Reese, Gandy dan Grant (2001, h.11):

- *Organizing, framing* dilihat dari seberapa berhasil dan komprehensif dalam mengatur informasi. Dalam hal ini kognisi dan budaya wartawan turut ikut serta dalam proses mengatur informasi tersebut.
- *Principles*, framing hidup berdasarkan prinsip yang abstrak, tulisan bisa dipengaruhi oleh prinsip wartawan itu sendiri atau prinsip yang diberikan oleh pemilik perusahaan.
- *Shared*, framing harus disebarkan pada level yang sama agar signifikan dan menular.
- *Persistent*, yang signifikansi dari *framing* adalah mereka memiliki daya tahan dan digunakan secara rutin dan terus menerus dari waktu ke waktu.
- *Symbolically, framing* diungkapkan dengan simbol ekspresi.
- *Structure*, frame mengatur dengan memberikan pola dan struktur yang bervariasi dalam kompleksitas mereka dan dapat diidentifikasi.

Kognitif dan budaya turut serta dalam membangun pemikiran framing seseorang. Setiap manusia memiliki pengetahuan dan budaya yang berbeda, hal ini berpengaruh pada bagaimana seseorang

memandang suatu peristiwa. Selain itu, prinsip yang dipegang teguh oleh seseorang dan prinsip yang diberikan oleh media tempat ia bekerja juga menjadi salah satu pengaruh dalam terjadinya sebuah framing.

Jika *frame* menyebar pada tingkat masyarakat yang memiliki kognitif dan budaya yang sama dengan wartawan, maka realitas yang diciptakan akan dengan signifikan menular dan digunakan terus-menerus oleh masyarakat sehingga menjadi budaya baru bagi masyarakat tersebut. *Frame* dianggap sebagai proses mendapatkan atau menghilangkan serta mengadopsi atau meninggalkan nilai yang ditawarkan.

*Frame* berbentuk simbolis ekspresi dan membentuk sebuah struktur sosial dalam masyarakat menjadi paket koheren yang membawa kepada ide ide budaya terbesar dan digunakan oleh masyarakat (Reese, Gandy, dan Grant, 2001, h.17). Selain itu, *frame* mengatur informasi dengan pola-pola yang bisa diidentifikasi (Reese, Gandy, dan Grant, 2001, h.17). Dengan kata lain, *frame* membantu menjelaskan dunia yang luas menjadi lebih koheren dan mudah dimengerti dari sudut pandang wartawan yang memiliki prinsip juga.

Sebagai suatu alat yang memiliki pengaruh besar bagi masyarakat, media berhasil membuat realitas-realitas dipercayai oleh masyarakat luas.

*Frame* media dengan demikian adalah bentuk yang muncul dari pikiran (kognisi), penafsiran, dan penyajian, dari seleksi, penekanan, dan pengucilan dengan menggunakan simbol-simbol yang dilakukan secara teratur dalam wacana yang terorganisir baik dalam bentuk verbal maupun visual (Gitlin, 1980 dikutip dalam Eriyanto, 2002, h.80).

Setiap orang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing (Eriyanto, 2002, h.18). Dalam menyajikan berita, tentu faktor-faktor tersebut turut serta dalam merumuskan suatu peristiwa oleh wartawan. Hasil konstruksi wartawan dapat dilihat pada sebuah teks berita.

*Framing* berkaitan dengan gabungan ketertarikan, komunikator, sumber, dan budaya untuk menghasilkan cara yang koheren untuk memahami dunia, dikembangkan dengan menggunakan semua verbal dan visual simbolik yang tersedia (Reese, Gandy dan Grant, 2001, h.11).

*Framing* merupakan bagian dari paradigma konstruksionis dan dibentuk oleh manusia. Pekerja media atau wartawan adalah aktor dalam media massa dalam membuat dan mengkonstruksi berita. Mereka memilih dan menonjolkan informasi menggunakan kata dan gambar untuk membuat suatu peristiwa dimaknai.

Karena itu, tidak heran jika setiap media dapat menyajikan informasi yang berbeda-beda pada satu hari, karena *framing* mengemukakan bahwa media melakukan proses penonjolan dan penghilangan informasi. Realitas yang secara terus-menerus disajikan oleh media akan membuat masyarakat mengerti akan informasi tersebut dan lebih bermakna.

Melalui *frame*, wartawan mengemas informasi menjadi lebih sederhana, menarik dan mudah dipahami. *Frame* yang dilakukan oleh wartawan adalah *frame* yang sebenarnya kita rasakan juga setiap hari saat melakukan pbingkaian dan pembungkusan realitas, karena wartawan juga bagian dari masyarakat. *Frame* adalah bagian yang pasti hadir dalam praktik jurnalisik (Gitlin, 1880 dikutip dalam Eriyanto, 2002, h.80).

#### 2.2.3.2 Proses *Framing*

Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan (Eriyanto, 2002, h.291). Berikut penjelasannya.

1. Konsepsi Psikologi, konsep ini menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* berhubungan erat dengan struktur dan proses kognitif seseorang, karena dari itu *framing* melihat bagaimana seseorang melalui kognisinya menonjolkan suatu informasi yang dibuatnya. Elemen-elemen yang diseleksi dari suatu isu atau peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan tentang realitas.
2. Konsepsi Sosiologis, konsep ini lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Framing* pada konsep ini

menjelaskan bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk memahami dirinya dan realitas yang berada di luar dirinya. Fungsinya untuk membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.

Menurut Eriyanto (2002, h.292), dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang semuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas dan praktik kerja professional wartawan.

*Framing* merupakan cara wartawan dalam membuat dan mengkonstruksikan peristiwa menjadi sebuah berita untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi. Tiga proses yang dihasilkan dari penggabungan konsepsi psikologis dan sosiologis adalah (Eriyanto, 2002, h.292).

- Pertama, proses konstruksi melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan. Hal ini mempengaruhi berbagai realitas yang dipahami. Sebagai bagian dari masyarakat, wartawan menerima nilai-nilai, kebudayaan, kepercayaan yang ada di dalam lingkungan masyarakat tersebut.
- Kedua, ketika menulis dan mengkonstruksi berita wartawan bukanlah berhadapan dengan publik yang kosong. Berita yang dibuat wartawan adalah berita yang akan dikonsumsi

oleh khalayak, maka dari itu saat membuat berita wartawan mempertimbangkan khalayak. Pada proses ini, nilai-nilai dominan yang ada di dalam masyarakat ikut mempengaruhi pembuatan berita oleh wartawan.

- Ketiga, proses konstruksi itu juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik dan standar professional dari wartawan.

#### **2.2.4 Majalah**

Majalah merupakan salah satu bentuk komunikasi massa dan produk jurnalistik. Informasi yang disajikan adalah kumpulan informasi yang menarik dengan penulisan feature yang bisa dibaca kapanpun oleh pembacanya. Majalah tersaji dalam bentuk buku atau setengah kuarto (*mini magazine*) (Romli, 2008, h.84).

Majalah lebih dulu melakukan jurnalisme interpretatif ketimbang koran ataupun kantor-kantor berita (Rivers, 2003, h.212). Bagi majalah, interpretasi merupakan pokok utama dari sajiannya. Majalah berisikan feature yang merupakan hasil interpretasi wartawannya. Sejak dahulu, majalah menyajikan informasi secara mendalam dan itulah ciri khas dari interpretasi. Majalah menjadi media penafsir terbaik (Rivers, 2003, h.213)

Menurut Adler dan Rodman (2009, h.129), majalah mengalami evolusi tiga tahap dalam perkembangannya yaitu.

- Tahap elit, majalah hanya dapat dinikmati dan diakses oleh kaum tertentu seperti orang kaya dan berpendidikan.
- Tahap populer, siapa saja dapat mengakses majalah dan mengambil informasi dan keuntungan dari majalah.
- Tahap spesialisasi, majalah mulai melakukan segmentasi berdasarkan audiens. Tujuan spesialisasi ini untuk memenuhi kebutuhan khalayak yang memiliki minat dan kebutuhan yang berbeda.

Spesialisasi majalah membuat majalah khusus laku karena menyajikan analisis yang lengkap dan mendalam sesuai dengan segmentasi yang ingin dicapai. Contoh majalah spesialisasi adalah majalah wanita, pria, anak-anak, politik, ekonomi, *lifestyle*, *fashion*, regional dan lainnya.

Menurut Ardianto (2004, h.7), majalah memiliki karakteristik sebagai berikut.

- Penyajian lebih dalam  
Berita yang disajikan merupakan sajian dari unsur *why* dan *how* yang menjelaskan suatu peristiwa dengan lengkap, mendalam dan terstruktur.
- Nilai Aktualitas lebih lama  
Nilai aktualitas majalah bisa lebih lama daripada surat kabar karena kita membutuhkan waktu untuk membaca majalah.

Informasi yang disampaikan di dalam majalah juga tidak akan basi jika tidak kita baca.

- Gambar atau foto lebih banyak

Majalah menyajikan informasinya dengan menggunakan foto serta pembahasan yang mendalam. Warna dan kualitas kertas juga menarik sehingga membuat pembaca menyukainya.

- *Cover* (sampul) sebagai daya tarik

*Cover* menjadi unsur pertama dalam membeli sebuah majalah. Biasanya, *cover* majalah berisi gambar atau foto dengan warna yang menarik serta menggunakan kertas berkualitas sehingga penampilannya menjadi sangat menarik.

### **2.2.5 Feature Profil**

Menurut Ishwara (2005, h. 51-52), terdapat dua jenis berita yaitu berita yang terpusat pada peristiwa (*event centered news*) dan berita yang berdasarkan pada proses (*process centered news*). *Feature* termasuk ke dalam jenis berita berdasarkan pada prosesnya. Penulisan *feature* dihubungkan dengan keadaan masyarakat sehingga dapat dinikmati kapanpun oleh pembaca dan nilai informasi tidak akan basi.

*Feature* yang baik menurut Ishwara (2005, h.59) adalah karya seni yang kreatif namun faktual. Wartawan yang kreatif dan skeptis akan melihat hal-hal menarik yang mungkin secara kasat mata tidak menarik. Ia akan mengorek suatu peristiwa, mencari informasi terpendam dan menyusunnya menjadi suatu alur cerita yang menarik.

Daniel R. Williamson (1975 dikutip dalam Ishwara, 2005, h.59) merumuskan bahwa reportase dalam bentuk berita halus seperti *feature*, sebagai penulisan cerita yang kreatif, subyektif, yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca.

Dalam *feature*, penulis harus mengontrol fakta dengan cara seleksi, struktur dan interpretasi (Ishwara, 2005, h.60). Mengontrol fakta merupakan usaha wartawan untuk membuat pembacanya memiliki pemahaman yang jelas mengenai realitas yang dikonstruksi.

*Feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal (Sumadiria, 2006, h. 151). Wartawan harus memiliki kemampuan untuk bercerita dengan kreatif untuk membuat masyarakat ingin membaca dan merasa dekat dengan kisah yang dibuat.

Tulisan *feature* kini makin mendapat tempat dalam surat kabar dan dimuat dalam berbagai seksi khusus seperti seksi gaya hidup, seksi selera, seksi tentang manusia, seksi pelayanan, seksi cerita khusus dan lainnya (Ishwara. 2005, h.61). Salah satu yang menarik adalah seksi khusus tentang manusia. Di dalam penulisan *feature*, penulisan ini biasa disebut dengan *feature* profil karena di dalamnya memuat informasi tentang

individu tertentu yang memiliki pengalaman hidup serta nilai *human interest* yang bermanfaat bagi pembaca.

*Feature* semacam ini sering kali harus dituliskan berdasarkan hasil wawancara dengan orang yang ditokohkan, walau bisa juga diperkuat dengan literatur dan bacaan lain yang dapat mendukung (Barus, 2010, h. 177). *Feature* profil merupakan cerita singkat biografi seseorang yang dituliskan guna untuk memberikan teladan kepada pembacanya. Ditulis secara mendetail dan mendalam, narasumber dalam *feature* profil merupakan tokoh yang memiliki peranan penting dan memiliki pengaruh dalam masyarakat. Dengan kata lain, orang yang ditokohkan memiliki pandangan hidup, berkepribadian, teguh memegang keyakinannya, serta memiliki determinasi mengatasi persoalan (Barus, 2010, h.177). *Feature* profil diminati oleh masyarakat karena melalui tulisan ini, pembaca dapat mengenal lebih dalam sosok tokoh yang diceritakan. Bahkan, banyak tokoh - tokoh masyarakat yang ingin hidupnya dibuatkan *feature* profil.

### 2.2.6 Proses Menulis Feature

Menurut Rich (2014, h.18-19), ada empat tahap dalam proses penulisan termasuk penulisan *feature* yaitu sebagai berikut.

1. Menyusun gagasan (*conceive the idea*)

Pada tahap ini penulis harus membangun gagasan atau ide terlebih dahulu untuk cerita yang ingin dituliskan. Gagasan atau ide ini yang

akan menjadi fokus dalam penulisan penulis. Ketika penulis sudah mengetahui fokus penulisannya, ia tidak akan melenceng dari gagasan utama saat memilih data dan melakukan penulisan.

## 2. Mengumpulkan data (*collect*)

Tahap ini merupakan tahap reportase. Sebelum melakukan wawancara, penulis harus melihat *background information* narasumber seperti mencari data dari sumber online, dokumen-dokumen atau klip sebelumnya terkait narasumber. Kemudian, lakukanlah wawancara dan usahakan dapat informasi sebanyak mungkin terkait gagasan utama yang sejak awal dibuat. Jangan terfokus pada satu sumber saja, tapi coba lihat beberapa sudut pandang lain. Ajukan pertanyaan-pertanyaan dan buat lebih banyak catatan dari rencana awal. Selain itu, lakukan observasi dan kumpulkan banyak detail lain juga agar data yang dikumpulkan semakin lengkap.

## 3. Membangun (*construct*)

Tahap ini adalah tahap penulisan. Penulis akan memilih dan memilih data-data yang berkaitan dengan fokus utama yang sejak awal dibangun oleh penulis. Kemudian, data-data yang dipilih dan sesuai dengan fokus utama akan disusun menjadi sebuah tulisan.

## 4. Memperbaiki (*correct*)

Tahap ini adalah tahap terakhir dari proses penulisan yaitu memperbaiki atau mengoreksi kembali tulisan yang sudah dibangun.

Penulis akan membaca kembali tulisannya dan melakukan perubahan

jika dianggap perlu. Penulis dapat menambahkan data, menghapus data atau mengatur kembali alur cerita tulisannya. Selain itu, pada tahap ini penulis juga harus mengecek kembali ejaan, tata bahasa, gaya, kesalahan dalam pengetikan dan keakurasian fakta.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berfokus pada bagaimana seorang individu atau wartawan memiliki pengaruh pada pembentukan *framing* di *feature* profil *leadership* majalah Best Life dengan mengkonstruksi sebuah peristiwa. Karena itu, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memiliki pandangan bahwa isi dari media massa merupakan hasil konstruksi dari organisasi media tersebut yang salah satunya adalah wartawan dan dalam mengkonstruksi sebuah isi media, lingkungan sosial dan realitas sosial yang dipahami wartawan turut membentuk konstruksi tersebut.

Berdasarkan pada konsep Hirarki Pengaruh, penelitian ini hanya berfokus pada level individu atau wartawan yang merupakan aktor pembuat *feature* dan agen dari pembentukan *framing*. Dalam melakukan proses penulisannya, faktor intrinsik wartawan seperti latar belakang pekerjaan (*professional background*), peran dan etika jurnalistik (*roles and ethics as journalist*), perilaku pribadi (*personal attitudes*), nilai-nilai dan kepercayaan (*values and beliefs*), karakteristik (*characteristics*), latar belakang diri (*personal background*), pengalaman (*experience*), kuasa atas isi media (*power on media content*) turut mempengaruhi isi dari *feature* tersebut.

Hasil dari faktor intrinsik ini yang kemudian mengarahkan kepada bentuk *framing* saat melakukan penulisan *feature* profil *leadership* yang terdiri dari *organizing, principles, shared, persistent, symbolically,* dan *structure*. Hasil *framing* pun di dapat melalui proses penyeleksian dan penonjolan fakta oleh wartawan. Dalam penelitian ini, penulis tidak dapat menampilkan hasil *framing* karena memiliki keterbatasan oleh waktu sehingga penelitian ini hanya akan menjelaskan pengaruh level individu dalam mengkonstruksi *feature* profil *leadership* di majalah Best Life dan membentuk *framing* tersebut.



