**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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

# BAB II

# KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1 Penelitian Terdahulu

A. Identitas Kelompok Disabilitas Dalam Media Komunitas Online Kartunet.com

Artikel ini dibuat oleh Aulia Dwi Nastiti pada tahun 2012 dan dimuat dalam jurnal studi pemuda yang merupakan bagian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Di dalam artikel ini, Aulia menjelaskan bagaimana kelompok minoritas membentuk identitasnya dalam media komunikasi online. Untuk penelitian ini, Aulia mengambil media yang menggunakan penyandang disabilitas ialah Kartunet.com.

Menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam dan melakukan semi partisipatif ke dalam komunitas, Aulia ingin mengungkapkan bahwa media komuitas menjadi pilihan bagi penyandang disabilitas untuk mendapatkan identitas dalam media komunitas selain media- media *mainstream* yang sudah ada. Di dalam penelitian ini, Aulia memberi pertanyaan bahwa proses konstruksi identitas sosial dalam suatu kelompok menekankan pada peran media sebagai salah satu jalan untuk membentuk identitas tersebut melalui konten yang dimunculkan. Oleh karena itu, identitas dimediasi secara sosial salah satunya melalui saluran komunikasi.

Dalam hal ini, Kartunet.com menjadi sarana penting untuk saling berinteraksi, melakukan aktualisasi diri, dan melakukan berbagai kegiatan yang

bertujuan pemberdayaan diri. Berawal dari keberadaaan media online yaitu *website* Kartunet.com, anggota penyandang disabilitas tunanetra mampu menyuarakan tentang diri mereka dan menampilkan aktualisasi diri sesuai persepktif mereka sendiri (Kartunet.com, 2011). Media komunitas dapat memberikan ruang bagi warga negara atau kelompok minoritas yang selama ini terabaikan dalam praktik media dominan untuk mengekspresikan suara dan harapan, aspirasi, dan frustasi, serta menjadi medium eksistensi dan aktualisasi diri mereka (Rodriguez, 2001, dalam Howley, 2010, p. 21). Media komunitas dapat menjadi forum oposisi untuk perspektif yang tidak sejalan dengan kepentingan media dominan. Contohnya adalah Rajawali TV yang didirikan oleh komunitas masyarakat urban di perkotaan Bandung yang merasa bahwa isi televisi tidak sesuai dengan identitas kultural mereka (ATVKI, 2012).

Bagi suatu kelompok, khususnya minoritas, media komunitas ialah saluran yang dapat dimanfaatkan sesuai kepentingan kelompoknya, salah satunya ialah membangun suatu identitas kolektif yang memberikan *sense of community* pada anggotanya. Peran media komunitas bagi pembentukan identitas ini dapat ditemui dalam kasus identitas *slenge'an* subkultur *Slanker* yang dikaji oleh Andrianto (2006). Gejala serupa juga menjadi temuan Syatori (2009) dalam studinya tentang media komunitas Angkringan yang menyatukan masyarakat di Desa Timbulharjo, Bantul Yogjakarta. Ruang interaksi yang dimediasi langsung memunculkan *shared of identity* di antara warganya.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang disusun oleh peneliti. Kesamaan tersebut terletak pada topik penelitian yang membicarakan

penyandang disabilitas dalam media. Selain itu, teknik pengumpulan data yang dipakai pun sama dengan melakukan wawancara mendalam terhadap subjek yang diteliti.

Selain memiliki kesamaan, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti sedang disusun. Dalam penelitian ini, Aulia meneliti sebuah media komunitas yang dikelola oleh penyandang disabilitas. Sedangkan peneliti memakai media yang dikenal sebagai media lokal dengan berita-berita yang faktual. Selain itu, medium yang digunakan kedua media juga berbeda antara media online dan media komunitas.

B. Komodifikasi, Disabilitas dan Televisi

Artikel ini ditulis oleh Bonardo Marulitua A. Diterbitkan pada jurnal Cakrawala, Bonardi berbicara bahwa saat ini disabilitas dipahami sebagai realitas sosial yang tabu. Ia menilai bahwa ketidakadilan dalam penggambaran disabilitas di media massa ditunjukkan dengan stereotip, dan representasi negatif media massa terhadap kelompok disabilitas (Barnes, 1992, p.28-29).

Dalam penelitian ini, media massa yang besar dan berbasis korporasi umumnya hanya berorentasi kepada kepentingan ekonomi politik kelompok penguasa atau justru kelompok-kelompok dominan. Media dalam hal ini adalah televisi justru menjadi salah satu struktur sosial yang melakukan upaya dan opresif karena rentan dikuasai oleh kelompok penguasa dan digunakan untuk mempertahankan dominasi atau kekuasannya.

Bonardo melakukan penelitian secara kualitatif yang bersifat deksriprif dengan pendekatan analisa semiotika Roland Barthes. Metode ini dilakukan dengan menganalisa tayangan Hitam Putih TRANS7. Penelitian dilakukan pada tayangan televisi dikarenakan adanya politik ekonomi dalam media yang menyebabkan acara tersebut dapat disaksikan secara langsung di televisi.

Dalam objek penelitian yang dikaji adalah program *talk show* Hitam Putih di TRANS7 episode 27 November 2014, yang di mana menghadirkan narasumber Mulyana, atlet renang tunadaksa dengan segudang prestasi yang membanggakan. Tayangan yang dipandu mentalist kontroversial Deddy Corbuzier tersebut sengaja memilih Mulyana. Melalui observasi awal, Bonardo melihat tim *talk show* seolah-olah berpihak kepada narasumber dengan memberikan ruang yang sama di layar kaca. Namun, sosok Mulyana yang memiliki ketidaksempurnaan fisik justru menjadi komoditas yang menarik untuk ditonton dan mengaduk-adukan perasaan pemirsa guna meraup rating.

Pratik komodifiksi di televisi biasanya ditandai dengan diubahnya konten (teks media) menjadi komoditas untuk mendapatkan profit. Salah satu strateginya adalah memproduksi program-program televisi yang sesuai dengan selera pasar sehingga dapat menaikkan rating. Rating menjadi salah satu tolak ukur melihat keberhasilan sebuah program dan menjadi alat untuk menilai apakah konten itu layak dijual. Kelayakan ini ditandai dengan seberapa banyak pemasang iklan. Dengan demikian, media massa memiliki tanggungjawab untuk mengakomodasi rujukan dan melindungi kelompok minoritas di tengah-tengah dominasi suatu kelompok dalam masyarakat pluralis (McQuail. 2005).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang disusun peneliti ialah topik pembahasan dari penelitian ini yang juga berbicara tentang penyandang disabilitas dalam media. Jenis dan sifat penelitian yang digunakan pun sama yaitu kualitatif dan deskriptif. Meskipun sama, objek yang diteliti dalam penelitian ini cukup berbeda. Penelitian ini memakai sebuah program televisi sedangkan peneliti menggunakan media online sebagai objek penelitian. Media televisi memang dinilai paling sering dan mudah mempresentasikan penyandang disabilitas di dalamnya karena kebutuhan rating yang utama.

C. Analisis Platform Media Digital Ramah Penyandang Disabilitas

Artikel yang terbit pada tahun 2018 ini ditulis oleh Albertus Magnus Prestianta, FX Lilik Dwi Mardjianto, Hargyo Tri Nugroho Ignatius. Diterbitkan pada jurnal Lugas. Ketiga peneliti menilai bahwa tidak setiap kelompok masyarakat mendapatkan porsi atau kesempatan yang sama dalam mendapatkan informasi. Salah satu kelompok masyarakat yang rentan mengalami hambatan dalam mendapatkan informasi melalui *website* adalah penyandang disabilitas.

Dalam penelitian ini, kelompok disabilitas juga memiliki hak yang dijamin oleh aturan hukum, salah satu hak penyandang disabilitas dilindungi oleh undang- undang adalah untuk mendapatkan informasi. Pasal 24 UU Penyandang Disabilitas menegaskan bahwa penyandang disabilitas memiliki hak untuk mendapatkan informasi melalui media yang mudah diakses. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa para penyandang disabilitas memiliki hak untuk mendapatkan

informasi di era internet dan digital saat ini melalui berbagai *website* berita yang mudah diakses.

Ketiga peneliti melakukan ini secara kuantitatif dan menggunakan metode berbasis meta analisis (Johnson, 2008, p.315). Metode ini dilakukan dengan berusaha memetakan media digital atau online yang mengakomodir hak-hak penyandang disabilitas dalam hal berekspresi, berkomunikasi dan memperoleh informasi. Penelitian ini dilakukan pada media massa siber nasional yang telah terverifikasi faktual dan administrasi oleh dewan pers. Dalam penelitian ini, ketiga peneliti menganalisa situs media di Indonesia apakah ramah atau tidak bagi penyadang disabilitas, mengingat di Indonesia memiliki hak yang sama dengan orang normal dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi melalui media yang mudah diakses.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang disusun peneliti ialah topik pembahasan dari penelitian ini yang juga berbicara tentang disabilitas. Dalam objek yang diteliti pun sama yaitu media massa. Meskipun sama, teknik pengumpulan data yang digunakan berbeda. Penelitian ini menggunakan meta analisis sedangkan peneliti menggunakan metode studi kasus.

## 2.3 Teori/Konsep Penelitian

### 2.3.1 Teori Agenda Setting

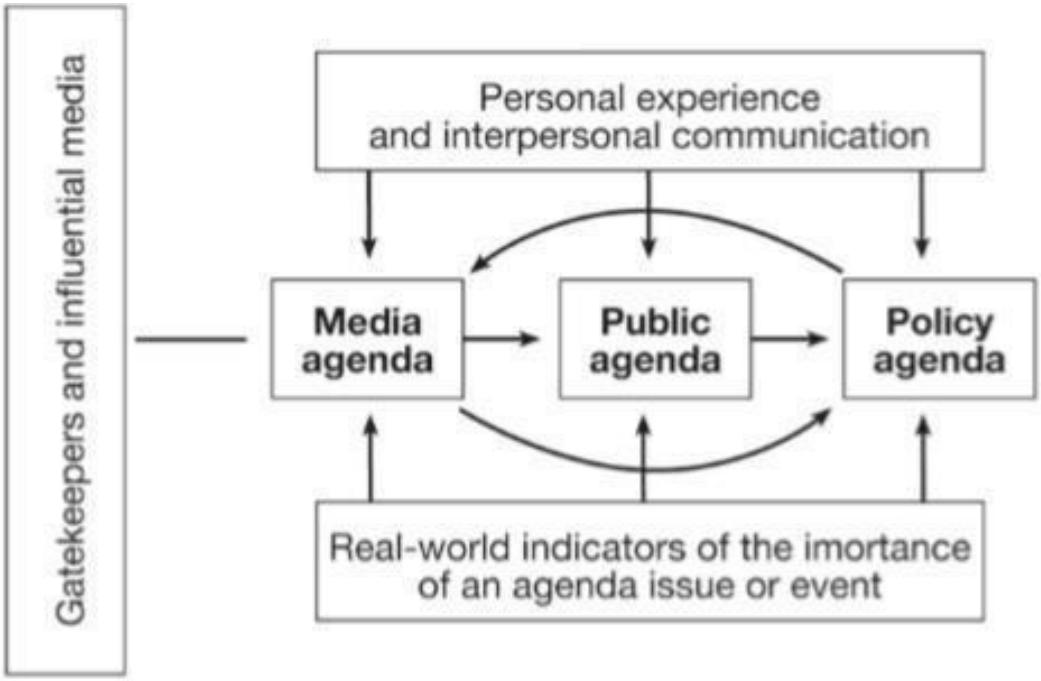
Agenda setting merupakan salah satu teori Komunikasi Massa. Teori ini menggunakan media massa sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat dalam menyikapi sebuah peristiwa yang terjadi. Asumsi dan teori ini adalah peristiwa yang dianggap penting oleh media, maka akan dianggap penting pula oleh masyarakat.

Eriyanto (2018, p.13) menjelaskan bahwa dalam teori agenda setting menggunakan media dalam menciptakan sebuah isu. Dalam menciptakan isu tersebut, media akan melakukan liputan yang tinggi atas isu tersebut. Masyarakat akan menganggap bahwa isu tersebut penting karena isu tersebut dibahas dalam jumlah yang besar. Tingginya isu yang diangkat membuat isu lainnya terabaikan. Salah satu alasan mengapa pengaruh ini muncul karena kebergantungan masyarakat terhadap media sebagai sumber informasi. Masyarakat mempercayai media sebagai sumber utama dalam memperoleh sebuah informasi tentang peristiwa yang terjadi, baik pada tingkat nasional maupun internasional.

Dalam teori agenda setting, dua asumsi yang mendasari penelitian tentang penentuan agenda setting, yaitu masyarakat pers dan media tidak mencerminkan kenyataan, tetapi mereka membentuk sebuah isu dan konsentrasi media hanya pada beberapa masalah yang terjadi di masyarakat

untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting dari isu lain. Ritonga (2018) mengatakan munculnya teori agenda setting menggambarkan bahwa masyarakat pasif dalam mengendalikan lingkungannya, sehingga agenda media berpengaruh terhadap agenda masyarakat (Ritonga, 2018, p. 32).

**Gambar 2.1 Agenda Setting**




Sumber: Rogers and Dearing, 1998

Severin & Tankard (1992) (dalam Mudjiyanto, 2014, p. 7), menggunakan bahwa agenda setting meliputi tiga dimensi agenda, yaitu:

1. Agenda Media

Agenda media diukur berdasarkan intensitas pemberitaan dan penempataan isu tersebut di surat kabar. Semakin banyaknya tayangan dan durasi tentang isu tersebut, maka isu tersebut dianggap penting. Inilah yang membuat sebuah isu dapat menonjol dibandingkan isu lainnya.

Agenda media merupakan salah satu konsep dalam teori agenda setting. Stephen W Littlejohn (1992) (dalam Mudjiyanto, 2014, p. 7) menyantakan agenda media dapat mempengaruhi masyarakat sehingga menjadi agenda publik. Dalam agenda media mencakup tiga dimensi, yaitu *visibility*, *audience salience*, dan *valence* (Putri, 2018, p.12).

***Visibility***

*Visibility* atau penonjolan berita merupakan tingkat atau jumlah suatu isu dalam pemberitaan. Penonjolan suatu berita dapat diukur berdasarkan jumlah berita atau tingkat menonjolnya berita.

***Audience Salience***

*Audience Salience* atau penonjolan berita bagi khalayak merupakan tingkat penonjolan bagi publik. Dalam sebuah isu yang akan diberitakan harus memuat nilai pemberitaan. Aspek-aspek yang termasuk dalam sebuah pemberitaan adalah *human interest*, *conflict/controversy. Unusual. Proximity* dan *prominence*. Macdougal (1997) (dikutip dalam Eryanto, 2002, p. 102), aspek-aspek yang harus dipenuhi agar sebuah isu dapat dijadikan berita.

a) *Human Interest*

*Human Interest* merupakan unsur yang terkandung dalam sebuah isu dan memiliki unsur emosional bagi khalayak, seperti kesedihan.

b) *Conflict/Controversy*

*Conflic/Controversy* merupakan suatu unsur yang mengandung sebuah konflik atau perselisihan.

c) *Unsual*

*Unsual* merupakan suatu isu yang tidak biasa atau jarang terjadi.

d) *Proximity*

*Proximity* merupakan sebuah isu yang memiliki kedekatan pada masyarakat baik secara fisik maupun emosional.

e) *Prominence*

*Prominence* merupakan penting atau darurat sebuah isu. Dilihat berdasarkan seberapa besar isu tersebut terjadi.

***Valence***

*Valence* atau pengemasan suatu berita merupakan cara pemberitaan suatu isu tersebut menyenangkan atau tidak menyenangkan. Dalam cara pemberitaan sebuah isu, akan dilihat berdasarkan tiga hal yang akan menentukan arah pemberitaan:

*Favorable*

Sebuah pemberitaan dapat dikatakan positif berdasarkan kalimat-kalimat yang dituliskan, seperti lukisan atau adanya dukungan.

*Netral*

Pemberitaan bersifat netral tanpa memihak atau mendukung pihak-pihak tertentu.

*Unfavorable*

Pemberitaan dikatakan *negative* berdasarkan kalimat-kalimat yang dituliskan, seperti hinaan, celaan atau kontra terhadap suatu isu.

2. Agenda Publik

Dalam agenda publik, pentingnya sebuah isu diukur berdasarkan pemikiran masyarakat dengan menanyakanya kepada responden, baik melalui survei atau eksperimen. Hasil jawaban dari responden akan menentukan apakah isu tersebut penting atau tidak (Eriyanto, 2018, p. 12). Agenda publik terdiri dari:
a) *Familiarity*, tingkat atau derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu, b) *Personal salience*, relevansi individu dengan ciri pribadi, c) *Favorability*, sebuah pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.

3. Agenda Kebijakan

Apabila agenda publik menjadi agenda kebijakan, maka agenda setting yang digunakan dinyatakan berhasil karena mampu membuat pemerintah turun tangan dan membuat kebijakan atau isu tersebut. Dimensi agenda kebijakan terdiri dari:

a) *Support*, adanya kegiatan yang menyenangkan bagi suatu berita tertentu, b) *Likehood of action*, kemungkinan pemerintah akan melaksanakan apa yang diibaratkan, c) *Freedom of action*, nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah.

Jika biasanya agenda setting digunakan untuk isu-isu yang menonjol, namun ternyata agenda setting juga dapat digunakan untuk isu-isu yang kurang menonjol. Dalam buku "*Agenda Setting Media Massa",* Zucker (1978) (dalam Tamburaka, 2012) menyatakan:

> "Menonjolnya isu mungkin menjadi faktor yang penting dalam apakah terjadi penentuan agenda atau tidak. Semakin kurang pengalaman langsung yang dimiliki publik berkenan dengan topik isu tertentu semakin besar publik harus bergantung kepada berita media mengenai isu tersebut. Isu yang dialami langsung oleh publik seperti pengangguran adalah isu yang menonjol. Isu yang mungkin tidak dialami langsung oleh publik misalnya polusi adalah isu yang tidak menonjol." (Severin & Tankard, Jr, 2010, p. 272)."

Menurut Zucker, apabila agenda setting media bekerja pada isu-isu yang kurang menonjol, maka cara yang dilakukan orang-orang untuk mengetahui sebuah isu hanya dengan melalui media atau dengan berkomunikasi dengan orang lain yang berkau dengan isu tertentu (Zucker dalam Tamburaka, 2012, p. 43). Dengan demikian, proses agenda setting ini dapat bekerja dengan dua langkah arus komunikasi, yaitu melalui media itu sendiri atau orang yang diterpa isu tersebut kepada orang lain. Jadi dalam proses agenda setting ini tidak berlangsung dari satu arah (media kepada khalayak), namun sebelum menunju kepada khalayak tertentu,

isu tersebut akan melalui khalayak lain dahulu sebelum sampai kepada khalayak yang dituju.

### 2.3.2 Jurnalisme Digital

Jurnalisme adalah aktivitas mencari informasi akurat mengenai sebuah peristiwa, dimana informasi yang didapatkan itu dikemas untuk kemudian disebarluaskan kepada publik (Shapiro, 2013). Terdapat kriteria tertentu dimana informasi disebut akurat menurut standar jurnalistik. McQuaill (2005) menyampaikan tiga sudut pandang mengenai informasi yang akurat, yakni:

1. Sesuai dengan fakta peristiwa.
2. Sesuai dengan persepsi atau apa yang dibicarakan narasumber sebuah peristiwa.
3. Adanya konsistensi dalam paparan informasi di sebuah teks berita.

Dilihat dari arti per kata, kata “jurnalisme” dan “digital” mengandung pengertian yang berbeda. Jurnalisme mengandung arti luas yang mencakup upaya mencari, mengumpulkan dan menyebarkan informasi yang mengandung nilai penting dan berdampak signifikan bagi publik. Sementara digital menggambarkan urutan kode biner 0 dan 1 dalam suatu bahasa komputer (Feldman, 1997).

Kawamoto (2003) mendefinisikan jurnalisme digital sebagai sebuah praktik lama dalam konteks yang baru. Lebih spesifik, ia menyebutkan jurnalisme digital sebagai sintensis dari tradisi dan inovasi. Lebih lanjut, Kawamoto juga

mendefinisikan jurnalisme digital sebagai teknologi digital dalam memproduksi konten untuk publik secara umum. Beberapa contoh teknologi digital yang disebutkan *website*, digital audio *recorder*, dan *weblog* (Kawamoto, 2003).

Dalam makalah Bosch (2016) meneliti tentang penggunaan media digital oleh para wartawan di Afrika Selatan. Media digital yang dimaksudnya seperti surat kabar *online* (*e-paper)* oleh perusahan surat kabar *Mail & Guardian* serta *Financial Mail*. Selain itu, sosial media seperti Facebook dan Twitter juga digunakan oleh wartawan dengan tujuan untuk lebih menjangkau aundiens dan menciptakan keterlibatkan (*engagement*). Lebih lanjut, Bosch mengatakan, jurnalisme digital di Afrika Selatan berkembang dengan fokus kepada penggunaan *user generated content* yang menjadi fitur utama sosial media. Surat kabar tradisional di Afrika Selatan menggunakan Facebook, Twitter dan sosial media lainnya untuk bisa menjangkau *feedback* dari audiensnya (Bosch, 2016).

### 2.3.3 Media Massa dan Disabilitas

Media berfungsi dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tidak hanya itu, media juga berfungsi sebagai pembentuk opini masyarakat dengan berita yang disajikan (Salim, 2018, p.22). Bittner (1980) dalam (Hikmat, 2018, p.21) komunikasi massa dapat dikatakan sebagai komunikasi massa apabila pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Jika pesan disampaikan kepada banyak orang namun tidak menggunakan media massa, maka itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Dalam dunia jurnalistik, dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu media cetak seperti koran dan

majalah, media elektronik seperti televisi dan radio dan media online (Hikmat, 2018, p.30). Surat kabar memiliki empat ciri umum, yakni aktualitas, publisitas, perioditas dan universalitas.

1. Aktualitas, memiliki nilai waktu, nilai psikologis, nilai pengetahuan dan nilai sosial.
2. Publisitas, surat kabar akan diterbitkan secara teratur atau periodik.
3. Universalitas, berita dalam surat kabar memuat kejadian dan peristiwa yang terjadi di seluruh dunia dan membahas tentang segala aspek kehidupan manusia.

Pada dasarnya, setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing. Tidak hanya itu, media massa juga memiliki efek terhadap *audience.* Hikmat dalam buku Jurnalistik: *Literary Journalism,* efek media massa terhadap komunikan terdiri dari efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif. Dengan ketiga komponen tersebut akan membentuk *mass behavior* atau sikap komunikan (Hikmat, 2018, p.24).

1. Efek Kognitif

   Dalam komunikasi massa, efek yang akan ditimbulkan adalah efek kognitif di mana pesan yang disampaikan dapat memberikan informasi baru bagi *audience*. Media massa dapat membantu *audience* untuk memperoleh informasi yang bermanfaat atau informasi yang belum pernah dilihat maupun dikunjunginya.

2. Efek Afektif (Emosional)

Efek afektif berkaitan dengan perasaan atau emosi. Pesan yang disampaikan tidak hanya memberikan informasi baru, namun juga diharapkan dapat menimbulkan atau mengubah perasaan *audience*.

3. Efek Konatif (Perilaku)

Efek konatif merupakan efek yang meliputi sebuah Tindakan atau perilaku.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas, disabilitas adalah seorang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, atau sensorik dalam jangka waktu lama dan mengalami hambatan serta kesulitan dalam berinteraksi dengan lingkungan. Perserikatan Bangsa-Bangsa atau PBB menetapkan tanggal 3 Desember sebagai Hari Disabilitas Internasional atau *International Day of Persons with Disabilities*. Menurut Intergrasi Layanan Rehabilitas Sosial (Intel Resos), ciri-ciri Penyandang Disabilitas adalah mengalami hambatan dalam bekerja dan tidak mampu memecahkan masalah secara memadai. Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 pasal 4, ragam penyandang disabilitas meliputi: a. Penyandang Disabilitas Fisik; b. Penyandang Disabilitas intelektual; c. Penyandang Disabilitas mental; dan/atau d. Penyandang Disabilitas sensorik.

Dalam buku keberpihakan Media Terhadap Difabel (Salim, 2018, p.5), hasil pertemuan yang diselenggarakan oleh ILO Jakarta dan majalah Diffa, menemukan

berbagai alasan mengapa jumlah pemberitaan mengenai isu disabilitas sangat minim dan jarang dibahas oleh media.

1. Isu Disabilitas Dianggap Bukan Isu Seksi

   Salah satu alasan mengapa isu disabilitas belum menjadi bagian dari isu kemanusian, karena pemberitaan dianggap tidak seksi untuk diangkat. Hal ini membuat para jurnalis ragu untuk mengangkat pemberitaan mengenai Penyandang Disabilitas. Padahal isu disabilitas merupakan salah satu isu kemanusiaan yang harus mendapat perhatian khusus. Isu disabilitas akan memiliki nilai jika jurnalis mampu mengemas isu tersebut dengan menekankan pada etika jurnalistik.

2. Tuntutan Industrialisasi Media

   Bagi sebuah media, *rating* dan *traffic* sangat penting mengingat keduanya yang akan menentukan keberlangsungan media tersebut. Apabila *rating* dan *traffic* mengalami penurunan, maka media yang menaungi akan sulit untuk bertahan. Karena hal ini, isu disabilitas jarang diangkat karena kurangnya nilai pemberitaan terhadap isu tersebut.

3. Kurangnya Literasi dan Referensi Disabilitas

   Referensi dalam mengangkat sebuah isu sangatlah dibutuhkan oleh jurnalis agar hasil yang disajikan akurat dan sesuai dengan fakta yang ada. Akan tetapi, referensi mengenai disabilitas di Indonesia

masih sangat kurang dan ini mempersulit jurnalis dalam menyampaikan isu tersebut.

### 2.3.4 Media Inklusif

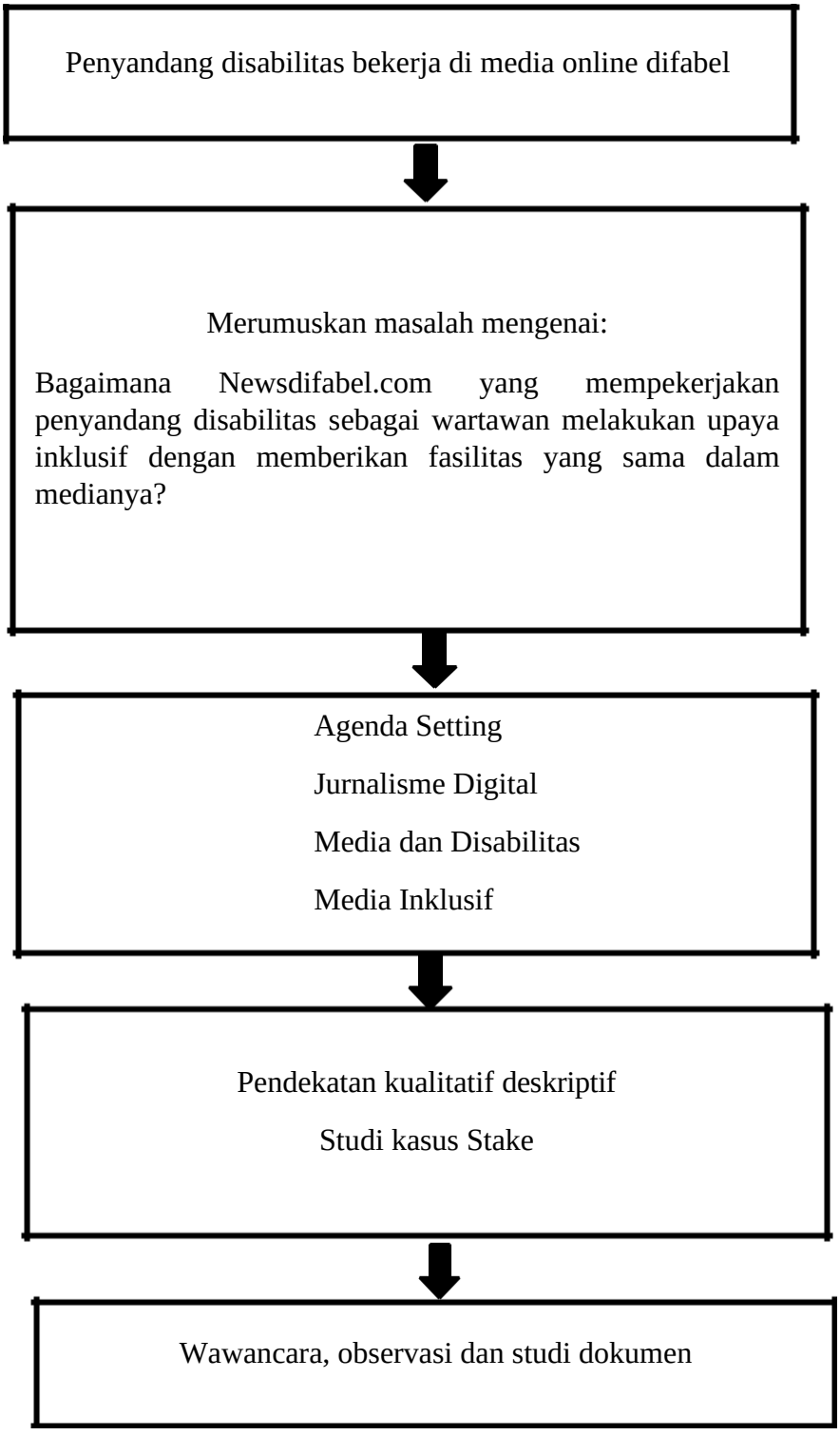
Inklusif berasal dari Bahasa Inggris *inclusive* yang artinya termasuk di dalamnya. Secara istilah berarti menempatkan dirinya ke dalam cara pandang orang lain/kelompok lain dalam melihat, dengan kata lain berusaha menggunakan sudut pandang orang lain atau kelompok lain dalam memahami masalah (Kompasiana.com, 2018).

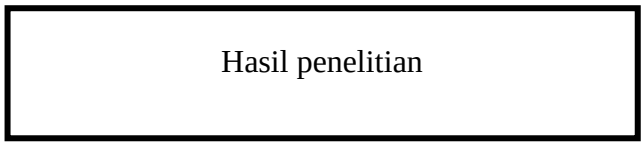
Komunitas dapat menjadi alat meningkatkan posisi tawar bagi para penyandang disabilitas atau difabel jika dikelola secara baik. Sehingga mampu menjadi alat untuk menyuarakan hak-haknya yang selama dinilai masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan (Kompasiana.com, 2018). Adapun media komunitas yang inklusif terhadap penyandang disabilitas yaitu, Kartunet.com. Kartunet.com media komunitas oleh kelompok tunanetra yang memperdayakan dan memberikan peluang bagi penyandang disabilitas untuk mengembangkan diri yang terbatas. Minimnya aksesbilitas untuk penyandang disabilitas dalam mengakses informasi, pendidikan, dan ekonomi membuat penyandang disabilitas membatasi kesempatan untuk mengaktualisasikan diri. Disisi lain, perkembangan teknologi informasi, khususnya mengatasi banyak keterbatasan yang dihadapi oleh penyandang disabilitas, seperti bicara kepada tunanetra (Kartunet.com).

Melalui situs Kartunet.com memberikan pandangan baru yang inklusif. Dalam hal tersebut, Kartunet.com mengharapkan masyarakat lebih mengenal dan

memahami bahwa penyandang disabilitas pun dapat berdaya, dan menerima disabilitas sebagai bagian dari keberagaman masyarakat.

## 2.4 Alur Penelitian






**Sumber: Buatan penulis**

Penelitian ini diawali dari sebuah fenomena yang terjadi adanya sebuah disabilitas dalam media online yang menjadi seorang jurnalis. Dalam studi bahwa penyandang disabilitas memiliki keterbatasan. Berawal dari keterbatasan tersebut, muncul sebuah pertanyaan bahwa bagaimana Newsdifabel.com yang mempekerjakan penyandang disabilitas sebagai wartawan melakukan upaya inklusif dengan memberikan fasilitas yang sama dalam medianya. Selain itu, bisa di lihat juga apa tujuan sebuah media online memakai penyandang disabilitas dalam redaksinya.

Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah disabilitas dalam media serta teori agenda setting. Dalam hal ini, peneliti menghubungkan konsep media dan disabilitas itu sendiri. Konsep ini menjadi landasan utama dalam penyusunan penelitian ini.

Untuk menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus dari Robert Stake. Dalam memilih metode studi kasus milik Stake ini karena metode ini memiliki sebuah peluang kebebasan dalam jawaban yang diberikan informan. Maka dari itu, tidak ada batasan sehingga ada potensi temuan-temuan baru sekiranya yang belum terpikirkan.