

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu untuk melihat celah penelitian sebagai perkembangan penelitian tentang “Penerapan Framing Dalam Proses Produksi Berita Berbasis Data di Media *Online*” sebagai pembandingan serta acuan untuk menyelesaikan masalah. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini antara lain:

a. Fake news practices in Indonesian newsrooms during and after the Palu earthquake: a hierarchy of influences approach

Penelitian Febbie Austina Kwanda & Trisha T. C. Lin (2020) meneliti praktik ruang berita dalam memberitakan berita bohong pasca bencana gempa dan tsunami Palu pada 28 September 2018 dari tiga jenis organisasi media berita di Indonesia yaitu media afiliasi dari perusahaan tertentu, media afiliasi kepada partai politik tertentu, dan media independen (Kwanda & Lin, 2020, p. 3).

Penelitian ini menggunakan metode observasi web yang digunakan untuk mengidentifikasi aliran informasi dan pola berita bohong di Indonesia selama bencana Palu pada 28 September 2018 dan menggunakan metode wawancara mendalam digunakan untuk menyelidiki praktik kerja jurnalis menulis selama bencana. Wawancara dilakukan dengan mengaitkan teori *Hierarchy of Influences* (Kwanda & Lin, 2020, p. 5).

Pada observasi web, peneliti menemukan bahwa kategori media afiliasi dari perusahaan tertentu yaitu *Kompas.com*. Media tersebut memiliki hubungan erat dengan perusahaan induknya yaitu Kompas Gramedia. Selain itu, *Kompas.com* merupakan media terbesar konglomerasi di Indonesia. Untuk kategori media afiliasi dari partai politik tertentu yaitu *Medcom.id*. Media tersebut bagian dari Media Group News yang dimiliki oleh seorang politisi, sedangkan untuk kategori terakhir, media yang independen tanpa karakteristik bisnis atau kepemilikan politik yaitu *Tempo.co* (Kwanda & Lin, 2020, pp. 5-6).

Hasil penelitian ini adalah dalam memberitakan berita bohong, pada penelitian ini dalam tingkat individu semua responden dari tiga jenis media di Indonesia mengatakan dirinya sudah profesional dan mengerti peran jurnalis sangat dipengaruhi oleh nilai jurnalistiknya sehingga mereka mengikuti prinsip jurnalisme barat seperti transparan dan tidak berpihak. Mereka secara hati-hati menangani pelaporan berita agar tidak terkena masalah hukum. Pada tingkat individu, responden dari tiga media mengakui mereka menggunakan kutipan pemerintah sebagai sumber utama saat membongkar berita bohong pasca bencana Palu. Selain itu, adanya prosedur dari koordinasi untuk tetap memverifikasi dengan mengirim reporter ke tempat dan selalu mencantumkan sumber resmi (Kwanda & Lin, 2020, p. 10).

Pada tingkat organisasi menunjukkan bahwa kebijakan editorial merupakan faktor penting dalam memberitakan berita bohong bencana Palu. Dari tiga jenis media tersebut, organisasi kebudayaan berbeda-beda seperti *Kompas.com* yang terkenal dengan jurnalisme ‘perdamaian’ atau

‘menginspirasi’ dan *Medcom.id* mengambil angle pendekatan yang manusiawi tentang pemulihan Palu bukan kerusakan atau korban tewas, sedangkan *Tempo.co* menjaga keseimbangan dengan cara melakukan jurnalisme investigasi dengan angle menutupi argumen dari pemangku kepentingan yang terlibat (Kwanda & Lin, 2020, pp. 12-13).

Relevansi penelitian ini adalah menjadi bukti bahwa keputusan media dalam proses produksi berita dipengaruhi salah satu level teori *Hierarchy of Influences* yaitu organisasi sehingga setiap media tidak ada yang objektif. Penelitian ini juga meneliti proses produksi berita berbasis data sehingga teori *Hierarchy of Influences* bisa digunakan.

b. Data journalism and democracy: how American mass media framed the 2016 presidential campaign in the United States using data visualization

Penelitian Iuliia Alieva meneliti mengenai peran visualisasi data dalam pemberitaan media kampanye presiden 2016 di Amerika Serikat dengan fokus pada proyek visualisasi data dari *The New York Times* dan *The Washington Post*. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana jurnalis kedua media tersebut mengimplementasikan data teknik visualisasi dan menghubungkan teori *framing* dalam proses visualisasi tersebut (Alieva, 2017, p. 2).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sebab penelitian ini melakukan pengumpulan informasi melalui wawancara dan analisis tekstual dan visual deskriptif tentang pengalaman dan praktik profesional dari para pekerja *The New York Times* dan *The Washington Post* yang memvisualisasikan

data dalam pemberitaan media kampanye presiden 2016 di Amerika Serikat (Alieva, 2017, p. 21).

Penelitian ini menemukan bahwa tim data terdiri dari orang-orang yang memiliki keahlian berbeda seperti jurnalis, ilmuwan, ilustrator, dan desainer. Semua tim memiliki pengetahuan umum dan pengalaman tentang data sehingga dalam mengusulkan ide mereka cenderung belajar dari pengetahuan dan pengalamannya (Alieva, 2017, p. 50).

Tim redaksi memiliki data terlebih dahulu dan mencoba menemukan ide untuk dijadikan berita lalu dibuat visualisasinya. Mereka mencari dan memiliki data yang menarik dan disukai oleh khalayak. Pada pemilihan visualisasi, tim data lebih memilih grafik yang mudah dikenali dan sederhana seperti garis, batang, dan peta sehingga pesan berita tersampaikan (Alieva, 2017, pp. 55-58).

Tantangan yang dihadapi jurnalis data dalam memvisualisasikan data dalam pemberitaan media kampanye presiden 2016 di Amerika Serikat yaitu banyaknya data yang harus dianalisis dan disajikan kepada khalayak sehingga mudah dipahami. Terkadang mereka harus mengurangi bentuk-bentuk atau animasi visual agar pesan tersampaikan (Alieva, 2017, p. 73).

Relevansi pada penelitian ini adalah peneliti bisa mengetahui bahwa jurnalisme data dan konsep *framing* memungkinkan untuk diteliti. Namun, peneliti akan melihat konteksnya pada media dan berita berbasis jurnalisme data di Indonesia.

c. Kebijakan Redaksional Surat Kabar *Republika* Dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*

Penelitian Muhammad Tohir meneliti tentang kebijakan redaksi surat kabar *Republika* dalam memilih berita untuk dijadikan *headline*. Penelitian ini berasumsi bahwa berita yang dijadikan *headline* sebagai peristiwa yang penting sehingga media sangat berperan membentuk opini publik. Pemilihan *headline* media dituntut untuk bersikap adil dan netral namun pada kenyataannya media memiliki konstruksi sesuai dari pandang media tersebut (Tohir, 2013, pp. 4-5).

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yang bersifat kualitatif dengan memfokuskan penelitian ini dalam perspektif teori *Hierarchy of Influences* yaitu individu, rutinitas media, organisasi, luar media, dan ideologi (Tohir, 2013, pp. 7-8).

Temuan penelitian ini adalah kebijakan redaksional surat kabar *Republika* dalam menentukan *headline* mengacu pada konsep standar *headline* yaitu informasi yang menarik dan berkualitas. Dalam penerapannya dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu pada faktor individu, tidak berdampak luas terhadap isi berita karena masing-masing jurnalis harus mengikuti misi dan visi *Republika*. Pada faktor rutinitas media merupakan faktor yang berpengaruh pada isi berita seperti kriteria dan standar di surat kabar *Republika* yang sudah ditentukan dari media itu sendiri. Faktor organisasi, kekuasaan tertinggi di *Republika* adalah pemilik media namun yang mempengaruhi berita atau keputusan sepenuhnya milik pemimpin redaksi. Pada faktor ekstra media, pengaruh isi berita di *Republika* berasal dari sumber berita, iklan, khalayak

kontrol dari pemerintah, dan persaingan pasar, sedangkan faktor ideologi sangat berpengaruh pada isi berita di *Republika* karena ideologi yang dianut oleh media tersebut adalah ideologi pemilikinya yakni berkebangsaan, kerakyatan, dan keislaman (Tohir, 2013, pp. 84-88).

Dari temuan di atas dapat disimpulkan faktor yang lebih memengaruhi isi berita *headline* di *Republika* adalah faktor organisasi dan ideologi. Sebab, memang pemegang kekuasaan tertinggi di *Republika* adalah pemilih media, tetapi yang memengaruhi isi berita adalah pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana. Pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana dalam menentukan berita tentunya tidak terlepas dari ideologi *Republika* yang berkebangsaan, kerakyatan, dan keislaman (Tohir, 2013, p. 88).

Penelitian ini memiliki perbedaan terhadap penelitian yang hendak diteliti. Hal ini dikarenakan penelitian ini berfokus pada media surat kabar, sedangkan peneliti hendak meneliti media jurnalisme data. Meskipun begitu, hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan khususnya pada konsep Teori *Hierarchy of Influences*.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul	Hasil Penelitian	Relevansi
Fake news practices in Indonesian newsrooms during and after the Palu earthquake: a hierarchy of influences approach	Media <i>Kompas.id</i> , <i>Medcom.id</i> , dan <i>Tempo.co</i> menyadari profesional dan peran jurnalis sangat dipengaruhi oleh nilai jurnalistiknya sehingga mengikuti prinsip jurnalisme barat yaitu transparan dan tidak berpihak. Pada tingkat organisasi menunjukkan bahwa kebijakan editorial merupakan faktor penting dalam memberitakan berita bohong	Menjadi bukti bahwa keputusan media dalam proses produksi berita dipengaruhi salah satu level teori <i>Hierarchy of Influences</i> yaitu organisasi sehingga setiap media tidak ada yang objektif. Penelitian ini juga meneliti proses produksi berita berbasis

	bencana Palu. Dari tiga jenis media tersebut, organisasi kebudayaan berbeda-beda.	data sehingga teori <i>Hierarchy of Influences</i> bisa digunakan.
Data journalism and democracy: how American mass media framed the 2016 presidential campaign in the United States using data visualization	Jurnalis <i>The New York Times</i> dan <i>The Washington Post</i> dalam menentukan ide untuk konten visualnya, mereka belajar dari pengetahuan dan pengalamannya kemudian didiskusikan dengan timnya, sedangkan dalam memilih bentuk visualnya, mereka memilih grafik yang mudah diingat dan dipahami khalayak. Mereka juga mengalami tantangan yaitu terkadang harus mengurangi bentuk-bentuk visual atau animasi agar pesan yang penting tersampaikan.	Peneliti bisa mengetahui bahwa jurnalisme data dan konsep framing memungkinkan untuk diteliti. Namun, peneliti akan melihat konteksnya pada media dan berita berbasis jurnalisme data di Indonesia.
Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika Dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi Headline	Faktor memengaruhi isi berita headline di Republika adalah faktor organisasi dan ideologi. Sebab, memang pemegang kekuasaan tertinggi di Republika adalah pemilik media, tetapi yang memengaruhi isi berita adalah pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana. Pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana dalam menentukan berita tentunya tidak terlepas dari ideologi Republika yang berkebangsaan, kerakyatan, dan keislaman	Penelitian ini berfokus pada media surat kabar, sedangkan peneliti hendak meneliti media jurnalisme data. Meskipun begitu, hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan khususnya pada teori <i>Hierarchy of Influences</i>

Sumber: Olahan Peneliti

2.2 KONSEP DAN TEORI

2.2.1 Framing

Framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh pekerja media ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu akan menentukan fakta apa yang diambil, bagaimana yang ditonjolkan dan

dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto, 2002, p. 79). Dalam merekonstruksi suatu realitas, wartawan cenderung dipengaruhi pengalaman serta pengetahuannya sehingga membatasi atau menyeleksi sumber berita, menafsirkan komentar-komentar sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif yang muncul dalam wacana media (Sobur, 2009, p. 116).

Menurut Sobur (2009, pp. 163-164) kata penonjolan tersebut tidak dimaknai sebagai bias, tetapi secara ideologis sebagai strategi wacana yaitu upaya media menginformasikan pada publik tentang pandangan tertentu agar pandangan tersebut mudah dipahami dan diterima. Penonjolan merupakan salah satu proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang ditonjolkan oleh media memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian khalayak. Hal ini berhubungan dengan penulisan fakta. Penulisan dipengaruhi oleh pemilihan kata, kalimat, gambar tertentu untuk ditampilkan yang mengakibatkan khalayak masuk dalam pemahaman realitas yang terjadi.

Etmaan dalam Eriyanto (2002, p. 21) mengatakan bahwa *framing* dilakukan oleh media dengan menyeleksi isu dan mengabaikan isu lainnya. Oleh sebab itu, penelitian ini meneliti dari segi jurnalis atau pekerja media *online* dengan meneliti cara pandang untuk menonjolkan dan menghilangkan sebuah proses berita berbasis data.

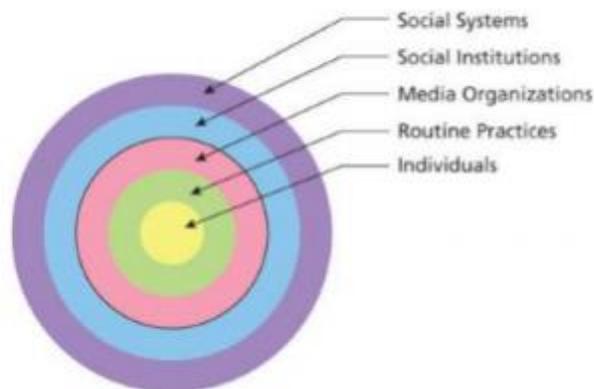
Secara umum terdapat dua aspek dalam *framing*. Pertama, memilih fakta atau realitas. Proses memilih fakta berdasarkan pada asumsi wartawan melihat peristiwa dengan perspektif. Dalam memilih fakta juga terdapat dua

kemungkinan, yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Aspek kedua, berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih akan disajikan kepada khalayak. Gagasan ini diungkapkan melalui kata, kalimat, dan proposisi dengan bantuan foto, gambar, dan sebagainya (Eriyanto, 2002, p. 81).

2.2.2 Hierarchy of Influences

Teori hirarki pengaruh dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese. Dalam teorinya, Shoemaker dan Reese (2014, p. 9) menjelaskan terdapat beberapa pengaruh dalam pemberitaan media. Pengaruh ini dibagi ke dalam beberapa level.

Gambar 2.1 Lima Lapisan dalam Teori *Hierarchy of Influences*



Sumber: Shoemaker & Reese, 2014

1. Individual

Faktor ini terjadi karena setiap tindakan dipengaruhi oleh subjektivitas pribadi dan pengalaman hidup. Menurut Shoemaker dan Reese (2014, p. 209) terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi individu, yaitu pertama karakteristik, latar belakang, dan pengalaman individu

(seperti etnis, gender, pendidikan, dan orientasi seksual). Kedua, sikap, pandangan, nilai, dan kepercayaan yang sedang dianut. Ketiga, latar belakang, peran, dan pengalaman yang berkaitan dengan konteks profesional. Keempat, kekuasaan individu dalam organisasi tersebut.

Faktor pertama yang ditinjau dari latar belakang individu adalah etnis, gender, pendidikan, dan orientasi seksual, pendidikan, dan kelas sosial individu. Pada segi etnis Shoemaker dan Reese (2014, p. 211) mengatakan bahwa ruang redaksi yang memiliki keberagaman etnis akan menghasilkan konten media yang lebih baik. Sementara, dari segi gender mencatat bahwa adanya proporsi jurnalis laki-laki dan perempuan dalam ruang redaksi dapat berbeda tergantung dari mediumnya, misalnya pada isu seperti *news magazine* memiliki proporsi perempuan yang lebih banyak. Kemudian, pada segi pendidikan menurut Shoemaker dan Reese (2014, p. 214) akan membentuk profesi dan nilai-nilai individu yang kemudian dibawa dalam dunia kerja.

Faktor kedua yang memengaruhi individu menurut Shoemaker dan Reese (2014, pp. 218-226), yaitu sikap, pandangan, nilai, dan kepercayaan yang sedang dianut. Nilai individu bisa dipengaruhi oleh nilai budaya yang berlaku. Namun, hal ini menyesuaikan budaya masing-masing negara. Shoemaker dan Reese (2014, pp. 218-226) juga mengatakan bahwa jurnalis dapat dipengaruhi dari kepercayaan atau agama yang mereka anut.

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi individu menurut Shoemaker dan Reese (2014, pp. 228-237) adalah latar belakang, peran, dan

pengalaman yang berkaitan dengan konteks profesional. Profesionalisme dalam konteks jurnalistik yaitu bagaimana menciptakan konten yang dapat dipertanggungjawabkan, tidak bias, memiliki kepuasan yang lebih baik dalam pekerjaan dan menunjukkan performa yang baik dan meningkat.

Faktor keempat yang dapat memengaruhi individu menurut Shoemaker dan Reese (2014, p. 234) adalah kekuasaan individu dalam organisasi. Beberapa etika yang harus dipegang jurnalis, seperti disiplin verifikasi independensi, dan independensi dari yang memiliki kekuasaan, dan kesetiaan pada masyarakat.

2. Media Rutin

Dalam level ini, Shoemaker dan Reese (2014, pp. 164-203) membagi tiga sumber rutinitas media, yaitu audiens, organisasi, dan sumber konten. Dari segi audiens, Shoemaker dan Reese (2014, p. 169) menjelaskan bahwa audiens bisa dilihat sebagai konsumen sekaligus produsen berita sehingga sebagai konsumen, audiens dapat memilih berita yang disukai, dianggap penting, dan menarik. Untuk itu, keduanya menjelaskan bahwa media menciptakan beberapa rutinitas seperti mempertimbangkan nilai berita dan kelayakan berita.

Dari segi organisasi media, ada beberapa rutinitas yang diterapkan yaitu melakukan proses penyaringan informasi dalam redaksi atau gatekeeping, berlangganan konten dari kantor berita untuk menjamin kualitas informasi, seperti event, penetapan deadline, dan groupthink (Shoemaker & Reese, 2014, pp. 178-185). Dari segi sumber, menurut

Shoemaker dan Reese (2014, pp. 186-190) ada beberapa sumber yang digunakan oleh media dalam rutinitasnya, seperti sumber eksternal (wawancara, pidato, laporan, perusahaan), sumber dari hubungan masyarakat (konferensi pers, rilis pers), saluran informasi (observasi, polling, internet, jurnal ilmiah), sumber resmi, dan sumber dari pakar

3. Organisasi

Pada level ini, Shoemaker dan Reese (2014, pp. 139-154) menjelaskan peran faktor organisasi pada konten media, seperti kepemilikan media, kebijakan dan peraturan media, tujuan organisasi keanggotaan, interaksi dengan organisasi lain, struktur birokrasi, kelangsungan dan stabilitas ekonomi. Shoemaker dan Reese berargumen bahwa level organisasi, terutama pemilik media memiliki peran penting dalam menentukan konten.

4. Institusi Sosial

Level keempat adalah level pengaruh yang masuk dalam kategori dari luar organisasi media atau *extramedia* level. Shoemaker dan Reese (2014, p. 95) menjelaskan bahwa institusi sosial berperan banyak pada konten media terutama isu politik. Beberapa faktor yang berperan menentukan konten media yang disebut Shoemaker dan Reese (2014, pp. 108-129) adalah sumber informasi media, pengiklan, hubungan masyarakat, kontrol pemerintah atas media, dan perubahan pasar.

5. Sistem sosial

Level yang terakhir dalam teori hirarki pengaruh Shoemaker dan Reese (2014, pp. 64-94) masuk dalam kategori ekstra-media yaitu sistem sosial. Menurut Shoemaker dan Reese (2014, p. 93), faktor sistem sosial yang berperan menentukan konten media yaitu pemerintah, ekonomi, dan agama.

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada level-level teori *Hierarchy of Influences* itu sendiri untuk menjawab bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi proses produksi berita berbasis data di media *online*. Namun, peneliti hanya berfokus kepada tiga level yaitu level individu, rutinitas media, dan organisasi.

2.2.3 Jurnalisme Data

Jurnalisme data merupakan kegiatan jurnalistik yang menggunakan data sebagai inti dari cerita dalam sebuah berita (Bradshaw, 2017, p. 2). Pencarian informasi dengan menggunakan data di dunia jurnalistik sudah ada sejak 1980-an yang dikenal sebagai metode *computer-assisted reporting* (CAR) dan semakin berkembang di awal abad 21 dengan kemampuan menganalisis dan visualisasi data dalam bidang jurnalistik (Houston, 2019, p. 1).

Teknik-teknik *computer-assisted reporting* (CAR) juga disebut jurnalisme data yang sering menjadi tempat untuk para jurnalis yang tidak memiliki latar belakang ilmu komputer (Houston, 2019, p. 4). Menurut Knight (2015, p. 56) menyatakan bahwa jurnalisme data merupakan warisan

dua praktik jurnanisme yang lebih tua yaitu infografik dan pelaporan dibantu komputer *computer-assisted reporting* (CAR).

Jurnalisme data awalnya digunakan oleh redaksi *The Guardian* dengan mengolah informasi digital sehingga menjadi ramah pembaca dan tidak lama kemudian jurnalisme data mulai berkembang dalam berbagai format. Jurnalisme data juga menggunakan sumber dan peralatan yang berbeda. Jurnalisme data didasarkan pada ketersediaan data terbuka (*open data*) yang bisa diakses oleh publik dan diolah dengan perangkat lunak terbuka (*open source*) (Stampfl, 2016, para.4-6).

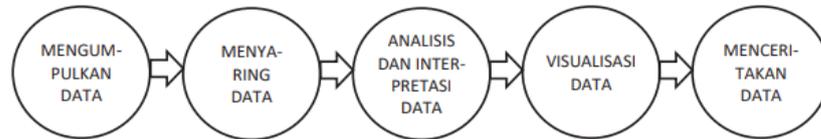
Kehadiran jurnalisme data menawarkan perspektif di masa depan sehingga perubahan ini disambut baik oleh beberapa media. Dengan menggunakan data dapat mengubah sesuatu yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat dipahami dengan mengetahui perkembangan tertentu sehingga tidak hanya mengandalkan opini narasumber (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 4).

Badri (2017, p. 362) membagi proses kerja jurnalisme data menjadi lima tahapan, yaitu:

1. Mengumpulkan data dari berbagai sumber sesuai topik yang akan diberitakan
2. Menyaring data untuk memisahkan dan membersihkan data
3. Melakukan analisis dan interpretasi dan melalui perangkat komputer untuk melihat perbedaan, tren, dan korelasi
4. Memvisualkan data dalam berbagai bentuk grafik interaktif atau statis

5. Menceritakan data dengan narasi berita

Gambar 2.2 Proses Kerja Jurnalisme Data



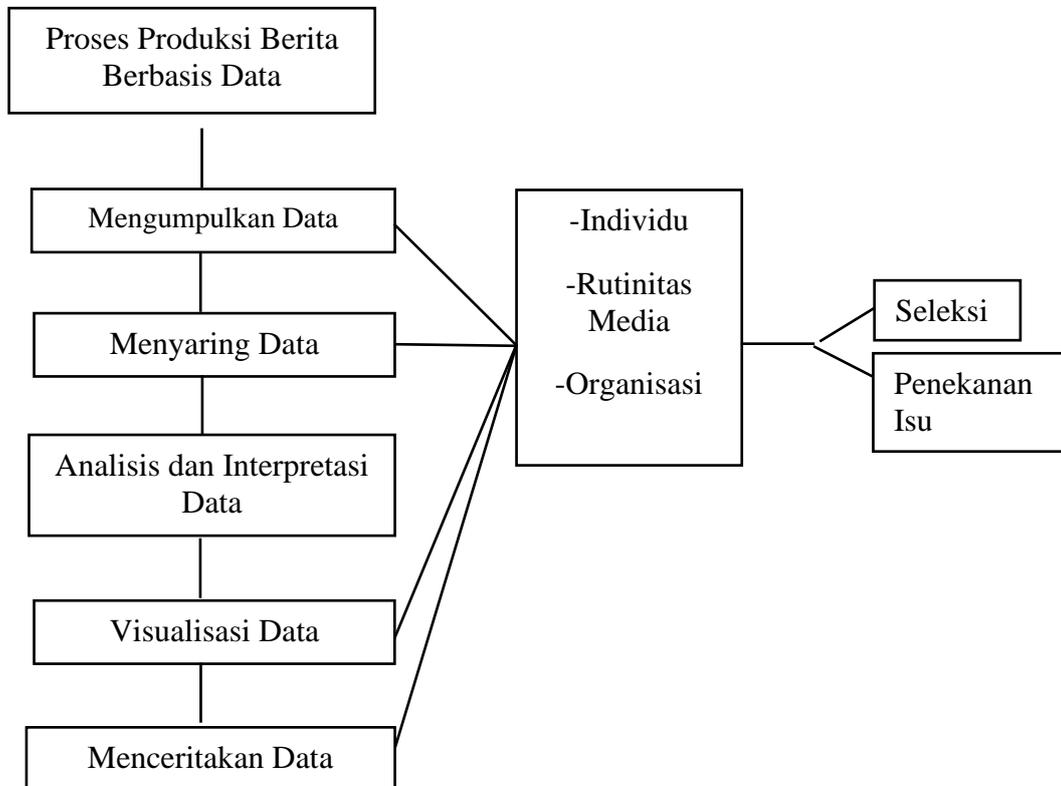
Sumber: Badri (2017, p. 362)

Proses kerja jurnalisme data yang dikemukakan oleh Badri (2017, p. 362) menjadi acuan peneliti untuk meneliti proses alur kerja media *online* dalam memproduksi suatu berita berbasis data.

2.3 ALUR PENELITIAN

Pandangan paradigma konstruktivis beranggapan bahwa berita merupakan hasil konstruksi media yang telah disusun sehingga suatu informasi yang diberitakan ke publik mengandung berbagai macam sudut pandang. Selain itu, teori *Hierarchy of Influences* Shoemaker dan Reese (2014) yang dijadikan acuan pada penelitian ini, terdapat lima lapisan. Seleksi tersebut akan menghasilkan pemingkakan pada sebuah informasi atau berita. Namun, pada penelitian ini berfokus berdasarkan tiga lapisan, yaitu individu, media rutin, dan organisasi.

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti