

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan sebuah penelitian yang sudah ada sebelumnya. Adanya penelitian terdahulu dalam penelitian, berperan sebagai batas pembahasan peneliti dalam mengembangkan penelitian. Selain itu, dapat digunakan sebagai pembaharuan sebuah penelitian ataupun jawaban dari persoalan yang belum terselesaikan pada penelitian sebelumnya. Untuk itu, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan topik peneliti.

##### **2.1.1 Penelitian Terkait Media dan Korupsi**

Korupsi sendiri tentunya dapat merugikan masyarakat dan berbagai aspek lainnya (Leliana et al., 2021, p. 60). Bagi media, isu terkait korupsi ini menjadi sebuah peristiwa yang sangat layak untuk diberitakan karena kaya dengan elemen-elemen nilai berita. Tindakan korupsi sendiri memiliki dampak yang negatif pada pembangunan ekonomi (Besley & Burgess, 2001; Vaydia, 2001 dalam Mancini et al., 2016, p. 2).

Kebanyakan penelitian terkait media dan korupsi lebih menganalisis mengenai teks berita dengan menggunakan analisis *framing*. Salah satu penelitiannya berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Penangkapan Juliari Batubara dalam Korupsi Dana Bansos COVID-19 pada Kompas.com” yang ditulis oleh Prawinda Putri Anzari dan Nadya Pramudiana Fariza (2021) menganalisis mengenai *framing* dari pemberitaan dari penangkapan Juliari Batubara terkait kasus suap dana bansos COVID-19 di *Kompas.com*. Anzari dan Fariza (2021, p. 41) mengungkapkan bahwa media dapat melakukan pembingkaihan terhadap suatu berita dengan sudut pandang yang berbeda walaupun dengan satu peristiwa. Hal tersebut dapat dilihat dengan menggunakan analisis *framing*.

Temuan dari Anzari dan Fariza (2021) mengungkapkan bahwa pembingkaihan yang dilakukan oleh *Kompas.com* dalam menyampaikan berita, berupa citra positif dari Juliari Batubara yang bersedia bekerja sama dengan KPK di saat peristiwa korupsi yang sedang dijelankannya. *Framing* yang dilakukan oleh *Kompas.com* juga berfokus pada individu dari Juliari sendiri, dengan mengesampingkan bahwa Juliari merupakan tersangka oleh KPK. Kemudian, ditemukan pula adanya bias dalam pemberitaan yang tergambar pada pemberitaan mengenai Juliari seakan-akan sebagai tokoh yang penting, bukan mengenai liputan yang memaparkan secara khusus kronologi kasus korupsi (Anzari & Fariza, 2021, p. 47).

Tidak hanya para petinggi negara, kasus korupsi ini juga dapat terjadi di kalangan pegawai pemerintahan, salah satunya PNS (Pegawai Negeri Sipil). Banyaknya kasus korupsi dikalangan PNS ini merupakan sebuah *trendsetter* korupsi (Launa, 2019, p. 98). Launa (2019) menganalisis tiga pemberitaan korupsi yang dilakukan oleh PNS pada media daring *Merdeka.com* dengan metode analisis *framing*.

Dalam penelitiannya, Launa (2019) mengungkapkan bahwa *Merdeka.com* memandang kasus korupsi yang dilakukan oleh PNS tersebut merupakan beban bagi anggaran negara, terlebih para PNS tersebut masih berstatus aktif dan belum dikeluarkan. Selain itu, pemberitaan *Merdeka.com* dinilai memberikan citra yang negatif kepada pemerintah yang dapat dilihat dari ketiga penonjolan kalimat pada teks berita (Launa, 2019, p. 109).

Selanjutnya, Mancini et al. (2016) melakukan analisis liputan mengenai korupsi dan isu sejenis dari tiga negara demokratis di Eropa, yaitu Inggris, Prancis, dan Italia. Dalam penelitiannya, Mancini berpedoman bahwa pers yang bebas merupakan kabar buruk bagi korupsi (Mancini et al., 2016, p. 2). Hal tersebut dapat berarti bahwa pers atau media dapat mengurangi perilaku koruptif dengan menyebarkan dan memperkuat sentimen atau emosi dari rasa malu dan geram.

Mancini (2016, p. 3) menemukan bahwa kebebasan pers bukanlah satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi kemampuan dan cara media dalam melakukan liputan mengenai korupsi karena perlu adanya pertimbangan dari faktor lain. Peliputan berita mengenai isu korupsi dapat dipengaruhi oleh struktur sistem media yakni pada sektor komersial dan segmentasi pasar.

Selain itu, adanya hubungan antara media dan politik juga dapat menjadi salah satu faktor pertimbangan, karena dengan adanya *political parallelism* (ikatan antara medium dan aktor politik) dapat memengaruhi kerja jurnalis. Pengaruh tersebut dapat berupa pihak jurnalis dapat menyerang lawan politik dan perusahaan atau membela tokoh yang dekat dengan jurnalis. Mancini menemukan bahwa setiap perusahaan media menawarkan perbedaan gambaran pemberitaan mengenai korupsi, tergantung dari target khalayak spesifik yang dituju (Mancini et al., 2016, p. 18).

Dalam memberitakan kasus korupsi, media Italia cenderung mendramatisasi dan menekankan pada kasus yang melibatkan tokoh publik, khususnya politisi (Mancini et al., 2016, p. 1). Media Italia seringkali memiliki tujuan tertentu dengan mengutamakan kepentingan pribadi, dibandingkan dengan kepentingan umum dalam membuat berita, yang mana dapat dilihat dari pemberitaan yang ada di surat kabar. Liputan dari media Inggris sendiri dipengaruhi oleh persaingan dan segmentasi dari pasar media dengan lebih mementingkan isu yang terjadi di luar negeri dan isu olahraga. Sementara, media Perancis dalam memberitakan kasus korupsi, khususnya surat kabar, berfokus pada kasus yang melibatkan perusahaan bisnis, aktor asing, dan politisi dalam negeri (Mancini et al., 2016, p. 18).

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu di atas, peneliti masih melihat bahwa isu media dan korupsi sendiri masih banyak berfokus pada pembedaan dari media. Pembedaan dari media sendiri berfokus pada teks yang berarti bagaimana media memproduksi sebuah pemberitaan. Oleh

karena itu, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai isu media dan korupsi dengan fokus pada khalayak.

### **2.1.2 Penelitian Terkait *Audience Framing***

Kajian-kajian mengenai *framing* telah lama menjadi fokus dalam riset-riset media dan komunikasi. Konsep *framing* oleh para peneliti dibagi menjadi dua konsep yaitu pembingkai dalam komunikasi dan pembingkai dalam pemikiran (Chong & Druckman, 2007 dalam Juni et al., 2021, p. 110). *Framing* dalam komunikasi mengacu kepada pembingkai media massa dalam menyajikan informasi kepada khalayak. Pembingkai dalam komunikasi sendiri dapat mengarahkan khalayak dalam memahami sebuah peristiwa dan merumuskan pendapat (Juni et al., 2021, p. 110).

Menurut Entman (1993, p. 52), terdapat faktor-faktor penting dari *framing* yaitu seleksi (*selection*) dan arti-penting (*saliency*). Entman menjelaskan pula bahwa *framing* yakni pemilihan beberapa aspek realitas dan membuatnya lebih menonjol untuk mengevaluasi pesan yang disampaikan. Hal tersebut merupakan penjelasan bagaimana media memberikan skema kepada khalayak untuk menginterpretasikan suatu peristiwa (Scheufele, 1999, p. 107). Salah satu penelitian yang membahas mengenai *audience framing* adalah penelitian milik Setianto & Luo (2016) yang membahas mengenai bagaimana khalayak Malaysia dan China membingkai pemberitaan media nasional mereka mengenai insiden pesawat MH370 milik Malaysia. Selain mencari pembingkai khalayak, pada penelitian ini juga mencari tahu perbedaan dan persamaan dari kedua khalayak ketika membingkai isu dari media nasional mereka (Setianto & Luo, 2016, p. 2).

Setianto dan Luo (2016) menemukan bahwa suatu peristiwa dapat dibingkai secara berbeda oleh khalayak dari dua sistem media yang berbeda. Selain itu, kepentingan masing-masing negara juga memengaruhi bagaimana khalayak menginterpretasikan berita yang mereka baca serta

adanya faktor status sosial-ekonomi dan nilai budaya juga memengaruhi pembingkaiian peristiwa pesawat MH370 (Setianto & Luo, 2016, pp. 24-25). Surat kabar di Malaysia mendeskripsikan peristiwa tersebut sebagai bencana nasional dan khalayak menerima pembingkaiian yang dibuat media tersebut. Sementara itu, surat kabar China melaporkan bagaimana rasa putus asa keluarga korban, yang mayoritas korban kecelakaan pesawat merupakan warga China, selama melakukan pencarian (Setianto & Luo, 2016, p. 24).

Kebanyakan penelitian yang membahas mengenai *audience* atau khalayak, jarang membahas bagaimana khalayak membingkai suatu peristiwa berita. Penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada bagaimana khalayak melakukan persepsi. Salah satu penelitiannya berjudul “Influencing Audience Perceptions: How Fox News, CNN & MSNBC Portray Climate Change in 2019” yang ditulis oleh Grace McMeekin. McMeekin (2020, p. 74) menganalisis liputan berita televisi kabel mengenai perubahan iklim di Amerika Serikat serta mengidentifikasi pembingkaiian media dan *agenda setting*.

Temuan McMeekin (2020) menunjukkan bahwa tiga siaran televisi kabel turut ambil bagian dalam pembentukan opini khalayak. Adanya kecenderungan dari orang Amerika Serikat lebih mempercayai sumber berita dari televisi kabel dibandingkan dengan televisi lokal (McMeekin, 2020, p. 80). Selain itu, liputan mengenai isu perubahan iklim yang ditayangkan oleh Fox News, CNN, dan MSNBC menggambarkan afiliasi politik dari masing-masing saluran pemberitaan.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu mengenai *audience framing*, peneliti menemukan masih kurangnya kajian jurnalistik mengenai khalayak yang membahas khusus mengenai pembingkaiian dari khalayak. Banyak penelitian lebih mengarah pada kajian mengenai persepsi dari *audience*. Joseph A. DeVito menjelaskan bahwa secara definitif, persepsi dapat diartikan sebagai proses yang membentuk khalayak menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang diberikan dapat memengaruhi indra

seseorang (Mulyana, 2016, p. 180). Kemudian, studi lainnya yang membahas mengenai khalayak yaitu studi resepsi yang mencoba untuk memberi makna dari pemahaman teks media dengan memahami bagaimana khalayak menginterpretasikan karakter dari teks media (Briandana & Azmawati, 2020, p. 58). Intinya, resepsi lebih kepada penggalan makna dan pengalaman apa yang ditimbulkan oleh khalayak berdasarkan produk media berupa teks. Menurut Eriyanto (2002, p. 78) *framing* dapat diartikan sebagai suatu pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana suatu realitas dapat terbentuk dan dikonstruksikan oleh media.

Sementara itu, *audience framing* sendiri lebih menekankan kepada proses dari interpretasi *framing media* oleh khalayak berdasarkan pengetahuan, pengalaman, serta interaksi lingkungan sosial (Hapsari, 2013, p. 493). Kemudian, untuk kajian mengenai *audience framing* sendiri belum banyak yang membahas mengenai isu media dan korupsi. Melihat fenomena tersebut, peneliti mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana pembingkaihan khalayak dari pemberitaan yang dihasilkan oleh media terkait isu korupsi.

## 2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

### 2.2.1 Teori *Framing*

Pada awalnya, *frame analysis* digagas oleh Erving Goffman yang mengartikan bagaimana seseorang menggunakan ekspektasinya untuk memahami kehidupan sehari-hari (Baran & Davis, 2015, p. 317). Goffman mengatakan bahwa kita seringkali secara terus menerus mengubah cara kita mendefinisikan atau menggambarkan situasi dan tindakan seiring berjalannya waktu. Kata "*frame*" menurut Goffman dipahami sebagai anggapan khusus untuk menjelaskan situasi sosial pada waktu tertentu.

Selanjutnya, Goffman mengembangkan penggunaan *frame* yang digunakan oleh media dengan adanya *hyperritualized representations* yang dapat diartikan sebagai konten media yang dibuat untuk menyoroti suatu tindakan yang paling bermakna (Baran & Davis, 2015, p. 320). *Framing*

dalam media, juga dapat diartikan sebagai sebuah pembingkai atas suatu peristiwa yang dibingkai dengan baik, tetapi media lain dapat melakukan pembingkai dengan sudut pandang yang buruk. Hal ini mengakibatkan antara satu media dengan media lainnya dapat menghasilkan pembingkai yang berbeda (Abdullah & Permana, 2020, p. 88). Menurut Chong dan Druckman (2007, p. 104), pembingkai atau *framing* dapat diartikan sebagai sebuah proses di mana seseorang mengembangkan konsep tertentu dari sebuah isu atau mengorientasikan ulang pemikiran mereka tentang suatu masalah.

Selain itu, *framing* dapat diartikan sebagai analisis guna mengetahui bagaimana realitas, seperti peristiwa dibingkai oleh media atau sebuah metode untuk melihat cara bercerita media terhadap suatu peristiwa (Eriyanto, 2002, pp. 3-10). Cara melihat tersebut dapat dilihat dari realitas berita. McQuail menyebutkan bahwa ketika jurnalis membingkai suatu isu, mereka akan menggunakan frasa atau kata tertentu, merujuk pada sumber tertentu, serta memberikan contoh sebagai ciri khas (Chang, 2009, p. 6). Dimitrova dan Strömbäck (2005, p. 404) mendefinisikan *framing* secara luas yakni merujuk kepada metode atau cara media massa dalam mengatur dan mempresentasikan isu ataupun peristiwa. Teori pembingkai berfokus pada bagaimana khalayak membingkai sebuah isu yang disampaikan oleh media sebagai salah satu sumber informasi. Proses *framing* sendiri dikatakan sebagai suatu analisis untuk mengetahui realitas, salah satunya yaitu peristiwa, yang dibingkai oleh media melalui proses konstruksi (Eriyanto, 2002, p. 3). *Framing* sendiri digunakan sebagai cara media untuk menceritakan suatu peristiwa dengan cara pandang mereka yang dikemas menjadi sebuah berita.

Menurut Entman (1993, p. 52), *frame* secara khusus mengeksplorasi elemen yaitu mendiagnosa, mengevaluasi, dan menentukan. Entman membagi elemen *frame* ke dalam empat poin yaitu *define problem* yang berarti menjelaskan penyebab yang dilakukan, *diagnose causes* yaitu

mengidentifikasi sesuatu dari permasalahan, *make moral judgement* yaitu mengevaluasi penyebab dan efeknya, serta *suggest remedies* yaitu menawarkan jalan keluar terhadap permasalahan dan efeknya. Proses pembedingkaian tersebut sudah melalui tahap proses konstruksi (Eriyanto, 2002, p. 3).

Menurut Eriyanto (2002, p. 81), *framing* atau pembedingkaian memiliki dua aspek.

### 1. Memilih Fakta

Pemilihan fakta ini didasari dari asumsi karena tidak mungkin wartawan melihat peristiwa tanpa perspektif. Ketika memilih fakta, terdapat dua macam kemungkinan, yaitu *include* dan *exclude*. *Include* dapat diartikan sebagai informasi apa yang dipilih, sementara *exclude* merupakan informasi apa yang dibuang.

Penekanan suatu aspek ini didasari dengan memilih *angle* dan fakta tertentu serta meninggalkan fakta lainnya sehingga sebuah peristiwa dapat dilihat dari suatu aspek tertentu. Penekanan pada suatu aspek ini dapat mengakibatkan pemahaman dan susunan dari sebuah peristiwa dapat berbeda antara satu media dengan media lainnya.

### 2. Menulis Fakta

Pada aspek kedua ini, berkaitan dengan bagaimana fakta yang telah dipilih ini disajikan kepada khalayak. Selanjutnya, fakta tersebut disampaikan melalui kalimat, proposisi, kata, yang didukung dengan foto dan gambar. Fakta yang telah dipilih juga akan ditonjolkan, misalnya dengan menempatkan pada headline atau dibagian belakang tulisan, menggunakan grafik yang mendukung, menggunakan label untuk menggambarkan peristiwa, dan lain sebagainya.



Aspek ini lebih menekankan kepada realitas yang ada, sehingga suatu aspek peristiwa ada yang lebih ditonjolkan atau mendapatkan perhatian yang besar dibandingkan dengan aspek peristiwa lainnya.

Teori *framing* atau pembingkaiannya ini dapat membantu peneliti dalam melihat fenomena yang akan diteliti. *Framing theory* merupakan akar dari hadirnya *audience framing*, sehingga penggunaan teori pembingkaiannya ini dapat membantu peneliti dalam memahami lebih lanjut mengenai adanya pembingkaiannya dari media.

### **2.2.2 Audience framing**

*Audience framing* atau secara harfiah dapat diartikan sebagai pembingkaiannya khalayak, merupakan perkembangan dari teori *framing* yang sudah ada sebelumnya. Pada awal penelitian *framing* tahun 1980-an, kajian lebih menitikberatkan pada komunikasi politik serta opini publik yang dilihat dari perspektif media (Hapsari, 2013, p. 487).

McQuail dan Deuze (1994, pp. 505-506) menyebutkan bahwa secara keseluruhan, studi mengenai media dan komunikasi massa didasarkan pada adanya asumsi bahwa media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perasaan, pendapat, sikap, dan perilaku orang. Di sisi lain, efek media sendiri dibatasi oleh interaksi yang timbul antara media massa dan khalayak. Wacana media merupakan proses individu dan wartawan dalam membangun makna dan opini publik sendiri (Gamson & Modigliani, 1989, p. 2). Secara singkat dapat dikatakan bahwa dalam model efek media konstruktivis, khalayak mengandalkan realitas yang mereka bangun dari hasil pengalaman pribadi, interaksi dengan lingkungan, dan pilihan yang ditafsirkan dari media massa (Neuman et al., 1992, p. 120).

Kemudian, Scheufele mengembangkan penelitian *framing* dengan mengklasifikasikan penelitian mengenai pembingkaiannya menjadi dua dimensi, yaitu bingkai media dan bingkai khalayak (Scheufele, 1999, p.

106). Entman (1991) dikutip Scheufele (1999, p. 106) membedakan *frame* yang dibentuk oleh khalayak sebagai suatu skema dalam memproses informasi individu, sementara *frame* yang dibentuk oleh media merupakan sebuah atribut dari berita. Selanjutnya, Scheufele mengatakan bahwa hasil dari media *frames* sebagai suatu aspek yang berhubungan dengan *audience framing* (Scheufele, 1999, p. 107).

Selanjutnya, *audience framing* berasal dari pengembangan analisis *framing* yang memengaruhi terbentuknya pembingkai media serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Menurut Gamson, *framing* dan efeknya terhadap *audience* mulai disorot sebagai tinjauan media *frames* dan juga pembentukan dari opini masyarakat atau publik (Hapsari, 2013, p. 489). Media *frames* sendiri menguntungkan bagi jurnalis karena dapat menjadi pedoman dalam menyeleksi dan menonjolkan informasi tertentu (Gamson, 1992, p. 120). Sementara itu, khalayak pun membawa berbagai informasi dari hasil wacana media untuk mendukung bingkai yang sampai kepada mereka. Lebih lanjut, Gamson mengatakan bahwa media *frame* akan memiliki dampak kepada khalayak ketika sang khalayak tidak memiliki latar belakang pengetahuan yang memadai terhadap suatu peristiwa yang diangkat oleh media.

Menurut Gamson (1992, p. 129), ketika suatu kelompok khalayak membentuk pembingkai atas apa yang dilihat bersama, hasil dari pemikiran mereka akan berbeda-beda tergantung sumber daya atau latar belakang yang dimilikinya. Lebih lanjut, Gamson memaparkan tiga faktor yang memengaruhi terbentuknya bingkai khalayak atau *audience framing*.

#### 1. Kultural

Pendekatan kultural berfungsi sebagai bingkai individu yang umumnya terdapat di tengah masyarakat. Selain itu, dapat pula berdasarkan wacana media dan *popular wisdom* atau pengetahuan yang populer di masyarakat sesuai dengan isu yang dibingkai.

## 2. Personal

Untuk pendekatan personal ini dilakukan berdasarkan pengalaman yang dialami secara pribadi dan norma yang berlaku di masyarakat untuk membingkai suatu isu. Tetapi, pada pendekatan ini tidak mengintegrasikan wacana media untuk mendukung pengalaman.

## 3. *Integrated*

*Integrated* atau integratif merupakan pendekatan yang integral atau penggabungan antara wacana media, *popular wisdom* atau pengetahuan yang populer, serta pengalaman pribadi dalam membentuk bingkai dari individu dalam melakukan diskusi. Pendekatan ini bertumpu pada penggabungan dari sumber daya dengan menyatukan wacana media, pengetahuan, dan pengalaman.

Teori *audience framing* atau pembingkaihan khalayak ini digunakan oleh peneliti sebagai acuan dalam membantu peneliti menjelaskan pembingkaihan khalayak pada pemberitaan kasus korupsi bansos COVID-19. Merujuk pada pemaparan teori tersebut, peneliti gunakan pula sebagai landasan dalam menjelaskan bagaimana pembingkaihan khalayak terjadi pada pemberitaan korupsi bantuan sosial COVID-19 di Metro TV.

### 2.2.3 Teori *Social Cognitive*

*Social cognitive theory* atau teori kognitif sosial diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam ranah dunia psikologi dan berkembang hingga ranah komunikasi terutama dalam melihat penelitian mengenai efek media (Pajares et al., 2009, p. 3). Teori kognitif sosial dapat diartikan bahwa bagaimana seseorang mempelajari sesuatu dari media massa khususnya televisi (Baran & Davis, 2015, p. 166). Teori ini menyebut bahwa proses belajar terjadi melalui interaksi yang ditimbulkan dengan lingkungan sehingga menyebabkan adanya timbal balik dari perilaku, faktor pribadi, dan peristiwa.

Dasarnya pada pembelajaran dan pengamatan lingkungan. Terdapat beberapa asumsi dasar terkait teori kognitif sosial (Feist et al., 2021, pp. 535-536). Pertama, karakteristik utama manusia yaitu mudah mempelajari berbagai perilaku dari situasi yang beragam. Kedua, manusia memiliki hak untuk mengatur kehidupan mereka melalui *triadic reciprocal causation* yang mencakup faktor lingkungan, perilaku, dan pribadi. Hal itu berhubungan dengan bagaimana mereka dapat mengubah peristiwa yang sementara untuk mengevaluasi dan mengatur lingkungan sosial serta budaya. Ketiga, teori ini memandang dari sudut pandang *agentic* yang berarti manusia memiliki kontrol atas sifat dan kualitas hidup. Keempat, khalayak mengontrol perilaku berdasarkan faktor eksternal seperti, lingkungan fisik dan lingkungan sosial serta faktor internal seperti, *self-observation*, proses penilaian, dan reaksi terhadap diri sendiri. Terakhir, khalayak berusaha untuk memposisikan tindakan mereka berdasarkan keputusan moral jika terjebak dalam situasi yang ambigu.

Menurut Bandura, teori kognitif sosial menjelaskan fungsi psikososial dalam penyebab timbal balik yang triadik (Baran & Davis, 2015, p. 172). Selanjutnya Bandura mengatakan bahwa teori sosial kognitif berakar dari gagasan manusia yang menunjukkan bahwa individu terlibat dalam pengembangan dirinya dan memiliki kontrol atas pikiran, perasaan, dan tindakan (Pajares et al., 2009, p. 5). Hal-hal yang khalayak alami di lingkungan sekitar mereka, termasuk paparan dari media massa dapat memengaruhi perilaku seseorang, dan efek tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor pribadi khalayak.

Menurut Baran dan Davis (2015, p. 172), dalam kognisi sosial terdapat tiga cara dalam mengoperasikan representasi media yaitu.

### 1. *Observational learning*

Khalayak dapat memperoleh pola perilaku baru hanya dengan menonton representasi yang diberikan. Sebagai salah satu

contohnya yaitu seseorang dapat mengetahui cara menembakkan sebuah senjata meskipun belum pernah melakukan tindakan tersebut. Dengan melakukan observasi, khalayak dapat mempelajari sesuatu tanpa harus melakukan perilaku apapun. Bandura meyakini bahwa dengan *observational learning*, merupakan langkah yang lebih efisien daripada mempelajari melalui pengalaman langsung (Feist et al., 2021, p. 538).

### 2. *Inhibitory effects*

*Inhibitory effect* dapat dilihat dari efek yang ditimbulkan ketika khalayak melihat model (objek) yang dilihatnya dihukum karena perilaku yang dilakukannya. Hal tersebut akan mengurangi khalayak untuk melakukan perilaku yang sama dengan apa yang dilihat.

### 3. *Disinhibitory effect*

*Disinhibitory effect* merupakan efek yang timbul ketika khalayak melihat model mendapatkan penghargaan setelah melakukan tindakan yang dilarang atau mengancam seseorang. Hal ini akan meningkatkan kemungkinan khalayak akan terlibat dengan perilaku yang sama.

Selanjutnya, terdapat poin penting pula dalam menjelaskan kognitif sosial di media massa yaitu *vicarious reinforcement* atau penguatan perwakilan. *Vicarious reinforcement* sendiri dapat diartikan sebagai penguatan yang berasal dari pengamatan bukan dari apa yang dialami secara langsung (Baran & Davis, 2015, p. 173). Maksudnya adalah tindakan seseorang dapat dipengaruhi oleh hasil observasi individu tersebut dan bagaimana seorang individu menempatkan hasil observasinya dalam struktur perilakunya. Observasi ini diatur oleh adanya proses perhatian, retensi, produksi, dan motivasi.

Pertama, individu harus mengamati tindakan dari ‘model’ yaitu apa yang dilihatnya. Selanjutnya, perilaku yang diamati dapat diproduksi atau dilakukan jika individu menyimpannya dalam memori. Proses ini berfokus pada menerjemahkan perilaku model ke dalam tindakan individu. Terakhir, proses motivasi ini merupakan proses penentuan apakah perilaku yang dilakukan berdasarkan *reinforcement* (Pajares et al., 2009, p. 7). Adanya ekspektasi dari hasil merupakan salah satu aspek dari teori kognitif sosial. Ekspektasi hasil merupakan penilaian dari konsekuensi yang terkait dengan suatu perilaku, baik positif maupun negatif.

Lebih lanjut, Bandura (2001, p. 267) menjelaskan bahwa teori *social cognitive* memiliki peran utama dalam proses kognitif, perwakilan, pengaturan diri, dan refleksi diri. Dengan begitu, khalayak dapat memahami dan mengontrol peristiwa yang terjadi disekitar mereka. Faktor eksternal mempengaruhi perilaku melalui proses kognitif. Faktor kognitif menentukan peristiwa atau lingkungan mana yang akan diamati, makna apa yang akan dihasilkan, apakah khalayak akan meninggalkan efek yang lama, apa efek emosional yang akan dimiliki, dan bagaimana informasi yang khalayak dapatkan digunakan untuk peristiwa selanjutnya. Khalayak dapat memproses simbol-simbol tersebut dan mengubah pengalaman sementara tersebut menjadi model kognitif yang berfungsi sebagai panduan untuk khalayak melakukan penilaian dan bertindak.

Teori yang dipaparkan oleh Albert Bandura mengenai kognitif sosial dan bagaimana teori ini memberikan efek media kepada khalayak, peneliti gunakan sebagai pendukung atas penjelasan *audience framing*. Teori *social cognitive* dapat digunakan pula sebagai penjelasan bagaimana khalayak mempelajari sesuatu dari apa yang dikonsumsi. Berdasarkan penjelasan di atas, penggunaan teori *social cognitive* dalam penelitian dirasa pas untuk melihat pembingkaihan yang dibentuk oleh khalayak terhadap pemberitaan korupsi bantuan sosial COVID-19 di Metro TV. Berdasarkan faktor eksternal khalayak, dapat membentuk model kognitif yang mana digunakan

sebagai panduan untuk memberikan penilaian dan bertindak. Tentunya, hal tersebut dapat memiliki pengaruh ketika khalayak melakukan pembingkaian terdapat pemberitaan yang dipaparkan oleh peneliti.

#### **2.2.4 News Evaluation**

Menurut Thompson dan Hunston, salah satu dari fungsi evaluasi yakni untuk mencerminkan suatu sistem nilai (Bednarek, 2016, p. 228). Bednarek menambahkan bahwa setiap tindakan dari evaluasi, mengekspresikan sistem nilai komunal yang merupakan sebuah ideologi yang tergambar dalam setiap kata.

Bednarek (2016, p. 228) mengatakan bahwa jurnalis mengukur dan menilai layak tidaknya berita dari suatu peristiwa, didasarkan pada rangkaian nilai berita, seperti negativitas, kepastian, dan kedekatan. Selanjutnya, nilai berita membentuk sistem profesional yang dapat mencerminkan ideologi masyarakat yang dominan. Kemudian, Bednarek menambahkan bahwa evaluasi menjadi elemen penting bagi kehidupan sehari-hari dan menjadi sebuah alat dalam memberikan evaluasi kepada orang lain, nilai evaluasi ini dapat dilihat dari perilaku manusia ketika berinteraksi dengan lingkungan sekitar dengan mengategorikan, memahami, dan mengevaluasi apa yang dilihat (Bednarek, 2006, p. 4).

Adanya evaluasi berita ini, dapat berkembang menjadi nilai jangka panjang yang dapat memengaruhi keyakinan. Menurut Thompson dan Hunston (2000, p. 6) hal penting dari evaluasi yakni dapat menjadi sarana bagi wartawan untuk mengungkapkan pendapat, membangun relasi antara wartawan dan pembaca, dan menyusun wacana. Selain itu, fungsi dari evaluasi dapat pula untuk memberi tahu khalayak terhadap apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh pembuat pesan. Setiap tindakan evaluasi juga dapat menungkap sistem nilai secara umum dan dapat membangun sistem nilai. Selain itu, khalayak sering menggunakan pendapat dari orang lain dalam melakukan evaluasi berita, berarti dapat dilihat pula bahwa evaluasi berita bergantung dari lingkungan khalayak (Kim, 2015, p. 163).

Lebih lanjut, Kim (2015, p. 164) mengatakan bahwa adanya pengaruh dari evaluasi pesan orang lain terhadap evaluasi diri karena adanya kecenderungan bahwa pendapat dari orang lain merupakan sebuah informasi yang valid dan cenderung diyakini oleh sebagian besar orang.

Evaluasi berita dikatakan dapat berhubungan dengan pengetahuan yang dimiliki oleh khalayak. Menurut Slattery (1990, p. 28), informasi yang disajikan secara verbal dan visual dapat memengaruhi khalayak dalam melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterimanya. Mehling mengungkapkan bahwa kombinasi dari *photo-caption* juga memengaruhi khalayak dalam menangkap informasi (Slattery, 1990, p. 28).

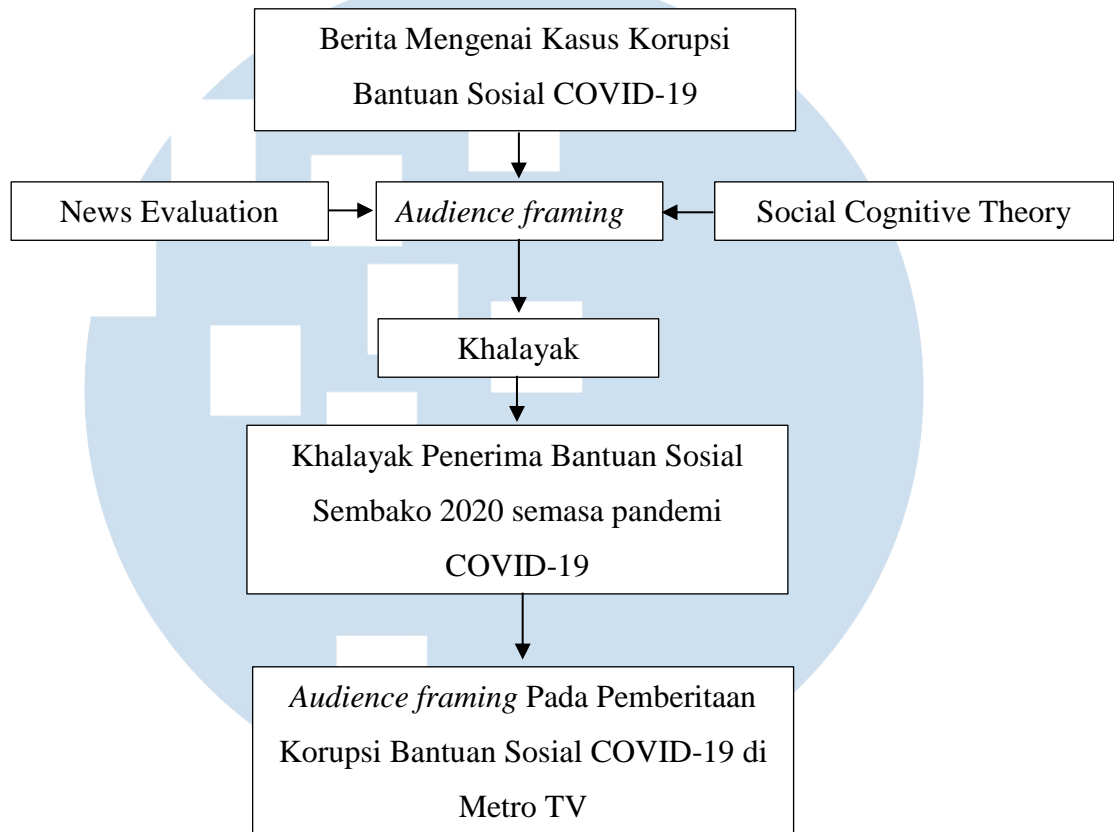
Konsep *news evaluation* ini menjadi landasan bagi peneliti untuk melihat fenomena yang akan diteliti. Dengan menggunakan konsep *news evaluation* inilah, dapat membantu peneliti dalam melihat pemberitaan yang disampaikan oleh Metro TV terkait isu politik khususnya kasus korupsi bantuan sosial COVID-19 dengan membawa nama partai politik dalam judul pemberitaannya, sudah tergolong tepat atau belum.





## 2.2 Alur Penelitian

Gambar 2. 1 Bagan Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA