



### **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

Untuk menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu yang terkait dengan bagaimana media mengonstruksi suatu peristiwa.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Framing Editorial Harian Kompas Selama 100 Hari Pertama Pemerintahan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta” karya Rifai Tatri Kusuma, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2014.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bingkai yang digunakan oleh Kompas dalam melihat 100 hari pertama pemerintahan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama (Jokowi dan Basuki). Model analisis *framing* milik Robert N. Entman digunakan dalam penelitian Rifai Tatri Kusuma dan dilakukan dengan metode kualitatif bersifat deskriptif.

Terdapat tiga kesimpulan dari penelitian Rifai terkait dengan pembingkaiian *Kompas. Pertama, Kompas* membingkai kepemimpinan Jokowi – Basuki sebagai pasangan pemimpin yang dekat dengan rakyat. *Kedua, Kompas* membingkai

Jokowi-Basuki tidak pandai melakukan politik legislasi. *Ketiga, Kompas* melihat dalam 100 hari pertama Jokowi-Basuki belum membawa perubahan yang besar bagi Jakarta.

Perbedaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

**2.1 Tabel Pembeda 1**

No.	Pembeda	Penelitian terdahulu	Penelitian Saat Ini
1.	Masalah	100 Hari Pertama Pemerintahan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur.	100 Hari Pertama Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla Sebagai Presiden dan Wakil Presiden.
2.	Objek Analisis	Berita editorial pada harian Kompas.	Artikel berita liputan khusus pada Koran Tempo dan Media Indonesia.
3.	Teknik Analisis	Analisis Framing Model Robert N.Entman.	Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.
4.	Media yang Menjadi Objek Penelitian	Harian Kompas.	Koran Tempo dan Media Indonesia.

Penelitian kedua merupakan skripsi karya Yasinta Amanda, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara program studi Jurnalistik angkatan 2010 yang berjudul “Analisis Framing Sosok Jokowi Pascarakernas PDIP dalam Rubrik Laporan Utama Majalah Tempo Edisi 9-15 September 2013.”

Pada penelitian tersebut Yasinta menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, serta mengacu pada paradigma konstruktivis. Penulis menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013 membingkai sosok Jokowi dalam rubrik laporan utama terkait Rakernas PDIP.

Kesimpulan dari penelitian Yasinta adalah bahwa *framing* yang dilakukan Majalah TEMPO pada rubrik laporan utama adalah membingkai sosok Jokowi sebagai artis yang sedang naik daun, yang mampu membawa kemenangan bagi PDIP dalam pemilu presiden 2014. Jokowi juga disetarakan dengan Soekarno, Presiden RI pertama, serta menurut TEMPO, Jokowi merupakan tokoh yang sangat tenar dan kuat sehingga bisa menjadi ancaman bagi partai politik lain. Pada akhirnya, semua ketenaran dan popularitas yang dimiliki Jokowi saat ini serta munculnya berbagai relawan dari berbagai daerah, TEMPO meyakini bahwa Jokowi akan memenangi Pemilu Presiden 2014, jika Megawati mengukung Jokowi sebagai calon presiden dari PDIP.

Perbedaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

**Tabel 2.2 Tabel Pembeda 2**

No.	Pembeda	Penelitian terdahulu	Penelitian Saat Ini
1.	Masalah	Sosok Jokowi Pascarakernas PDIP.	100 Hari Pertama Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla Sebagai Presiden dan Wakil

			Presiden.
2.	Objek Analisis	Artikel pada rubrik laporan utama dalam Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013.	Artikel berita liputan khusus dalam Koran Tempo dan Media Indonesia.
3.	Teknik Analisis	Analisis Framing Model Robert N. Entman.	Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.
4.	Media yang Menjadi Objek Penelitian	Majalah TEMPO.	Koran Tempo dan Media Indonesia.

Terdapat perbedaan yang signifikan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu karya Rifai menggunakan berita editorial pada harian *Kompas* sebagai objek analisis, sementara peneliti menggunakan artikel berita liputan khusus pada *Koran Tempo* dan *Media Indonesia* sebagai objek analisis. Kemudian, penelitian karya Yasinta menggunakan teknik analisis *framing* model Robert N. Entman yang melihat peristiwa berdasarkan pada seleksi isu dan penekanan aspek dari realitas (Kriyantono, 2012, h. 257). Sementara peneliti menggunakan teknik analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang melihat peristiwa berdasarkan empat dimensi struktural teks berita yakni sintaksis, skrip, tematik dan retorik (Sobur, 2009, h. 175).

## 2.2 Konstruksi Sosial atas Realitas

Teori konstruksi atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui buku "*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*" (Bungin, 2008, h. 189). Pada buku tersebut, Berger dan Luckmann menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi, serta individu menciptakan realitas secara intens yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Sobur, 2009, h. 91).

Frans M. Parera dalam Bungin (2008, h. 193) mengemukakan tugas pokok sosiologi pengetahuan yaitu menjelaskan dialektika antara diri sendiri dengan dunia sosiokultural. Dialektika tersebut berlangsung dalam tiga momen simultan, yakni eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Bungin (2008, h. 194-198) menjelaskan melalui proses dialektika, realitas sosial dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut, yakni:

1. Eksternalisasi: "eksternalisasi terjadi pada tahap yang mendasar, dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya." Maksud dari proses ini adalah ketika produk sosial menjadi bagian yang penting dalam masyarakat dan dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang dalam melihat dunia luar.

2. Objektivasi: “pada tahap ini produk sosial berada pada proses institusionalisasi” sedangkan individu menurut Berger dan Luckmann, dikatakan memanasifestasikan diri ke dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia. Baik bagi produsen-produsennya, atau bagi orang lain. Dengan begitu, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik dengan penghasilnya maupun dengan individu lain.
3. Internalisasi: “pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain, yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri.” Dengan kata lain, internalisasi dalam arti umum merupakan pemahaman mengenai ‘sesama saya’, yakni “pemahaman individu dan orang lain serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial”.

### **2.3 Konstruksi Sosial Media Massa**

Bungin (2008, h. 202) mengemukakan, substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann terjadi secara alami melalui bahasa dan kehidupan sehari-hari. Dasar sosial teori dan pendekatan ini adalah masyarakat transisi-modern di Amerika sekitar tahun 1960-an, di mana media massa belum menjadi sebuah hal yang penting untuk dibicarakan, maka

dari itu teori konstruksi sosial atas realitas tidak mencantumkan media massa sebagai variabel yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Lebih lanjut, Bungin (2011, h. 194) mengemukakan bahwa teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann telah diperbaiki dengan melihat variabel media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi dan internalisasi.

Substansi 'teori konstruksi sosial media massa' terletak pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga proses konstruksi sosial berlangsung secara cepat dan merata. Realitas yang terkonstruksi tersebut juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin, 2008, h. 203).

Posisi dari 'konstruksi sosial media massa' adalah memperbaiki kelemahan dan melengkapi 'konstruksi sosial atas realitas', dengan menempatkan kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan 'konstruksi sosial media massa' atas 'konstruksi sosial atas realitas' (Bungin, 2011, h. 194-195).

Bungin (2008, h. 203-212) menjelaskan proses munculnya konstruksi sosial media massa melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:



## 1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa merupakan tugas dari redaksi di sebuah media massa. Tugas tersebut diserahkan melalui *desk* editor yang ada pada setiap media massa. Tiap media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan visi dan misi masing-masing media. Isu-isu penting yang terjadi setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berkaitan dengan kedudukan (takhta), harta, dan perempuan.

Menurut Bungin (2008, h. 205) terdapat tiga hal penting dalam proses penyiapan materi konstruksi sosial, yaitu:

### (i) Keberpihakan media massa terhadap kapitalisme.

Saat ini hampir semua media massa dimiliki oleh kapitalis. Media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital sebagai mesin penciptaan uang dan pelipat gandaan modal. Dengan begitu, media massa tidak berbeda dengan supermarket, pabrik uranium, pabrik kertas dan sebagainya.

### (ii) Keberpihakan semu kepada masyarakat

Keberpihakan ini dalam bentuk empati, simpati dan partisipasi kepada masyarakat, tetapi pada akhirnya berujung pada 'menjual berita' dan menaikkan *rating* untuk kepentingan kapitalis.

(iii) Keberpihakan kepada kepentingan umum

Keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sebenarnya adalah visi dari setiap media massa. Tetapi akhir-akhir ini visi tersebut tidak pernah terlihat, walaupun slogan tentang visi ini terus terdengar.

2. Tahap Sebaran Konstruksi

Konsep mengenai strategi sebaran konstruksi setiap media massa berbeda-beda, tetapi prinsip utamanya adalah *real-time*. Konsep *real-time* yang dimiliki oleh media elektronik berbeda dengan media cetak. *Real-time* yang dimaksud pada media elektronik adalah seketika disiarkan, dan seketika itu pula pemberitaan sampai ke penonton atau pendengar. Sementara *real-time* pada media cetak terbagi menjadi beberapa konsep, yakni konsep hari, minggu, atau bulan, seperti terbitan harian, mingguan, atau bulanan.

Sebaran konstruksi sosial media massa pada umumnya menggunakan model satu arah, saat media menyodorkan informasi dan konsumen media tidak ada pilihan lain selain mengonsumsi informasi itu. Model seperti ini biasa terjadi pada media cetak.

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa ini adalah bagaimana semua informasi sampai pada penonton atau pemirsa secara cepat dan tepat berdasar pada agenda media.

### 3. Pembentukan Konstruksi Realitas

#### (i) Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Setelah terjadi proses sebaran konstruksi, proses selanjutnya adalah terjadinya pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berjalan secara generik.

*Pertama*, konstruksi membenaran. Pada tahap ini informasi media massa dianggap sebagai otoritas sikap untuk menganggap benar suatu kejadian atau peristiwa.

*Kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa. Tahap ini merupakan sikap generik dari tahap pertama. Pilihan seseorang ketika menjadi pembaca dan pemirsa media massa merupakan pilihannya untuk bersedia pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

*Ketiga*, menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, yang mengakibatkan seseorang nantinya akan memiliki kebiasaan tergantung pada media massa. Media massa merupakan bagian dari hidup sehari-hari yang tidak dapat dilepaskan. Tiada hari tanpa menonton televisi, tanpa membaca koran, tanpa mendengar radio dan lainnya. Pada tahapan tertentu, seseorang akan merasa tidak mampu melakukan aktivitas jika ia belum menonton televisi atau membaca koran pada hari itu.

(ii) Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra merupakan bangunan yang diinginkan pada tahap konstruksi. Bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa terbangun dalam dua model; (1) model *good news* dan (2) model *bad news*. Lebih lanjut, Bungin (2008, h. 209) menjelaskan model *good news* adalah konstruksi yang cenderung mengonstruksi pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sementara model *bad news* adalah konstruksi yang cenderung mengonstruksi suatu pemberitaan dengan kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan, sehingga pemberitaan tersebut terkesan lebih jelek, lebih buruk dari sesungguhnya sifat jelek dan buruk yang ada pada objek pemberitaan tersebut.

4. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca atau pemirsa memberikan argumentasi dan akuntabilitas pada pilihannya untuk terlibat pada tahap pembentukan konstruksi. Tahapan ini penting bagi media karena tahapan ini perlu sebagai bagian dalam memberikan argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sementara bagi

pemirsa dan pembaca, tahapan ini sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Menurut Eriyanto (2011, h. 2) media bukanlah sebuah saluran yang bebas. Media bukan seperti yang digambarkan, memberitakan apa adanya, cermin dari realitas. Media seperti kita lihat justru mengonstruksi sedemikian realitas.

Umumnya nilai yang dikonstruksi oleh media massa merupakan nilai yang berasal dari redaktur dan para *desk* media massa. Pada sisi lain, nilai dan norma yang direpresentasikan oleh para redaktur dan *desk* sebuah media massa dipengaruhi pula oleh kekuasaan kapitalisme termasuk budaya, sehingga secara langsung nilai kapitalisme tersebut ikut mendominasi nilai-nilai yang ada pada pemberitaan media massa (Tamburaka, 2013, h. 83).

## 2.4 Framing

Analisis *framing* secara sederhana digambarkan sebagai analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana sebuah realitas yang di dalamnya termasuk peristiwa, aktor, kelompok dan sebagainya dibingkai oleh media (Eriyanto, 2011, h. 3).

Sementara menurut Sobur dalam Kriyantono (2012, h. 255) analisis *framing* dipakai untuk melihat bagaimana cara pandang wartawan ketika melakukan seleksi isu dan menulis berita.

Cara pandang itu yang kemudian menentukan fakta apa saja yang diambil, bagian apa yang ditekankan dan disembunyikan, serta ke mana arah berita tersebut akan dibawa (Eriyanto, 2011, h. 79).

Eriyanto (2011, h. 81) menjelaskan bahwa di dalam *framing* terdapat dua aspek. *Pertama*, memilih fakta atau realitas. Proses pemilihan fakta ini didasarkan pada asumsi. Seorang wartawan tidak mungkin memandang peristiwa tanpa perspektif. Ketika memilih fakta, selalu terdapat dua kemungkinan: apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Bagian mana dari peristiwa atau realitas yang ditekankan? Bagian mana dari peristiwa yang diberitakan atau tidak diberitakan? Intinya media yang melakukan penekanan pada aspek tertentu, memilih aspek tertentu, dan menghasilkan berita.

*Kedua*, menuliskan fakta. Proses ini berkaitan dengan bagaimana fakta yang dipilih tersebut disajikan kepada publik. Gagasan itu diutarakan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan menggunakan bantuan foto dan gambar apa, dan lainnya. Bagaimana sebuah fakta yang sudah dipilih, ditekankan dengan menggunakan perangkat tertentu: penempatan yang mencolok (pada bagian headline depan atau bagian belakang), pengulangan, penggunaan grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol, budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar,

dan lainnya. Akibatnya, aspek tertentu yang ditekankan atau ditonjolkan mendapatkan perhatian lebih dibanding aspek lain.

Terdapat beberapa definisi konsep *framing* yang disampaikan beberapa ahli.

Berikut tabel penjelasan mengenai konsep *framing* (Eriyanto 2011, h. 76-79).

**Tabel 2.3 Tabel Model Framing**

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek peristiwa sehingga bagian tertentu dari aspek tersebut lebih menonjol daripada aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas, sehingga satu sisi lebih mendapat porsi yang besar daripada sisi yang lain
William A. Gamson	Cara bercerita atau gagasan ide-ide yang terorganisir dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemas. Kemas tersebut semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan oleh individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow and Robert Sanford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.

Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

## 2.5 Media Massa

Menurut Bittner (Ardianto, Komala, Karlinah, 2007, h. 3) komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Berdasarkan kutipan tersebut, proses komunikasi massa harus menggunakan media massa.

Vivian (2008, h. 4-7) mengemukakan bahwa media massa memiliki beberapa arti penting. *Pertama*, jangkauan media yang luas, melalui media massa kita bisa mengetahui segala sesuatu yang terjadi di dunia luar. *Kedua*, media massa sebagai sumber informasi, inti dari fungsi media sebagai penyampai informasi adalah berita, melalui berita orang-orang bisa memperoleh laporan mengenai sesuatu yang ingin atau perlu mereka ketahui. *Ketiga*, media sebagai sumber hiburan, hampir semua media massa mengandung unsur hiburan, walaupun tidak



membahas secara keseluruhan. Media massa dapat menjadi *entertainer* yang hebat karena bisa meraup banyak audiens.

*Keempat*, sebagai forum persuasi, upaya persuasi di dalam media massa biasanya dilakukan melalui editorial dan ulasan yang bertujuan melakukan persuasi. *Kelima*, media sebagai perekat, media massa menyatukan komunitas dengan memberi pesan yang diterima bersama-sama.

Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yaitu media massa cetak dan media elektronik. Surat kabar dan majalah merupakan bagian dari media cetak, sementara radio, televisi, film, serta *online* masuk dalam kategori media elektronik (Ardianto, Komala, Karlinah, 2007, h. 193).

### **2.5.1 Surat Kabar**

Menurut Yunus (2010, h. 29) surat kabar adalah media komunikasi yang berisi informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, di antaranya politik, ekonomi, kriminal, seni, olahraga dalam negeri, dan sebagainya.

Berdasarkan fungsi media massa, fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah sebagai sumber informasi. Hal tersebut sesuai dengan tujuan utama dari khalayak dalam membaca surat kabar, yakni rasa keingintahuan terhadap setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Namun bukan berarti fungsi-fungsi media massa yang lain terabaikan pada surat kabar, karena fungsi memberi

hiburan serta fungsi mendidik juga ada pada surat kabar (Ardianto, Komala, Karlinah, 2007, h. 111-112).

Ardianto, Komala, Karlinah (2007, h. 112) menjelaskan karakteristik yang dimiliki oleh surat kabar. Karakteristik surat kabar mencakup publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas, serta terdokumentasikan.

a. Publisitas

Pesan bisa diterima oleh banyak khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum atau menarik bagi khalayak. Maka dari itu, segala aktivitas manusia yang terkait kepentingan umum atau menarik untuk umum adalah sesuatu yang layak untuk disebar.

b. Periodesitas

Periodesitas mengacu pada keteraturan terbit sebuah surat kabar. Surat kabar bisa terbit harian, mingguan, atau dua mingguan. Sifat periodesitas ini harus dimiliki oleh media massa khususnya surat kabar. Hal itu dikarenakan manusia setiap harinya membutuhkan informasi.

c. Universalitas

Universalitas merujuk pada kemestaan isinya yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan begitu, isi surat kabar meliputi seluruh aspek

kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, keamanan, pendidikan, dan sebagainya. Selain itu, lingkup kegiatannya mencakup lokal, regional, nasional, bahkan internasional.

d. Aktualitas

Hal ini berkaitan dengan definisi berita, karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang penting dan menarik minat banyak orang.

e. Terdokumentasikan

Dari berbagai fakta yang disajikan oleh surat kabar baik dalam bentuk artikel atau berita, ada beberapa pihak tertentu yang menganggap hal tersebut penting untuk diarsipkan atau dibuat kliping. Hal tersebut biasanya dilakukan karena pemberitaan yang dimuat oleh surat kabar berkaitan dengan instansinya atau artikel serta berita tersebut berguna untuk menambah ilmu pengetahuan.

## 2.6 Berita

Berita merupakan informasi yang penting dan menarik perhatian khalayak. Penyajian berita harus dibertimbangkan berdasarkan aspek waktu. Setiap berita terikat dengan waktu, maka dari itu kecepatan dalam penyajian berita harus diperhatikan (Yunus, 2010, h. 45-46).

Sementara Djuraid (2009, h. 9) menjelaskan berita adalah sebuah laporan mengenai kejadian sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan aktual yang disampaikan oleh wartawan di media massa.

Lebih lanjut Djuraid (2009, h. 9) mengatakan bahwa seorang wartawan dalam menyampaikan berita harus mengedepankan fakta dan tidak memasukan pendapat pribadi.

Berita terbagi menjadi dua bentuk, yakni berita lugas dan berita halus. Berita yang disusun berdasar urutan yang paling penting disebut sebagai *hard news* atau berita lugas. Pada berita lugas, awal berita berisikan inti dari kejadian yang ingin disampaikan dan disusul dengan elaborasi detailnya. Sementara berita halus (*soft news*) atau *feature*, merupakan berita yang peristiwa atau ceritanya tidak dapat disampaikan secara lugas, tetapi diceritakan dengan memasukan unsur kemanusiaan. *Feature* bukan fiksi, ia menggali peristiwa dan menata informasi ke dalam sebuah cerita yang menarik dan akan membuat pembacanya tertawa, terharu, geram atau menarik napas panjang (Ishwara, 2007, h. 58-60).

Ishwara (2007, h. 53) mengatakan di dalam berita ada karakter intrinsik yang diketahui sebagai nilai berita. Nilai berita menjadi ukuran yang berguna untuk menentukan apakah berita tersebut layak untuk diberitakan atau tidak. Peristiwa yang memiliki nilai berita adalah peristiwa yang mengandung konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemasyhuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human*

*interest*, seks dan aneka nilai lainnya. Berikut merupakan penjelasan mengenai nilai berita menurut Ishwara (2007, h. 53-57):

a. Konflik

Kebanyakan konflik merupakan berita yang layak untuk diberitakan. Konflik berbentuk fisik seperti perang atau perkelahian adalah layak berita karena biasanya terdapat kerugian dan korban. Selain konflik fisik, debat yang mengandung konflik mengenai pencemaran, reaktor nuklir serta isu yang menyangkut kualitas dari kehidupan adalah hal yang penting untuk diberitakan.

b. Kemajuan dan Bencana

Dari sebuah perjuangan hidup rutin biasanya tidak layak berita, sering muncul suatu keberhasilan yang diraih. Berawal dari riset dan uji coba, menghasilkan temuan baru, pengobatan baru, alat-alat baru. Begitu pula dengan kebakaran serta bencana alam seperti gunung meletus, banjir, gempa bumi yang bisa terjadi secara tiba-tiba. Selain bencana alam, permasalahan seperti orang-orang yang kehilangan pekerjaan yang menjadi masalah negara juga memiliki kelayakan untuk diberitakan.

c. Konsekuensi

Peristiwa yang menimbulkan atau dapat menimbulkan rangkaian peristiwa yang memengaruhi banyak orang adalah termasuk layak berita.

konsekuensi dianggap sebagai nilai berita dan menjadi ukuran penting atau tidaknya suatu berita.

d. Kemasyhuran dan Terkemuka

Pada umumnya nama membuat berita dan nama besar membuat berita menjadi lebih besar. Agar nama yang kecil atau besar menjadi berita, harus ada tindakan atau perbuatan terlebih dahulu. Apa yang mereka lakukan atau ucapkan sering membuat berita karena terdapat konsekuensinya.

e. Saat yang tepat (*timeliness*) dan Kedekatan (*proximity*)

*Timeliness* dan *proximity* digunakan dalam mengukur untuk menentukan apakah berita layak dihimpun atau di mana berita bisa dijual. Salah satu aset penting dari berita adalah kesegaran (*freshness*), kesegaran berkaitan dengan momen atau saat yang tepat.

f. Keganjilan

Keganjilan yang sering terlihat dalam berita biasanya peristiwa yang memiliki keanehan. Peristiwa-peristiwa tersebut termasuk dalam kejadian luar biasa. Begitu pula dengan kejadian yang kebetulan, kontras, cara hidup yang ganjil, kebiasaan yang tidak umum dan ketakhayulan. Elemen umum dari menarik adalah peristiwa yang terjadi tidak biasa dan unik.

g. *Human Interest*

Cerita-cerita *human interest* biasa disebut dengan *feature*. Pada *human interest*, peristiwa akan dijelajahi lebih dalam mengenai unsur kemanusiaan dengan mengumpulkan data tambahan yang menyangkut emosi, fakta biografis, kejadian yang dramatis, deskripsi, motivasi, ambisi, kerinduan serta kesukaan dan ketidaksukaan umum dari masyarakat. Ini bukan peristiwa, tetapi latar belakang dari peristiwa. Cerita *human interest* lebih mengandung nilai cerita, bukan nilai berita.

h. Seks

Seks biasa dipertimbangkan oleh para editor sebagai suatu nilai berita. Hal tersebut diakui apabila berhubungan dengan orang-orang terkenal. Salah satu contohnya adalah pernikahan atau perceraian bintang film atau orang terkenal, terlebih lagi apabila di dalam peristiwa tersebut terdapat konflik atau bencana.

i. Aneka Nilai

Cerita mengenai binatang sering kali menarik dan bisa menjadi berita bila terjadi sesuatu yang mengugah hati khalayak.

## 2.7 Media dan Politik

Arifin (2011, h. 157) menjelaskan bahwa melalui media, manusia dapat memperoleh informasi tentang benda, orang dan tempat yang tidak dialami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk dijangkau semuanya sehingga media massa

datang untuk menyampaikan pesan mengenai lingkungan sosial dan politik. Semua pesan yang mengandung politik dapat membentuk dan mempertahankan citra politik dan opini publik.

Media massa hadir menyampaikan pesan yang beraneka ragam dan aktual tentang lingkungan sosial dan politik. Surat kabar bisa menjadi medium untuk mengetahui peristiwa politik yang aktual yang terjadi di seluruh dunia (Arifin 2011, h. 158).

Melalui media massa khalayak dapat mengetahui aktivitas para politisi, mengenai pikiran-pikirannya, pernyataan yang disampaikan, apa yang ia janjikan kepada masyarakat dan sebagainya. Jelasnya, media berisi informasi dan pendapat politik. Maka dari itu, orang yang mengikuti media memiliki perhatian yang tinggi pada aktivitas politik (Cangara, 2009, h. 118).

Menurut Tamburaka (2012, h. 136) sebuah peristiwa politik akan sangat mungkin dimaknai dengan cara yang berbeda oleh berbagai media massa, antara lain terkait pada peletakan berita, volume berita dan penekanan kecenderungan pemberitaannya.

Terkait dengan pemberitaan di media massa, Cangara (2009, h. 126) mengatakan bahwa para redaktur media memiliki ketajaman untuk mengangkat isu yang perlu diperbincangkan oleh masyarakat maupun pemerintah.



Bagi masyarakat yang gemar membaca surat kabar, berita-berita yang ada di media menjadi isu pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari (Cangara, 2009, h. 126). Salah satu berita-berita yang menjadi pembicaraan masyarakat adalah isu mengenai kinerja 100 hari pertama pemerintahan Presiden dan Wakil Presiden.

Seratus hari pertama pemerintahan merupakan batasan waktu yang dianggap sebagai patokan awal apakah sebuah pemerintahan dapat dianggap sukses atau tidak (Soempeno, 2009, h. 60).

Lebih lanjut Soempeno (2009, h. 60) mengatakan makna program 100 hari adalah menilai kekompakan antara presiden dan para menterinya.

Dengan demikian isu terkait 100 hari pertama pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla menarik bagi media untuk diberitakan. Wartawan atau pemimpin redaksi bisa menempatkan berita di halaman muka sebagai berita utama dan dapat menempatkan berita di halaman dalam (Arifin, 2011, h. 166). Berita terkait dengan isu kinerja 100 hari pertama pemerintahan dapat ditonjolkan karena menurut Arifin (2011, h. 166) penonjolan tersebut disertai dengan motif serta tujuan sebagai upaya untuk merekayasa opini dan membentuk citra serta opini publik.

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

