

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pengaruh media terhadap pembuatan kebijakan memberikan hasil yang beragam mengenai apakah media benar-benar dapat memengaruhi kebijakan publik (Mwangi, 2018). Media harus berperan penting karena mereka menyediakan sebagian besar informasi yang digunakan oleh masyarakat untuk menentukan pilihan (Stromberg, 2001). Oleh sebab itu, media dapat memainkan peran pentingnya dalam memengaruhi opini publik dengan menyoroti isu-isu tertentu, memberikan informasi tentang isu-isu tersebut, dan memberikan *framing* terhadap isu-isu tersebut. Secara umum, pemberitaan media yang intens, selaras, dan berdasarkan insiden mempunyai pengaruh terhadap kebijakan publik mengenai isu tersebut (Mwangi, 2018). Hal ini terdapat pada media cetak yang dapat mengubah sikap dan persepsi masyarakat terhadap suatu kebijakan (Broadbent et al., 2021). Perubahan sikap dan persepsi masyarakat terhadap kebijakan dapat terjadi karena peran media dalam menentukan *agenda setting*, sehingga dalam hal ini media memainkan peran penting dalam proses pembuatan kebijakan kendaraan listrik. Media memiliki kemampuan untuk mengatur agenda publik dengan memberitakan isu atau peristiwa tertentu secara menonjol. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah, karena pemerintah akan cenderung memperhatikan isu-isu yang mendapat banyak sorotan media (Agustina & Irwansyah, 2017).

Media cetak dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan kebijakan kendaraan listrik dengan menyoroti manfaatnya, seperti pengurangan emisi dan biaya operasional yang lebih rendah (Broadbent et al., 2021). Media juga sering kali menggunakan framing positif tentang kendaraan listrik (Broadbent et

al., 2021). Dengan representasi yang positif dari kendaraan listrik di dalam media dapat membantu meningkatkan kesadaran publik tentang kendaraan listrik dan mendorong pembelian kendaraan listrik (Zewitra et al.,2023). Zewitra (2023) menjelaskan bahwa terdapat empat representasi utama dari kendaraan listrik dalam media yaitu: kendaraan listrik adalah kendaraan yang ramah lingkungan, kendaraan listrik adalah kendaraan yang canggih, kendaraan listrik adalah kendaraan yang hemat biaya, kendaraan listrik adalah kendaraan yang inovatif.

Namun, menurut penelitian (Agusdinata & Liu, 2023) media mungkin meningkatkan kesadaran tentang kebijakan kendaraan listrik, namun penelitian menunjukkan bahwa media sering kali menggunakan sudut pandang negatif terhadap keberlanjutan kendaraan listrik. Akibatnya, masyarakat yang terpapar sudut pandang negatif lebih cenderung meyakini bahwa kendaraan listrik tidak berkelanjutan.

Berbagai metode dan teknik analisis telah dikembangkan untuk mengkaji diskusi terkait kebijakan dan dampaknya terhadap proses pembuatan kebijakan. Setelah meninjau dan menganalisis hasil penelitian sebelumnya yang menggunakan metodologi analisis wacana kritis, analisis isi, dan pendekatan *framing*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang lebih komprehensif pada penelitian sebelumnya mengenai kebijakan penggunaan kendaraan listrik dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, yaitu melalui analisis jejaring wacana. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Leifeld (2013) analisis jaringan wacana disajikan sebagai instrumen pengukuran yang layak untuk menganalisis perdebatan kebijakan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana jaringan di antara aktor dan wacana dalam kebijakan penggunaan kendaraan listrik di Indonesia dan jaringan di antara organisasi dan wacana dalam kebijakan penggunaan kendaraan listrik di Indonesia.

Selain itu, pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam pembentukan kebijakan, terutama melalui *agenda setting* yang dilakukan oleh media, yang dapat memengaruhi opini publik tentang kebijakan kendaraan listrik di Indonesia. Pada penelitian ini juga penulis akan mengkaji dan melihat bagaimana peran media dalam proses pembentukan kebijakan kendaraan listrik di Indonesia.

## **2.2 Teori atau Konsep yang digunakan**

### **2.2.1 Kerangka Koalisi Wacana (Discourse Coalition Framework)**

Teori ini dikembangkan oleh Maarten A. Hajer pada 1990-2000 (Eriyanto, 2022). Teori Kerangka Koalisi Wacana mengamati pembuatan kebijakan publik sebagai persaingan wacana yang dilakukan oleh berbagai pihak aktor. (Eriyanto, 2022). DFC berakar pada ketidakpuasan terhadap pendekatan realis dalam memahami proses pembuatan kebijakan publik (Hajer, 2005a)

Menurut teori ini, proses kebijakan adalah proses berbagi makna, di mana proses ini melibatkan tindakan aktif dari tiap aktor untuk memaknai fenomena (Eriyanto, 2022). Selain itu, teori ini menjelaskan pembentukan kebijakan melibatkan proses pemaknaan, pembentukan simbol dan pemakaian bahasa (Eriyanto, 2022).

Teori ini menyoroti pentingnya argumentasi dari pelaku dalam proses pembuatan kebijakan (Hajer, 2002). Aktor mengembangkan argumen yang tercermin dalam wacana. Pelaku lain menciptakan argumen yang berbeda sehingga terjadi persaingan argumen di antara mereka (Eriyanto, 2022). Fokus dari teori ini adalah untuk mengamati proses di mana aktor menciptakan sebuah wacana, lalu mereka memahami suatu isu melalui wacana tersebut dan berupaya untuk menjadikan wacana tersebut sebagai yang mendominasi. (Eriyanto, 2022). Hajer

(2005b) menyampaikan konsep kunci untuk melihat pertarungan wacana yaitu wacana, metafora dan cara bercerita.

### **1. Wacana**

Menurut Hajer (2005b) wacana adalah seperangkat gagasan, konsep, kategori melalui mana makna diberikan pada fenomena sosial dan fisik, yang diproduksi dan direproduksi melalui serangkaian praktik yang bisa diidentifikasi. Dari definisi yang

Kerangka Teori atau konsep merupakan upaya peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian secara teoretik. Pembahasan teori mencakup asumsi dasar, esensi teori, dan aplikasi teori dalam penelitian. Peneliti menjelaskan penggunaan teori dan konsep yang dipaparkan dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan. Dari definisi yang diberikan oleh Hajer, wacana mempunyai beberapa karakteristik penting (Eriyanto, 2022).

Pertama, wacana terkait dengan cara fenomena diberikan makna melalui interpretasi tertentu. (Eriyanto, 2022). Kedua, wacana memiliki sifat yang mempersempit dengan menggunakan konsep, ide, dan kategori khusus. (Eriyanto, 2022). Ketiga, wacana diproduksi dan di reproduksi melalui sejumlah praktik (rutinitas yang mempunyai norma dan aturan tertentu yang melekat pada kehidupan sosial) misalnya kita dapat mengenali wacana tersebut dalam sebuah artikel surat kabar, wawancara, percakapan di parlemen, pasal dalam Undang-Undang dan sebagainya (Eriyanto, 2022).

### **2. Metafora**

Metafora adalah penggunaan istilah tertentu untuk menggantikan fenomena yang dibicarakan (Hajer, 2005b). Metafora berkaitan dengan penggunaan simbol-simbol, dimana simbol tersebut digunakan untuk menggantikan sesuatu yang lain (Eriyanto, 2022). Metafora digunakan untuk penyederhanaan suatu peristiwa atau fenomena yang kompleks (Eriyanto,

2022). Oleh sebab itu, melalui metafora fenomena yang abstrak atau kompleks dibuat menjadi sederhana, mudah dipahami sehingga lebih banyak orang yang terlibat dalam sebuah diskusi (Eriyanto, 2022).

### **3. Cara Bercerita (Storytelling)**

Storytelling dapat menggambarkan bagaimana fenomena dirangkai dalam sebuah kisah (narasi) yang memudahkan khalayak dan aktor untuk terlibat diskusi (Hajer, 2005b). Pada saat menghubungkan peristiwa-peristiwa tersebut, kita dapat menyelidiki peristiwa yang dimasukkan dan dikeluarkan (Eriyanto, 2022). Hajer (2006) menjelaskan bahwa narasi (cerita) penting dalam sebuah diskusi karena cara bercerita memiliki peran penting dalam menghubungkan berbagai macam cara pandang ke dalam alur yang sama. Cara bercerita peristiwa yang kompleks menjadi sederhana, digunakan oleh seseorang sebagai jalur pendek untuk terlibat dalam sebuah diskusi (Hajer, 2006).

#### **2.2.2 Media dan Opini Publik**

McCombs (2014) menyatakan bahwa dalam diskusi mengenai opini publik, fokus umumnya pada distribusi pendapat, yakni berapa banyak yang mendukung, berapa banyak yang menentang, dan berapa banyak yang belum memutuskan. Itulah sebabnya media berita dan sebagian besar penonton mereka begitu tertarik dengan jajak pendapat opini publik.

Menurut McQuail & Deuze (2020) opini publik merupakan pendapat bersama dari sebagian besar masyarakat. Beberapa orang mungkin menganggapnya sebagai mayoritas berdasarkan hasil jajak pendapat, tetapi ini tidak selalu akurat karena hasilnya dapat bervariasi dan tidak mencerminkan keberagaman pandangan. Opini publik juga mengacu pada pandangan orang-orang yang lebih terinformasi dan terdidik dalam masyarakat.

Namun, pentingnya di sini terfokus pada prinsip dasar komunikasi yang ditetapkan oleh penelitian mengenai elemen-elemen yang membentuk opini publik. Proses ini dimulai dengan memberikan perhatian awal pada berbagai media berita dan kontennya, dan meluas hingga ke perolehan informasi dan opini, serta konsekuensi dari semua elemen ini terhadap partisipasi dalam kehidupan publik (McCombs, 2014).

Peran penetapan agenda oleh media berita melibatkan pengaruh mereka terhadap keterkaitan suatu masalah, termasuk pengaruh terhadap sejauh mana banyak orang menganggap layak untuk memiliki opini mengenai masalah tersebut. Meskipun banyak masalah bersaing untuk menarik perhatian publik, hanya beberapa yang berhasil melakukannya, dan media berita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kita mengenai isu-isu yang dianggap paling penting pada saat ini (McCombs, 2014).

### **2.2.3 Agenda Setting Media**

Pengaruh media berita terhadap persepsi kepentingan isu-isu politik utama ini disebut peran penetapan agenda komunikasi massa (Protess & McCombs, 2016). Menurut Protess & McCombs konsep penetapan agenda adalah sebuah pernyataan bahwa *audiens* belajar mengenai isu-isu apa yang penting dari prioritas media berita dan menggabungkan serangkaian bobot yang serupa dalam agenda pribadi mereka. Penetapan *agenda setting* mengarahkan perhatian *audiens* pada tahap sebelumnya dalam proses opini publik, yaitu tahap di mana suatu isu mulai muncul. Penetapan *agenda setting* juga berkaitan dengan transfer kepentingan, yaitu perpindahan isu-isu dari agenda media ke agenda publik (Protess & McCombs, 2016).

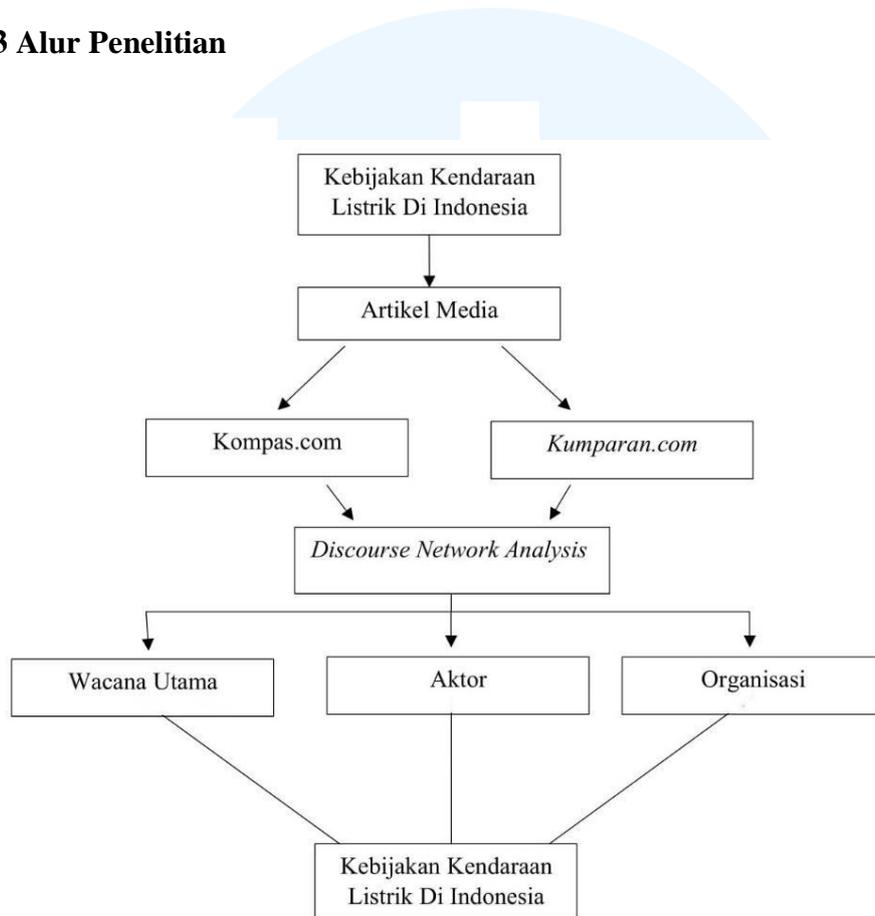
Hipotesis dasar penetapan agenda menyatakan bahwa isu-isu dan informasi yang disajikan dalam agenda media akan menjadi isu-isu dan informasi dalam

agenda publik seiring waktu (Protess & McCombs, 2016). Tentu saja, media berita tidak menciptakan isu-isu ini dari nol, dan beberapa kritikus pendekatan penetapan agenda telah menyatakan bahwa peristiwa dunia nyata, bukan media berita, yang menentukan agenda publik (Protess & McCombs, 2016). Menurut para kritikus ini, media berita hanyalah cermin yang memantulkan peristiwa dunia nyata tersebut.

Hal ini juga terlihat dalam perdebatan mengenai peran media dalam pembuatan kebijakan berpusat pada pandangan yang berbeda tentang hubungan antara jurnalis dan sumber resmi. Menurut Protess & McCombs banyak metafora digunakan untuk menggambarkan hubungan antara jurnalis dan pembuat kebijakan, mulai dari mitra dansa hingga pegulat profesional. Dalam beberapa kondisi, media dapat memainkan peran demokratis tradisional dengan secara netral menyediakan informasi kepada publik, yang pada gilirannya memengaruhi prioritas kebijakan (Protess & McCombs, 2016).

Dalam kondisi lain, media mungkin dapat memengaruhi agenda baik masyarakat maupun pembuat kebijakan. Meskipun banyak pandangan memberikan wawasan tentang peran media dalam membentuk agenda pemerintahan, tidak ada yang harus dianggap sebagai pandangan yang pasti (Protess & McCombs, 2016).

### 2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.3.1 Alur Penelitian 1

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA