



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 KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai *framing* biasanya mengangkat pada hasil produk karya media jurnalistik. Peneliti belum menemukan banyak penelitian mengenai kasus pada media yang mengambil sisi pembingkaiian berita multimedia, khususnya pada media *online*.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

	Penelitian 1	Penelitian 2
Nama	Virny Apriliyanty	Fahdi Fahlevi
Universitas	Universitas Multimedia Nusantara	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Judul Penelitian	Proses <i>Framing</i> Wartawan dalam Memproduksi Karya Jurnalistik Sebuah Studi Kasus pada Majalah Gatra	Hirarki Pengaruh pada Pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo

Metode Penelitian	Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus	Metodologi kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus
Teori yang Digunakan	<ul style="list-style-type: none"> - Teori <i>Hierarchy of Influence</i> - <i>Framing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Teori Hirarki Pengaruh - Konseptualisasi Media Massa - Konseptualisasi Berita

Kedua penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dalam penelitian ini melakukan hierarki pengaruh pada media cetak, yaitu Gatra dan Tempo. Berdasarkan kedua penelitian terdahulu di atas, peneliti hanya berfokus pada pembahasan mengenai proses *framing* dan bagaimana hierarki pengaruh bekerja pada sebuah media.

Seperti yang telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian ini, penelitian mengenai *framing* tidak banyak yang membahas bagaimana proses pembingkaihan berita dalam sebuah organisasi media. Kedua penelitian di atas hanya menelaah bagaimana cara kerja jurnalistik media cetak melakukan *framing* berdasarkan hierarki pengaruh pada medianya.

Hasil penelitian *framing* yang dilakukan Virny Apriliyanty menjelaskan bahwa *framing* yang terjadi di Gatra terbentuk karena aksesibilitas dan kredibilitas narasumber, perbedaan *frame* media dengan reporternya, dan

informasi yang diberikan narasumber serta faktor teknis yaitu keterbatasan halaman.

Sementara, peneliti kedua yaitu Fahdi Fahlevi, menjelaskan hasil penelitiannya bahwa pengaruh-pengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo adalah kepada pengaruh secara langsung dari level individu pekerja media atau dalam hal ini, reporter yang bertugas mencari data di lapangan mengenai Ahmadiyah. Pada pengaruh rutinitas media direpresentasikan oleh rapat redaksi yang terjadi pada proses penyusunan pemberitaan di Majalah Tempo. Sedangkan, secara tidak langsung pengaruh lainnya yaitu organisasi media yang memengaruhi lewat dewan direksi. Pengaruh ekstra-mediana adalah Aliansi Jurnalis Independen yang notabenebnya banyak wartawan atau pekerja di Majalah Tempo bergabung dengan organisasi tersebut. Terakhir, pengaruh melalui ideologi Majalah Tempo yang menjunjung nilai demokrasi dan pluralisme.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, sesuai dengan yang telah disebutkan dalam latar belakang masalah penelitian ini, peneliti akan memperkaya kajian mengenai *framing* dan bagaimana hierarki pengaruh bekerja, khususnya pada konvergensi media saat ini.

Penelitian ini juga akan menyempurnakan penelitian terdahulu yang hanya menjelaskan tentang media konvensional. Peneliti akan membahas mengenai bagaimana penyeleksian fakta dan penonjolan aspek yang dilakukan oleh wartawan dalam sebuah media *online*.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Jurnalisme Multimedia dan Konvergensi Media

Alur kerja multimedia berlangsung dengan cara yang fungsional, seperti berbagi informasi tentang cerita tertentu. Konvergensi membentuk kembali pandangan jurnalisme dengan berbagai cara, seperti yang dikatakan Pavlik (2004 dikutip dalam Aviles dan Carvajal, 2008, h. 222), yaitu perkembangan struktur ruang berita, praktik jurnalistik, dan konten berita. Hal ini diciptakan karena teknologi digital memungkinkan wartawan untuk menghasilkan berita di beberapa platform multimedia dengan kecepatan tinggi.

Konvergensi memperkenalkan serangkaian perubahan dalam praktik jurnalistik. Aviles dan Carvajal (2008, h. 229) menunjukkan bahwa tantangan utamanya adalah *multi-skilling*, yang melibatkan setiap jurnalis untuk dapat menguraikan berita untuk media cetak, radio, televisi, internet, dan platform lainnya. Hal ini berguna untuk membedakan antara konvergensi pada tingkat *newsgathering*, produksi, dan distribusi. Ketiganya merupakan tahapan terpisah, yang dapat

berfungsi dengan cara yang berbeda (Aviles dan Carvajal, 2008, h. 230).

Selama *newsgathering*, tingkat *multi-skilling* yang besar lebih sering dibutuhkan, karena reporter mendapatkan pernyataan dari sumber dalam berbagai format seperti teks, video, dan audio. Selama produksi, seorang jurnalis mungkin menggunakan materi untuk bagian televisi, siaran radio, dan cerita multimedia, sehingga prioritas editorial dan narasinya berlaku di setiap platform. Para manajer beranggapan bahwa reporter yang *multi-skilling* mampu menyesuaikan konten dengan kualitas narasi masing-masing media. Bagian yang terkait dari strategi ini adalah untuk meningkatkan fleksibilitas bagi manajer dalam perencanaan harian produksi berita.

Aviles dan Carvajal (2008, h. 235) melihat budaya jurnalistik semakin berbeda. Program berita televisi di malam hari berfungsi sebagai ringkasan kejadian yang ada pada hari itu. Surat kabar memberikan analisis dan pelaporan yang lebih mendalam. Sementara, stasiun radio dan *website* sama-sama berfungsi sebagai platform utama dan *live* selama siklus 24 jam. Oleh karena itu, di bidang studi jurnalistik, Aviles dan Carvajal (2008 dikutip dalam Vobic, 2009, h. 9) menjelaskan konvergensi sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mendokumentasikan munculnya ruang berita baru, perubahan dalam rutinitas kerja dan struktur organisasi yang terkait dengan pengaturan produksi baru, pengembangan kembali

format berita di semua media dan dampak fenomena pada karya jurnalistik.

Konvergensi harus dipahami terutama sebagai proses teknologi yang menyatukan beberapa fungsi media dalam perangkat yang sama. Jenkins (2006, h. 3) mengatakan bahwa konvergensi merupakan pergeseran budaya di mana konsumen didorong untuk mencari informasi terbaru dan membuat koneksi di antara penyebaran konten media tersebut.

Filak (2005, h. 2) melihat konvergensi sebagai sesuatu yang menarik dari kekuatan berbagai platform media dalam rangka untuk bisa lebih menceritakan suatu hal. Tujuan dari adanya konvergensi adalah untuk memberikan audiens berupa konten yang mereka butuhkan, dalam format yang mereka sukai, dan dengan cara yang akan mereka terima.

Secara sederhana, konvergensi media adalah penggabungan berbagai jenis media, yang sebelumnya berbeda dan terpisah (televisi, radio, internet, dan komputer) menjadi sebuah media tunggal. Ide lama dari konvergensi yaitu semua perangkat akan berkumpul menjadi satu perangkat sentral yang melakukan segala sesuatu untuk audiensnya (Cheskin, 2002 dikutip dalam Jenkins, 2006, h. 15).

Konvergensi media lebih dari sekadar pergeseran teknologi. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi yang sudah ada, industri, pasar, genre, dan audiens. Dengan adanya konvergensi media ini, mengubah logika masyarakat di mana industri media yang beroperasi, lalu konsumen media yang memproses berita dan hiburan dari media tersebut.

Jenkins (2006, h. 16) menjelaskan konvergensi melibatkan perubahan dalam cara media diproduksi dan cara media dikonsumsi. Karena, konvergensi media memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan media massa, bahkan ikut mengisi konten media tersebut.

Menurut Aviles dan Carvajal (2008, h. 225) terdapat tiga kegiatan penting yang dilakukan dalam rangkaian nilai bisnis media, karena konvergensi media dapat dipertimbangkan dari masing-masing sudut pandang tersebut.

Pertama, tingkat pengumpulan informasi, yaitu ruang berita di mana wartawan meliput berita untuk platform yang berbeda dan berbagi informasi dengan rekan-rekan mereka. Kedua, tingkat produksi dan pengumpulan konten berita, yaitu wartawan dari ruang berita terpisah yang mengemas informasi di berbagai platform. Akhirnya, konvergensi media pada tingkat distribusi konten terjadi ketika perusahaan yang sama mendistribusikan berita melalui platform yang berbeda. Oleh karena itu, konvergensi media tidak selalu berarti bahwa wartawan harus berbagi satu *newsroom* untuk menghasilkan konten berita di beberapa platform.

Dari sudut pandang profesional, semua jenis konvergensi ruang berita menganjurkan beberapa tingkat *multi-skilling*, Singer (2006 dikutip dalam Aviles dan Carvajal, 2008, h. 225) memberi penjelasan bahwa setiap jurnalis diharapkan mengumpulkan fakta, mengumpulkan konten, mengedit gambar dan suara, serta menyampaikan berita melalui beberapa platform. Hal ini juga mempercepat proses produksi, untuk memenuhi tenggat waktu yang lebih ketat dalam siklus berita 24 jam.

Budaya konvergensi memberikan penjelasan di mana media lama dan media baru beradu, di mana kekuatan produsen media dan kekuatan konsumen media berinteraksi dengan cara yang tak terduga (Jenkins, 2006, h. 259). Menurut Chun (2006 dikutip dalam Romli, 2014, h. 31) *new media* adalah bentuk media di luar lima media massa konvensional seperti TV, radio, koran, majalah, dan film. Media *online* dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (koran, tabloid, majalah, buku) dan media elektronik (radio dan televisi).

Di zaman sekarang, hal yang terbaru dari *new media* adalah perkembangan prosesnya yang semakin cepat, terutama dalam hal pendistribusian. Sangat berbeda dengan kriteria dari

media konvensional yang butuh waktu untuk mendistribusikan informasinya.

McQuail (2011, h. 150) mengungkapkan hal yang baru dari media baru, yaitu:

Pertama, Internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik juga privat, dan diatur (atau tidak) dengan layak. Ketiga, kinerja mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang profesional dan birokratis. Terdapat perbedaan yang signifikan yang menekankan fakta bahwa hubungan media baru dengan media massa adalah pada penyebarannya yang luas, secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi, dan setidaknya bebas dari kontrol.

Di era digital saat ini, cara menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat sudah menjadi semakin mudah. Dengan kehadiran media baru yang mengandalkan internet, masyarakat bisa melakukan proses interaksi dua arah dengan situs berita yang diikutinya. Hal tersebut memberikan kesempatan pada masyarakat untuk bisa mengonsumsi berita dengan cara yang berbeda. Pengguna internet bisa memberikan tanggapan mengenai beritanya, bahkan bisa juga ikut berpartisipasi memberikan informasi berita yang mereka punya.

Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan pengetahuan tentang apa yang terjadi dalam konvergensi media seperti media *online* yang melakukan proses pembingkai atau produksi berita multimediana.

2.2.2 *Framing*

Reese (2001, h. 1) menyajikan susunan pengorganisasiannya sendiri untuk melakukan penelitian *framing* dan memberikan analisis kasus secara ilustratif. Dalam hal pendekatan teoretis mengenai *framing*, Tankard (dikutip dalam Reese, Gandy dan Grant, 2001, h. 2) mempertimbangkan bagaimana bingkai dapat digambarkan, diukur, dan diringkas dengan baik.

Sementara, untuk melakukan observasi kasus di lapangan, Reese, Gandy dan Grant (2001, h. 2), mengatakan bahwa relevansi paradigma *framing* pada penelitian komunikasi massa akan terbatas tanpa bukti untuk mendukung teori dan proses yang mendasarinya. Mereka menyajikan studi kasus yang dapat membantu menggambarkan berbagai metode dan fenomena untuk memperluas pemahaman mengenai *framing*.

Evolusi yang terjadi pada halaman multimedia *World Wide Web* telah mengubah cara media cetak mengekspresikan esensi

konektivitas dan kontinuitas di media. Keterlibatan John Pavlik (dikutip dalam Reese, Gandy dan Grant, 2001, h. 5) dengan berita di *Web* menekankan cara-cara bagaimana teknologi yang mengumpulkan gambar bisa membantu konsumen berita menolak sudut pandangnya yang mewakili beberapa orang, sehingga memungkinkan konsumen memilih sudut pandang mereka sendiri.

Menurut Reese, Gandy dan Grant (2001, h. 7), *framing* ini mengacu pada bagaimana cara peristiwa dan isu-isu tersebut diselenggarakan, terutama oleh media, profesional media, dan khalayak. Karena, *frame* media mengatur realitas kehidupan sehari-hari dan ditransformasikan ke dalam sebuah cerita.

Oleh karena itu, Eriyanto (2002, h. 2) berpendapat mengenai adanya pembingkai berita dalam sebuah media karena:

Media bukanlah saluran yang bebas. Media bukanlah seperti yang digambarkan, memberitakan apa adanya, cermin dari realitas. Media seperti kita lihat, justru mengkonstruksi sedemikian rupa realitas. Tidak mengherankan jikalau kita tiap hari secara terus menerus menyaksikan bagaimana peristiwa yang sama bisa diperlakukan secara berbeda oleh media. Ada peristiwa yang diberitakan, ada yang tidak diberitakan. Ada yang menganggap penting, ada yang tidak menganggap sebagai berita. Ada peristiwa yang dimaknai secara berbeda, dengan wawancara dan orang yang berbeda, dengan titik perhatian yang berbeda.

Banyak penelitian *framing* yang fokusnya menggunakan jurnalis dan profesional berita lainnya untuk mengomunikasikan makna dari isu pilihan mereka. Gamson dan Modigliani (1989 dikutip dalam D'Angelo dan Kuypers, 2010, h. 1) berpendapat bahwa penggunaan kata dalam *framing* itu penting, karena terdapat beberapa makna, yaitu digunakan sebagai saluran informasi dan digunakan sebagai saluran manipulasi untuk penyebaran informasi.

D'Angelo (2002 dikutip dalam D'Angelo dan Kuypers, 2010, h. 4) menunjukkan bahwa peristiwa dan wacana yang diambil oleh para jurnalis untuk membuat berita (misalnya, komentar sumber) adalah mereka sendiri yang membentuk proses *framing* dalam organisasi beritanya. D'Angelo (2002 dikutip dalam D'Angelo dan Kuypers, 2010, h. 19) juga menganjurkan manfaat dari penelitian *framing* untuk menggunakan beberapa paradigma, ia mengidentifikasinya sebagai kognitif, konstruksionis, dan kritis.

Berdasarkan proyek *framing* yang dilakukan Reese mengenai teror peperangan, bagaimana bingkai tersebut dibuat oleh pers Amerika Serikat? Reese (2001 dikutip dalam D'Angelo dan Kuypers, 2010, h. 37) melihatnya dengan bingkai secara konstruksi. Bagaimana wartawan berpartisipasi

dalam proses tersebut, bukanlah sebagai penerima yang pasif. Bingkai yang dibuat tersebut akhirnya bekerja untuk memengaruhi opini publik dan mengubah nilai hierarki tertentu yang harus diciptakan. Sementara, D'Angelo (2002 dikutip dalam D'Angelo dan Kuypers, 2010, h. 315) menggambarkan peneliti konstruktivis merasa lebih tertarik pada produsen media, yang mengkonseptualisasikannya sebagai pengolah informasi yang mengandalkan sumber kredibel untuk memberikan kontribusinya terhadap budaya isu pada topik tertentu.

Entman (1993 dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 221) melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas atau isu. Penekanan atau penonjolan yang dimaksud adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, menarik, berarti, atau bahkan lebih diingat oleh khalayak. *Framing* dijalankan oleh media dengan cara menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lainnya.

Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat dari sisi jurnalis atau orang-orang yang bekerja dalam media. Cara pandang dari wartawan tersebutlah yang akan memperlihatkan fakta yang ditonjolkan dan dihilangkan dalam berita yang

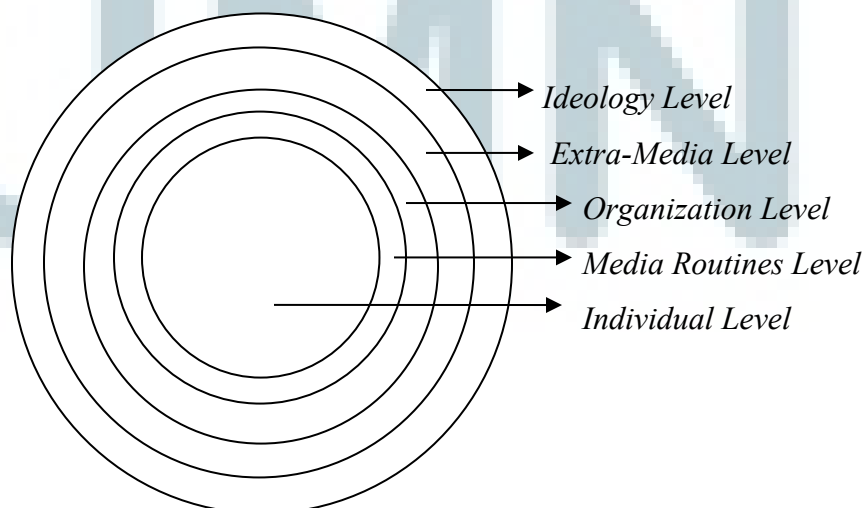
sudah dibingkai, berpengaruh pula pada hasil akhirnya. Penelitian ini akan memperdalam bagaimana proses produksi berita multimedia dalam penerapan *framing* pada media *online*. Penelitian ini berdasarkan pada konsep *framing* menurut Entman yang menggunakan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas media.

2.2.3 *Hierarchy of Influence*

Teori hierarki pengaruh ini dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Menurut mereka (1996, h. 60), teori ini terdiri dari lima level pengaruh yang memengaruhi isi media massa, yaitu *ideological level*, *extra-media level*, *organization level*, *media routines*, dan *individual level*.

Gambar 2.2.3

Lima Tingkatan Pengaruh yang Memengaruhi Isi Media



1. *Individual level*

Faktor yang berhubungan dengan karakteristik komunikator (seperti jenis kelamin, etnisitas, dan orientasi seksual). Tidak hanya membentuk sikap, nilai, dan keyakinan mereka, tetapi juga mengarahkan latar belakang dan pengalaman pribadi mereka seperti pendidikan, agama, dan status sosial ekonomi (Shoemaker dan Reese, 1996, h. 61). Level ini melihat pengaruh dari pemberitaan yang ditampilkan pada khalayak, seperti bagaimana berita tersebut ditulis oleh jurnalis. Level inilah yang akan dicari dan dianalisis dalam penelitian ini.

2. *Media routines level*

Istilah rutinitas yang dimaksud adalah praktik dan bentuk yang dipola, secara rutin, berulang, dan digunakan oleh pekerja media untuk melakukan pekerjaan mereka (Shoemaker dan Reese, 1996, h. 100). Pada level ini, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media memiliki ukurannya sendiri mengenai bagaimana kasus dipandang dari media, ciri berita yang baik, dan kriteria kelayakan berita. Dalam penelitian ini, level rutinitas

media akan diungkap karena berkaitan dengan individu pekerja media yang diteliti.

3. *Organization level*

Menurut pendapat Hirsch (1977 dikutip dalam Shoemaker dan Reese, 1996, h. 133), perspektif ini menekankan perbedaan yang dibuat oleh kepemilikan media, tujuan, dan kebijakannya. Shoemaker dan Reese (1996, h. 165) menyatakan bahwa ketika melihat sebuah organisasi media, kita mempertanyakan peran yang dilakukan, cara mereka terstruktur, kebijakan yang mengalir melalui struktur itu, dan metode yang digunakan untuk menerapkan kebijakan tersebut. Dalam penelitian ini, level organisasi akan diungkap karena berhubungan dengan struktur organisasi yang memengaruhi pemberitaan media.

4. *Extra-Media level*

Level ini berhubungan dengan lingkungan yang ada di luar media. Hal ini termasuk sumber informasi yang menjadi konten media, seperti kelompok minat khusus, kampanye hubungan masyarakat, dan bahkan organisasi berita itu sendiri. Sumber pendapatan, seperti pengiklan dan audiens. Lembaga sosial lainnya, seperti

bisnis dan pemerintahan (Shoemaker dan Reese, 1996, h. 166). Dalam penelitian ini, level ekstra-media tidak diperdalam.

5. *Ideology level*

Level ini mempertimbangkan pengaruh ideologis pada konten media. Shoemaker dan Reese (1996, h. 212) menyatakan bahwa dengan ideologi ini, berarti mekanisme simbolis berfungsi sebagai kekuatan yang kohesif dan terpadu dalam masyarakat. Mereka ingin tahu peran media massa dalam menyebarkan ideologi dan kekuatan yang mendasari sifat ideologi tersebut.

Level ideologi berkaitan dengan konsepsi atau posisi individu dalam menafsirkan realitas sebuah media.

Dalam penelitian ini, level ideologi tidak diperdalam.

Penelitian terdahulu yang menggunakan teori hierarki pengaruh ini juga dijadikan acuan peneliti untuk dapat membahas lebih dalam mengenai level-level yang ada pada hierarki pengaruh.

Penelitian milik Fahlevi (2013) menjelaskan bahwa adanya hierarki pengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo bulan Februari 2011. Pengaruh-pengaruh pada pemberitaan Ahmadiyah di Majalah Tempo yaitu secara

langsung dari level individu pekerja media atau reporter yang mencari data di lapangan mengenai Ahmadiyah. Dalam hal ini, Fahlevi (2013, h. 50) menjelaskan bahwa proses pembentukan sebuah pemberitaan di Majalah Tempo, reporter dan penulis bisa memberikan pengaruh lewat rapat kompartemen dan rapat besar. Pada pengaruh rutinitas media yang direpresentasikan oleh rapat redaksi terjadi pada proses penyusunan pemberitaan di Majalah Tempo. Fahlevi (2013, h. 60) juga menjelaskan proses rutinitas media yang direpresentasikan oleh rapat-rapat redaksi Majalah Tempo membentuk suatu pola yang berkesinambungan dalam memengaruhi pemberitaan.

Sedangkan pengaruh lainnya lebih kepada secara tidak langsung, yaitu pengaruh organisasi media yang memengaruhi lewat dewan direksi yang berasal dari mantan wartawan Majalah Tempo. Menurut Fahlevi (2013, h. 69), dalam level pengaruh organisasi terhadap pemberitaan di Majalah Tempo, posisi pemimpin redaksi tidaklah terlalu besar dalam menentukan kebijakan sebuah pemberitaan.

Lalu, dari pengaruh ekstra-media dalam penelitian Fahlevi yaitu Aliansi Jurnalis Independen yang notabeneanya banyak wartawan atau pekerja Majalah Tempo yang bergabung dengan organisasi tersebut. AJI memiliki pengaruh terhadap

pemberitaan Majalah Tempo dikarenakan faktor historis AJI dengan Majalah Tempo (Fahlevi, 2013, h. 96). Terakhir, pengaruh ideologi Majalah Tempo yang menjunjung nilai demokrasi dan pluralisme.

Penelitian ini hanya akan menggunakan tiga aspek dari level-level yang ada pada hierarki pengaruh, yaitu level individu, rutinitas media, dan organisasi media. Penelitian terdahulu milik Apriliyanty (2016) juga termasuk penelitian yang hanya melakukan pemilihan terhadap tiga aspek dari level-level yang ada pada hierarki pengaruh.

Level individu ini menjadikan pekerja media bersikap dan berinteraksi seperti yang sudah ditentukan oleh nilai media tempat ia bekerja. Shoemaker dan Reese (1996, h. 60) berpendapat bahwa pada level ini, yang pertama kita melihat karakteristik komunikator, latar belakang pribadi, dan profesional mereka. Kedua, kita mempertimbangkan pengaruh dari komunikator yaitu kepercayaan dan sikap yang dimiliki oleh komunikator individual untuk digunakan sebagai hasil.

Dalam penelitian Apriliyanty, level individu diterjemahkan dengan adanya pengaruh latar belakang organisasi, latar belakang asal daerah, dan perbedaan perspektif individu wartawan Gatra dalam memandang suatu hal, yang

nantinya dapat berpengaruh pada isi media. Karena, menurut Apriliyanty (2016, h. 61) pandangan reporter Gatra mengenai narasumber yang lebih layak diwawancarai termasuk dalam level individu hierarki pengaruh. Reporter sebagai individu memiliki perspektifnya sendiri tentang narasumber di luar perspektif medianya.

Para individu yang bekerja dalam media pasti mengikuti pola yang tidak diciptakannya sendiri, sehingga mereka melakukan kebiasaan atau rutinitasnya sendiri. Rutinitas membentuk konteks langsung, baik di dalam maupun di mana individu-individu ini melakukan pekerjaan mereka. Sementara, Shoemaker dan Reese (1996, h. 102) menjelaskan studi tentang rutinitas media dikaitkan dengan perspektif organisasi yang ada di media massa. Dapat disimpulkan bahwa rutinitas merupakan kegiatan yang dilakukan berulang kali oleh para pekerja media dalam melakukan pekerjaannya.

Dalam penelitian Apriliyanty, level rutinitas medianya terlihat bahwa Gatra memiliki rutinitas dalam hal menentukan reporter yang akan meliput sebuah isu, cara reporter menginternalisasi *draft* penugasan, dan dalam hal nilai berita prioritas. Apriliyanty (2016, h. 85) juga menjelaskan unsur rutinitas media lainnya yang diungkapkan dengan istilah

“insting jurnalistik”. Selama jurnalis bekerja untuk Gatra, telah muncul semacam insting yang membuatnya dapat membedakan mana informasi yang diabaikan dan mana yang didahulukan.

Selain itu, faktor level organisasi memiliki dampak penting pada konten media. Shoemaker dan Reese (1996, h. 133) juga mempertimbangkan bagaimana rutinitas media bisa membatasi para individu pekerja media. Pada akhirnya, rutinitas dilakukan dalam batas-batas organisasi tertentu, baik yang mempekerjakan, memecat, mempromosikan pekerja dan membayar gaji mereka. Inilah yang disebut dengan organisasi media.

Dalam penelitian Apriliyanty, pengaruh di level organisasi terlihat pada 2 hal, yaitu kewajiban memberi usulan isu pada rapat redaksi dan nilai kehangatan yang menempati peringkat pertama dalam 10 nilai berita utama versi Gatra. Apriliyanty (2016, h. 48) menjelaskan bahwa level organisasi ini berkaitan dengan segala kebijakan resmi yang dikeluarkan oleh organisasi atau media Gatra. *SOP (Standard Operating Procedure)* majalah Gatra mengharuskan setiap personil redaksi memberikan usulan isu dalam rapat redaksi.

Berdasarkan hasil kedua penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas, teori hierarki pengaruh ini mengungkapkan bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada masyarakat adalah hasil pengaruh dari kebijakan organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis peristiwa yang terjadi melalui pembahasan teori hierarki pengaruh.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana konten media dipengaruhi oleh karakteristik pekerja media dan organisasi media. Level-level hierarki pengaruh yang membentuk konten media dari internal media itu sendiri, khususnya meliputi *individual level*, *media routines level*, dan *organization level*. Hal apa yang memengaruhi bagian-bagian isi media pada pemberitaan yang disajikan. Sehingga, bisa memberikan pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi proses produksi berita.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dari penjelasan yang sudah dibahas dalam BAB I, penelitian ini akan berfokus pada proses produksi atau pembingkaihan berita multimedia yang dilakukan oleh produsen berita atau media, khususnya media *online*. Kerangka pemikiran ini terinspirasi dari penelitian terdahulu milik Virny

Apriliyanty, sehingga muncul kerangka pemikiran seperti yang dijelaskan oleh penulis.

Penelitian ini melihat fenomena mengenai isu *open house* lebaran pejabat yang diberitakan oleh media *cnnindonesia.com*. Isu tersebut mengandung fakta-fakta dari berbagai macam perspektif medianya itu sendiri. Para jurnalistik media yang akan menyeleksi fakta-fakta tersebut, baik dari pemilihan dan pembuangan fakta. Selanjutnya, fakta yang diseleksi tersebut akan dibingkai sedemikian rupa melalui pemilihan teks, tanda baca, foto, video, dan lainnya.

Berdasarkan teori hierarki pengaruh yang dijadikan sebagai acuan analisis dalam penelitian ini, seleksi fakta dan penonjolan aspek terkait dengan level-level hierarki pengaruh, yaitu individu, rutinitas media, organisasi, ekstra-media, dan ideologi. Namun, peneliti hanya membatasinya pada 3 level pertama. Pada tahapan inilah proses pembingkaiannya itu terjadi. Seleksi dan penonjolan aspek tersebut yang akan menghasilkan pembingkaiannya pada sebuah berita.



Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran

