



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

Kajian pustaka merupakan penelitian terdahulu berfungsi mengumpulkan data dan informasi ilmiah baik berupa teori hingga pendekatan yang pernah digunakan oleh peneliti terdahulu dalam pembuatan buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Dengan adanya kajian pustaka ini berguna agar tidak ada pengulangan, plagiat dan lainnya (Pohan dalam Prastowo, 2011, h. 81). Dalam kajian pustaka ini, peneliti mengambil dua penelitian terdahulu yang dianggap relevan untuk penelitian ini.

Penelitian terdahulu pertama diambil dari Fajar Yugaswara dengan judul “Analisis Wacana Penolakan Front Pembela Islam Terhadap Pengangkatan Ahok Sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com” dari Universitas Islam Negeri. Pada penelitian ini, Fajar menggunakan pendekatan kualitatif dengan pisau analisis wacana model Teun van Dijk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran bagaimana level teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam penyajian berita penolakan FPI terhadap pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com.

Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data, Fajar memperoleh kesimpulan bahwa secara struktur teks, Merdeka.com ingin menunjukkan bahwa FPI seharusnya tidak melakukan unjuk rasa yang anarkis, karena

pengangkatan Ahok sebagai gubernur sudah diatur dalam undang-undang. Kemudian, pada level kognisi sosial, penulis berita dan redaktur mendukung pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta meski berlatar belakang non-Muslim, karena Indonesia berdasarkan Pancasila. Lalu, pada level konteks sosial, masyarakat Indonesia masih sensitif akan isu SARA dan isu pengangkatan Ahok ini terindikasi adanya muatan politik. Akan tetapi, Merdeka.com selalu menanamkan prinsip Pancasila dan undang-undang dengan teguh.

Penelitian terdahulu kedua diambil dari Inasshabihah dengan judul “Konstruksi Isu Konflik Pada Relokasi Syiah Sampang di Koran Tempo dan Republika: Kajian Analisis *Framing*” dari Universitas Multimedia Nusantara. Inasshabihah menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode penelitian analisis isi kualitatif. Pisau analisis yang digunakan adalah analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi Koran Tempo dan Republika mengenai pengusiran Syiah Sampang.

Setelah melakukan penelitian dan analisis, Inasshabihah menyimpulkan bahwa masing-masing media memiliki kebijakan redaksinya masing-masing. Koran Tempo lebih menekankan penganut Syiah sebagai korban dari keputusan sepihak pemerintah kabupaten Sampang, ulama, dan kepolisian. Akan tetapi, Republika secara jelas memposisikan pemerintah dan kepolisian sudah melakukan tindakan yang benar dan relokasi yang sudah dilakukan merupakan permintaan dari penganut Syiah.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Fajar Yugaswara dipilih sebagai penelitian terdahulu, karena memiliki persamaan topik, yaitu kontroversi Basuki Tjahaja Purnama. Pada penelitian ini memiliki perbedaan metode, yaitu Fajar memakai analisis wacana Teun van Dijk, sementara penelitian ini memakai analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Kemudian, penelitian kedua memiliki persamaan topik, yaitu penggambaran agama di media. Meskipun, pisau analisisnya sama, tetapi penelitian ini memiliki sifat kebaruan isu dan tentang kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama, yang waktu itu sebagai gubernur pertahana DKI Jakarta.

2.1.1 Matriks Perbandingan antara Tiap Penelitian

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Peneliti

| No | Unsur yang dibandingkan | Peneliti 1 Fajar Yugaswara Universitas Islam Negeri 2015 | Peneliti 2 Inasshabihah Universitas Multimedia Nusantara 2014 | Peneliti 3 Jane Ratini Puspa Universitas Multimedia Nusantara 2017 |
|----|-------------------------|--|---|---|
| 1. | Judul | Analisis Wacana Penolakan Front Pembela Islam Terhadap Pengangkatan Ahok Sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com | Konstruksi Isu Konflik Pada Relokasi Syiah Sampang di Koran Tempo dan Republika: Kajian Analisis <i>Framing</i> | Konstruksi Pemberitaan Kasus Penistaan Agama Oleh Basuki Tjahaja Purnama Pada Masa Kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 (Analisis <i>Framing</i> Pada Koran <i>SINDO</i> Periode 26 Oktober 2016 – 11 Februari 2017) |

| | | | | |
|----|-------------------|--|--|---|
| 2. | Tipe penelitian | Kualitatif | Kualitatif | Kualitatif |
| 3. | Tujuan penelitian | Mengetahui gambaran bagaimana level teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam penyajian berita penolakan FPI terhadap pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Merdeka.com | Mengetahui bagaimana konstruksi Koran Tempo dan Republika mengenai pengusiran Syiah Sampang | Mengetahui konstruksi <i>Koran SINDO</i> kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran pertama dilihat dari analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. |
| 4. | Teori | Analisis wacana model Teun van Dijk | Analisis <i>framing</i> model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki | Analisis <i>framing</i> model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki |
| 5. | Metode penelitian | Analisis wacana model Teun van Dijk | Analisis <i>framing</i> model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki | Analisis <i>framing</i> model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki |
| 6. | Hasil penelitian | (1) Level struktur teks, Merdeka.com ingin menunjukkan bahwa FPI seharusnya tidak melakukan unjuk rasa yang anarkis, (2) Level kognisi sosial, penulis berita dan redaktur mendukung pengangkatan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta meski berlatar belakang non-Muslim, karena Indonesia berdasarkan Pancasila, (3) Level konteks sosial, masyarakat Indonesia masih sensitif akan isu SARA dan isu pengangkatan Ahok ini terindikasi adanya muatan politik. | (1) Koran Tempo lebih menekankan penganut Syiah sebagai korban dari keputusan sepihak pemerintah kabupaten Sampang, ulama, dan kepolisian. (2) Republika secara jelas memosisikan pemerintah dan kepolisian sudah melakukan tindakan yang benar dan relokasi yang sudah dilakukan merupakan permintaan dari penganut Syiah. | - |

2.2 KERANGKA KONSEP

2.2.1 Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Menurut Luhmann (2000, h. 2), pengertian media massa termasuk seluruh lembaga masyarakat yang menggunakan teknologi untuk melakukan penyebaran komunikasi. Contohnya, buku, majalah, dan koran. Sayangnya, media massa tidak melibatkan komunikasi dua arah dan kehadiran dari pengirim dan penerima pesan, karena pengiriman pesan ini dilakukan lewat teknologi. Meskipun begitu, organisasi yang memproduksi komunikasi media massa sangat bergantung pada asumsi penerimaan. Mereka membuat program sesuai standarisasi mereka, tetapi dengan program yang bervariasi untuk audiensnya. Hal ini dilakukan agar audiens dapat memilih program yang mereka sukai dan sesuai dengan apa yang ingin diketahui di lingkungan mereka (Luhmann, 2000, h. 3).

Tentunya dengan program-program tersebut terdapat maksud tersendiri, yaitu untuk menyampaikan realitas media massa kepada audiens. Apa yang ditampilkan kepada mereka atau melalui mereka ke orang lain diharapkan mampu menjadi sebuah realitas yang sesungguhnya. Realitas sebuah media massa sangat terlihat dari sistem yang mereka jalani. Terdapat banyak kegiatan komunikasi di dalam penciptaan realitas ini dimulai dari persiapan dan diskusi. Oleh karena itu, untuk memahami lebih dalam tentang realitas media

massa, kita harus bisa melakukan pengamatan pada operasi atau sistem media massa (Luhmann, 2000, h. 3-4).

Luhmann (2000, h. 4) meyakini untuk mengerti sistem media massa, kita harus melakukan pengamatan kepada pengamatan yang dilakukan oleh media massa atau '*we have to observe their observing*'. Oleh karena itu, kita bisa melihat konstruksi realitas yang dibuat oleh media. Luhmann sendiri membagi realitas menjadi dua, yaitu *first reality* dan *second reality* atau *observed reality*. *First reality* menjelaskan bagaimana media mengobservasi sebuah realitas alamiah yang ada. Kemudian, realitas alamiah tersebut dibentuk lagi oleh media menjadi sebuah realitas baru (*second reality*).

Namun, kita tidak bisa langsung menganggap realitas media massa adalah sebuah kebenaran. Media massa dipaksa untuk membedakan *self-reference* dan *other-reference* saat melakukan observasi pada sebuah realitas. Oleh karena itu, mereka harus membuat realitas lainnya, yang bisa jadi berbeda dengan realitas media massa yang sedang ada pada saat itu (Luhmann, 2000, h. 5).

Menurut Luhmann (2000, h. 7), realitas tidak lebih dari sekedar indikator keberhasilan konsistensi dari sebuah sistem. Realitas yang dibentuk oleh sistem, artinya dibuat sesuai dengan *common sense* mereka, sehingga pada dasarnya realitas sebuah media massa merupakan hasil pengamatan realitas yang sudah

dibentuk para tokoh, atau disebut juga dengan *second-order observation* (Luhmann, 2000, h. 85).

Hal yang terpenting dalam proses ini adalah media dapat menghasilkan sebuah realitas, meski sebenarnya realitas bukan hal yang dapat disepakati (Luhmann, 2000, h. 92). Luhmann (2000, h. 86) juga mengatakan bahwa dengan produksi realitas yang terus dilakukan oleh media dapat merusak pemahaman kebebasan masih hal yang lazim.

Hal ini sejalan dengan pemikiran Thompson (1995, h. 82) yang meyakini komunikasi pada media dapat menciptakan interaksi baru dalam hubungan sosial. Ia membagi tiga jenis interaksi, yaitu *face-to-face interaction* (interaksi tatap muka), *mediated interaction* (interaksi melalui medium tertentu), dan *mediated quasi-interaction* (interaksi melalui media massa).

Thompson mengkategorikan media massa dalam *mediated quasi-interaction*. Jenis interaksi ini dapat dilakukan lewat media massa (seperti buku, koran, radio, dan televisi). Berbeda dengan *face-to-face interaction* dan *mediated interaction* yang sudah jelas siapa penerima pesannya, *mediated quasi-interaction* memiliki penerima pesan yang sangat luas dan sifatnya akan diterima secara monolog atau satu arah (Thompson, 1995, h. 84).

Keberhasilan sebuah *mediated quasi-interaction* tergantung sejauh mana penerima dapat bernegosiasi terhadap perbedaan ruang dan waktu dalam media massa. Pada dasarnya, audiens akan kesulitan dalam menerima pesan menjadi masuk akal dan menghubungkannya dalam kehidupan sehari-hari (Thompson, 1995, h. 94). Pemikiran ini sejalan dengan Luhmann, yang mengatakan bahwa sebenarnya realitas bukan hal yang dapat disepakati, sehingga jika sebuah realitas dapat diterima oleh audiens berarti media massa sudah mencapai kesuksesan dari sebuah sistem.

Pandangan lain juga dikemukakan oleh Robert H. Wicks. Menurut Wicks (2010, h. 26), dalam pandangan konstruktivis, pesan yang dihasilkan oleh media adalah hasil interpretasi yang telah dibentuk untuk memperlihatkan bagaimana produser melihat sebuah kenyataan. Kemudian, audiens akan menginterpretasikan kembali pesan tersebut sesuai dengan kerangka pengetahuan mereka. Oleh karena itu, ketika audiens dapat bernegosiasi pesan dari media dengan baik, berarti kemungkinan informasi baru tersebut akan ikut merubah skema dan akan mempengaruhi pesan selanjutnya

2.2.2 *Framing*

2.2.2.1 Konsep *Framing*

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana seorang wartawan menyeleksi isu dan membuat

berita. Lewat pendekatan ini, kita bisa melihat penentuan fakta yang diambil, penonjolan fakta, dan arah berita (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis dalam Sobur, 2009, h. 162). Istilah *framing* ini juga dimaknai sebagai struktur konseptual yang biasa mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta standar untuk mengapresiasi realitas (Narendra, 2008, h. 117).

Sementara itu, menurut Wicks (2010, h. 76), *framing* memperbolehkan orang untuk mengevaluasi, menyampaikan, dan menginterpretasi sebuah informasi sesuai dengan konsep yang telah dikonstruksi sebelumnya.

Pesan dari media pun disampaikan dengan simbol-simbol kontekstual yang berguna membantu orang untuk mengerti sebuah informasi. Intinya, konsep dari analisis *framing* adalah untuk memahami bagaimana dan kenapa jurnalis dan editor melakukan konstruksi pesan kepada audiensnya.

Menurut Frank D. Durham (Eriyanto, 2002, h. 77), *framing* membuat dunia jauh lebih dimengerti, karena realitas yang sangat kompleks disederhanakan dalam kategori tertentu. Hal ini sejalan dengan pemikiran Gitlin (dalam Pan dan Kosicki, 1993, h. 56) bahwa *framing* membantu jurnalis mengolah informasi dengan jumlah yang banyak dalam waktu yang singkat dan mengemasnya

seefisien mungkin agar pesannya dapat tersampaikan kepada audiens.

Kemudian, Gamson dan Modigliani (dalam Pan dan Kosicki, 1993, h. 56) mengatakan bahwa *framing* adalah pengorganisasian ide yang terpusat atau cerita yang memberikan makna. Mereka mengungkapkan bahwa *framing* dipenuhi dengan simbol-simbol. Gamson dan Modigliani membaginya menjadi 5 jenis simbol, yaitu *metaphors, exemplars, catchphrases, depictions, dan visual images*.

Selain itu, McQuail (dalam Narendra, 2008, h. 119) juga mengatakan bahwa *framing* memiliki dua pengertian, yaitu pertama, merujuk pada cara bagaimana sebuah pesan dalam berita dibentuk dan dikontekstualisasi oleh jurnalis dengan cara pandang yang dianggap logis dan tertata dalam sebuah struktur laten pesan. Sementara itu, definisi kedua berkaitan dengan efek *framing* kepada publik. Hal ini berkaitan dengan bahwa audiens sudah terbiasa menerima cara pandang yang diberikan oleh jurnalis atau media.

Meskipun *framing* memiliki banyak definisi, tetapi pada dasarnya terdapat persamaan dari definisi-definisi yang ada, yaitu *framing* bertujuan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Dengan

begini kita bisa melihat realitas yang lebih ditonjolkan, bahkan dihilangkan oleh media lewat penyajian beritanya (Eriyanto, 2002, h. 76-77).

2.2.2.2 Aspek *Framing*

Terdapat dua aspek dalam *framing*, yaitu memilih dan menuliskan fakta. Aspek pertama, memilih fakta atau realitas, didasarkan pada asumsi wartawan akan selalu melihat peristiwa dengan perspektifnya. Dalam memilih fakta wartawan akan dihadapkan pada dua kemungkinan, yaitu fakta mana yang akan dipilih dan mana yang dibuang. Bagian mana yang akan ditekankan dalam realitas, sehingga bisa menonjol dan hal tersebut akhirnya menciptakan perpektif yang sama antara khalayak dan medianya. Penekanan ini bisa dari *angle* berita dan pemilihan fakta tertentu. Akhirnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa berbeda dengan media lainnya, karena bisa jadi media A menekankan *angle* atau fakta tertentu, sementara media B menekankan hal lain (Eriyanto, 2002, h. 81)

Kemudian, aspek kedua adalah menuliskan fakta. Setelah memilah fakta yang ingin ditekankan demi menciptakan suatu realitas, wartawan akan menuliskan

beritanya atau cara menyajikan fakta-fakta tersebut. Gagasan itu ungkapkan dengan kata dan kalimat, serta ada bantuan foto dan gambar. Fakta-fakta yang disajikan bisa menonjol dengan cara penempatan suatu fakta yang mencolok, pengulangan, penggunaan grafis, melabeli orang/peristiwa, generalisasi, dan simplifikasi. Elemen tersebut sangat berhubungan dengan penonjolan realitas. Akhirnya, terdapat beberapa aspek yang lebih menonjol atau mendapatkan perhatian lebih besar oleh pembaca, sehingga dapat membentuk sebuah realitas (Eriyanto, 2002, h. 70).

2.2.2.3 Efek *Framing*

Efek *framing* terbagi menjadi dua, yaitu mobilisasi massa dan menggiring khalayak pada ingatan tertentu. *Framing* mampu mobilisasi massa, karena *framing* berhubungan erat dengan opini publik. Hal ini terjadi karena isu tertentu ketika dikemas dengan bingkai tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas suatu isu. Akhirnya dengan opini tersebut, mampu menggerakkan massa pada hal tertentu, contohnya seperti menuntut seseorang turun dari jabatannya hingga menggulingkan kekuasaan. (Eriyanto, 2002, h. 169)

Selain itu, *framing* juga mampu menggiring khalayak pada ingatan tertentu, karena media adalah tempat khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitarnya. Oleh sebab itu, bagaimana media membingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut. Apalagi dengan peristiwa-peristiwa yang ada didramatisir mampu memengaruhi bagaimana seseorang melihat peristiwa dan diingat (Eriyanto, 2002, h. 151-152).

2.2.3 Konsep Berita

Menurut Assegaf (dalam Yunus, 2010, h. 47), berita adalah laporan tentang fakta yang dipilih oleh redaksi suatu media untuk disiarkan dan menarik perhatian pembaca karena sifatnya luar biasa, penting, humor, emosional, dan penuh ketegangan. Sejalan dengan Aseegaf, Yunus (2010, h. 47) mengatakan bahwa berita adalah laporan informasi penting yang baru atau telah terjadi dan bisa menarik perhatian publik yang mencerminkan cara kerja wartawan. Oleh karena itu, berita memiliki sifat yang informatif, layak dipublikasikan, dan hasil karya jurnalistik, bukan sebuah opini.

Berita terbagi menjadi dua kategori, yaitu berita hangat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Berita hangat biasanya memuat kejadian terkini di pemerintahan, politik, hubungan luar negeri, pendidikan, ketenagakerjaan, agama, pengadilan, pasar finansial, dan sebagainya. Sementara itu, berita ringan biasanya kurang penting, karena seringkali bukan berita terbaru, tetapi lebih menarik bagi emosi pembaca. Biasanya berita ringan memuat informasi tentang *human interest* atau *feature* lainnya (Rolnicki, Tate, Taylor, 2008, h. 2-3).

Untuk membuat berita yang baik, maka sebuah berita harus memiliki nilai berita (*news value*) agar dapat menarik perhatian audiens. Nilai berita ini sebagai acuan wartawan dan editor untuk memutuskan fakta mana yang pantas menjadi berita. Oleh karena itu terdapat 11 nilai berita menurut Sumadiria (2006, h. 81-91):

1. Keluarbiasaan (*unusualness*), berita yang luar biasa atau peristiwa yang luar biasa,
2. Kebaruan (*newsness*), berita berisi peristiwa terbaru atau yang baru saja terjadi,
3. Akibat (*impact*), berita adalah segala sesuatu yang memiliki dampak yang luas,

4. Aktual (*timeliness*), berita yang sedang atau baru terjadi. Aktualitas terbagi menjadi tiga yaitu, aktualitas kalender, waktu, dan masalah,
5. Kedekatan (*proximity*), berita yang mencakup sesuatu yang dekat, baik secara psikologis dan geografis,
6. Informasi (*information*), berita berisi informasi untuk menghilangkan ketidakpastian,
7. Konflik (*conflict*), berita memuat segala sesuatu yang mengandung pertentangan atau konflik,
8. Orang penting (*public figure*), berisi tentang orang-orang penting atau figur publik,
9. Kejutan (*surprising*), berita yang berisi kejutan, di luar dugaan, dan tidak direncanakan, bahkan tidak diketahui sebelumnya,
10. Ketertarikan manusiawi (*human interest*), berita yang mampu menggetarkan hati,
11. Seks, berita yang membuat informasi tentang seks atau yang terkait tentang perempuan.

2.3 KERANGKA PIKIRAN

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk melihat struktur berita lebih mendalam. Pertama, akan dimulai dari isu kasus penistaan agama

yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran pertama. Hal ini dibuatkan berita oleh berbagai media, salah satunya *Koran SINDO*. Setelah pemberitaan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama ini muncul ke masyarakat, konsep konstruksi sosial mulai berperan lewat teks berita. Dari sini peneliti bisa melakukan analisis *framing* untuk melihat realitas apa saja dipilih oleh wartawan *Koran SINDO*. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki membagi analisis *framing*nya menjadi empat tahap, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Setelah selesai dianalisis, peneliti bisa melihat pembingkai dan penonjolan seperti apa saja yang diberikan kepada masyarakat untuk menciptakan sebuah realitas. Berikut adalah bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

