

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### 2.1 Jurnalistik Online dan Media Online

##### 2.1.1 Pengertian Jurnalistik Online dan Media Online

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (*news paper and magazine journalism*), jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast and journalism*), jurnalistik media audiovisual (*television journalism*). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet). (Sumadiria, 2008: 4)

Pengertian jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet, dan website. Romli dalam bukunya, *Jurnalistik Online*, menerangkan ketiga pengertian tersebut. Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebaran informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai memberitahukan sebuah peristiwa.

Jurnalistik online juga tidak mengenal tengat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. Deadline bagi jurnalistik online-dalam pengertian publikasi paling lambat adalah “beberapa menit bahkan detik setelah kejadian

berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain. (Romli, 2012: 14)

Jurnalistik media online merupakan jurnalistik terbaru yang hadir setelah jurnalistik cetak, radio dan televisi. Perbedaan utama dari ketiga bentuk jurnalistik (cetak, radio, televisi) dengan jurnalistik media online adalah kecepatan dalam penyampaian informasi kepada khalayak, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, serta bisa berinteraksi dengan pembaca atau pengguna (user).

Jurnalistik Online (Romli 2012: 30), menerangkan beberapa pengertian tentang media online. Per definisi, media online (online media) disebut juga *cybermedia* (media siber), internet media (media internet), dan *new media* (media baru), dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.

Media online bisa diartikan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) seperti, koran, tabloid, majalah, buku-buku. Dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film/video. Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.

Media Online dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu pada internet atau *world wide web* (www). Online merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet (konektivitas).

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi *real-time*. (Romli, 2012: 31).

### **2.1.2 Gaya Penulisan Naskah Media Online**

Romli dalam bukunya, *Jurnalistik Online*, menerangkan, naskah di media online hendaknya ringkas dan *to the point*. Naskah panjang dapat dipilah dalam beberapa judul tulisan, lalu digunakan tautan untuk menyatukannya. Sebagai acuan, naskah berita online idealnya maksimal 400 kata dan maksimal 800 kata untuk naskah jurnalistik lainnya, seperti artikel opini dan feature. Judul (*head*) dan alinea pertama (*lead*) harus dibuat semenarik mungkin sehingga *eyecatching* (menarik perhatian dan minat baca) karena sebagaimana di media konvensional pembaca umumnya hanya membaca judul (*headline reader*) atau teras berita (*lead reader*). Umumnya, lead adalah alinea pertama dari sebuah naskah artikel berita tersebut. Bisa pula berupa kalimat tersendiri, misalnya menampilkan isi berita yang paling menarik sebagai *eyecatcher*.

Body atau tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Namun, kelengkapan informasi tetap terjaga karena antar berita yang satu dengan berita yang lain bisa dikaitkan (*linkage*) hanya dengan satu klik.

Pendekatan Piramida Terbalik lebih intens digunakan dalam penulisan berita online, yaitu benar-benar mengedepankan yang paling penting dan mendesak diketahui pembaca, apalagi jika berita itu di share ke facebook, maka yang tampil di facebook adalah judul dan alinea pertama. Bahasa jurnalistik (*langue of mass media*) juga kian penting berperan mengingat karakter bahasa jurnalistik yang lugas, ringkas, sederhana, dan mudah di pahami.

### **2.1.3 Karakteristik Media Online**

Perbedaan utama dari ketiga bentuk jurnalistik (cetak, radio, televisi) dengan jurnalistik media online adalah kecepatan dalam penyampaian informasi kepada khalayak, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, serta bisa berinteraksi dengan pembaca atau pengguna (user).

Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain.

(Romli, 2012: 14)

Mike Ward (Romli, 2012: 15) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik media online sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu :

1. *Immediacy*: kesegaran atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan TV memang bisa cepat menyampaukan berita, namun biasanya harus mengintrupsi acara yang sedang berlangsung (breaking news). Jurnalistik online tidak demikian. Tiap menit, bahkan dalam hitungan detik, sebuah berita dapat diposting.
2. *Multiple Pagination*: bisa berupa ratusan page (halaman), terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (new tab/new window)
3. *Multimedia*: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus
4. *Flexibility Delivery Platform*: wartawan bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja, di atas tempat tidur sekalipun
5. *Archiving*: terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (keyword, tags), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapanpun.
6. *Relationship with reader*: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain

Ray G. Rosales dalam *The Elemenet of Online Journalism : Universe, 2006*.

(Romli, 2012: 16) menggambarkan karakteristik jurnalistik online yang tergambar pada elemen jurnalistik online. Jurnalistik online memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, meliputi :

1. *Headline*: judul berita yang ketika di klik akan membuka tulisan secara lengkap dengan halaman tersendiri.
2. *Text*: Tubuh tulisan dalam satu halaman utuh atau terpisah kedalam beberapa tautan (link).
3. *Picture*: gambar yang menyertai atau memperkuat cerita.
4. *Graphic*: grafis, biasanya berupa logo, gambar atau ilustrasi yang terkait dengan berita.
5. *Related link*: link terkait; tulisan terkait yang menambah informasi dan penambahan wawasan bagi pembaca, biasanya di akhir tulisan atau di sampingnya.
6. *Audio*: suara, music, atau rekaman suara yang berdiri sendiri atau digabungkan dengan slide show atau video. Video-video yang terkait dengan tulisan.
7. *Slide shows*: koleksi foto yang lebih mirip galeri gambar yang biasanya disertai keterangan foto. Beberapa slide shows juga bisa disertai suara (sound/voice)
8. *Animation*: animasi atau gambar bergerak yang diproduksi untuk menambah dampak cerita.

Berdasarkan pemahaman peneliti terhadap karakteristik media online ialah media online merupakan media baru dan bukanlah media massa seperti surat kabar, televisi dan radio. Hal tersebut terjadi karena adanya konvergensi media. Sama halnya dengan harian umum Kompas dan Republika, walaupun kedua media ini memiliki media cetaknya, namun keduanya mengkloningkan

diri bukan hanya media cetak tetapi juga memiliki media online seperti kompas.com dan republika.co.id.

Jika media online mengejar sebuah kecepatan dan aktualitas dalam hitungan menit dalam menyebarkan berita, bahkan setiap 10 menit sekali media online bisa mengupdate beberapa berita untuk dipublikasikan. Gaya penulisan nya pun cenderung singkat padat dan jelas, bahkan terkadang isi teks berita hanya 2-3 paragraf. Lain hal nya dengan media cetak atau surat kabar, mereka harus menunggu satu hari untuk naik cetak dan keesokan harinya baru bisa dipublikasikan. Bahkan gaya penulisan media cetak cenderung panjang, ditulis secara mendetail. Kemudian keuntungan dari media online yang dapat mengkonvergen ini dalam mempublikasikan beritanya dapat menyertakan suara dan video

## **2.2 Konsep Berita**

### **1.2.1 Pengertian Berita**

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide taerbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khaayak, melalui media berkala seperti televisi, surat kabar, radio, televisi, atau media online internet. Menurut Michael L Charnley dan James M. Neal (Sumadiria, 2008: 64) mengatakan laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, Interpretasi yang penting menarik, masih baru harus secepat nya disampaikan kepada khalayak.

Berita adalah fakta, opini, pesan, informasi, yang mengandung nilai-nilai yang diumumkan, diinformasikan, yang menarik perhatian sejumlah orang. Berita sebagai produk konstruksi realitas tentunya dibangun atas penyusunan bahasa yang terbentuk dari kumpulan kata-kata. Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Dari pengertian tersebut, dapat melihat ada empat unsur yang harus dipenuhi sebuah berita, sekaligus menjadi karakteristik utama sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa (layak muat). Keempat unsur ini yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik, yaitu

- a. Cepat, yakni aktual atau ketetapan waktu. Dalam unsur ini mengandung makna harfiah berita (*news*), yakni suatu yang baru (*news*).
- b. Nyata (*factuality*), informasi sebuah fakta (*fact*), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian, sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta adanya.
- c. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Berita yang nilai penting dan berpengaruh bagi kehidupan masyarakat secara luas.
- d. Menarik, mengundang orang untuk membaca berita yang ditulis. Berita biasanya menarik perhatian pembaca

### 2.2.3 Jenis-jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu : *elementary*, *intermediate*, *advance*. Berita elementary



mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth news report*), dan berita menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita intermediate meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*) dan pelaporan karangan khas (*feature story report*).

**Tabel 2.1 Jenis berita**

NO	JENIS BERITA	PENGERTIAN
1	<i>Straight News</i>	Berita langsung pada sasaran ditulis secara singkat dan lugas. Diberitakan tanpa mencampurkan opini penulis, disiarkan secara biasanya menjadi berita utama (Headline)
	<i>Depth News Report</i>	Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan
	<i>Comprehensive News</i>	Laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
	<i>Interpretative News</i>	Biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah atau peristiwa-peristiwa kontroversial.
	<i>Feature story</i>	Penulisan mencari fakta untuk menarik perhatian pembaca.
	<i>Depth reporting</i>	Pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual. Pelaporan mendalam ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari dan membutuhkan biaya yang besar.
	<i>Investigative reporting</i>	Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi.
	<i>Editorial</i>	Pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi umum

Sumber: Haris Sumadiria : Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008) Cet ke-3, hal 69-70.

Bedasarkan pemaparan yang disebutkan diatas, maka peneliti memahami berita merupakan laporan tercepat berupa fakta atau peristiwa yang dianggap penting dan disebarakan melalui media massa. Selain itu berita bukan hanya mencakup *hard news*, tetapi juga mencakup segi-segi *human interest*, seperti humor, melibatkan emosi dan ketegangan bagi pembaca.

## **2.3 Konsep Konstruksi Atas Realitas Sosial**

### **2.3.1 Pengertian Konstruksi Sosial**

Konstruksi sosial atas realitas pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger bersama Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction Of Reality : A Treatise in the sociological of knowledge (1996)*, ia menulis tentang manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus.

Fakta/ peristiwa adalah hasil dari konstruksi (Bungin, 2008 : 117). Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu.

Media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Lewat bahasa yang dipakai dan lewat pemberitaan, media dapat membingkai peristiwa dengan bingkai tertentu

yang pada akhirnya menentukan khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kacamata tertentu (Eriyanto, 2009 : 15).

Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanya konstruksi atas realitas. Berita dapat diibaratkan sebagai sebuah sandiwara. Berita merupakan realitas yang sebenarnya, akan tetapi merupakan gambaran pertarungan antara pihak yang memiliki kepentingan dalam sebuah isu. Oleh karena itu, terkadang muncul pihak yang dipandang sebagai “pahlawan” atau pihak yang benar dan ada pihak yang berperan sebagai “penjahat”.

Wartawan adalah agen kontruksi realitas. Wartawan adalah partisipan yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial. Dalam penulisan berita, wartawan ikut mendefinisikan apa yang terjadi berdasarkan pemahaman individualnya terhadap realitas. Ketika seorang wartawan menulis berita, maka sebetulnya ia membuat dan membentuk dunia, membentuk realitas.

Nilai, etika dan pilihan moral serta keberpihakkan wartawan adalah bagian dari integral dalam produksi berita. Wartawan tidak hanya menulis sesuai fakta atau realitas secara apa adanya, tetapi ia akan melandaskan kepentingan moral dan nilai-nilai kepercayaan tertentu yang ia yakini untuk mengkonstruksi berita.

Konstruksi sosial ialah dari filsafat konstruktivisme, yang dimulai dari gagasan konstruksi kognitif. Teori konstruktivisme yang meyakini bahwa makna atau realitas bergantung pada konstruksi pikiran dapat dirunut pada teori Popper (1973), Teori ini membagi tiga pengertian tentang alam semesta antara lain, dunia fisik atau keadaan fisik, dua kesadaran atau dunia mental dan dunia dari sisi

objektif pemikiran manusia. Bagi Popper objektivisme tidak dapat dicapai pada dunia fisik, melainkan selalu dunia pemikiran manusia (Ardiyanto, 2009:153).

Teori ini menolak pandangan teori positivis yang memisahkan antara subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan teori ini, bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampaian pesan. Konstruktivis menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan sosial lainnya

Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Paradigma konstruksionis ini lebih melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna (Eriyanto, 2009 : 37).

Melalui interpretasi wartawan, sebuah peristiwa, isu ataupun fenomena dapat menjadi sebuah berita yang menarik. Wartawan dapat membentuk dan menentukan apakah suatu peristiwa atau realitas dapat dijadikan berita. Menurut pandangan konstruksionis, sebuah teks berita tidak bisa disamakan seperti copy realitas. Ia haruslah dipandang sebagai konstruksi realitas. Karenanya terjadi peristiwa yang sama bisa jadi dikonstruksi secara berbeda, wartawan memiliki penafsiran atau konsep yang berbeda dalam memaknai sebuah peristiwa.

Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga

membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Ahli sosiologi Gaye Tuchman dalam bukunya *making news (1978)*, menyatakan bahwa berita merupakan konstruksi realitas sosial. Tindakan membuat berita adalah tindakan mengkonstruksi realitas itu sendiri, bukan penggambaran realita. Menurutnya, berita adalah sumber daya sosial yang konstruksinya membatasi pemahaman analitis tentang kehidupan kontemporer (Severin, J. Werner dan James W. Tankard, 2008 : 400)

### **2.3.2 Proses Lahirnya Konstruksi Atas Realitas**

Menurut Burhan Bungin Proses lahirnya konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut:

#### **1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi**

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Bungin (2008 : 117) menyatakan bahwa ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu:

##### **a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme.**

Artinya, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk dijadikan sebagai mesin penciptaan uang/pelipatgandaan modal.

##### **b. Keberpihakan semua kepada masyarakat.**

Artinya, bersikap seolah-olah simpati, empati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum.

Artinya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Isu-isu penting yang setiap hari menjadi fokus media massa, berhubungan dengan tiga hal, yaitu kedudukan (tahta), harta, dan perempuan. Selain tiga hal itu ada juga fokus-fokus lain, seperti informasi yang sifatnya menyentuh perasaan banyak orang, yaitu persoalan- persoalan sensitivitas, sensualitas, maupun ketakutan/kengerian.

2. Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah real time. Media cetak memiliki konsep real time terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan.

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca

3. Pembentukan Konstruksi Realitas

Bungin (2008 : 18) menyatakan bahwa tahap pembentukan konstruksi realitas adalah sebagai berikut :

a. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, di mana pemberitaan (penceritaan) telah sampai pada pembaca dan pemirsanya (penonton), yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi realitas pembenaran; *kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga*, sebagai pilihan konsumtif

b. Tahap Pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model; (1) model *good news (story)* dan (2) model *bad news (story)*.

c. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Pada dasarnya pekerjaan media massa adalah mengkonstruksi realitas. Isi media adalah hasil para pekerja mengkonstruksi berbagai realitas yang dipilihnya (Sobur, 2009:166). Dalam konstruksi realitas sosial pemberitaan di media massa, produksi realitas dilakukan oleh para pekerja media. Pekerja media merupakan sekumpulan individu yang bertugas mrngumpulkan bahan kemudian

mengolahnya dalam bentuk format tertentu untuk kemudian disebarakan melalui media massa pada khalayak sebagai proses komunikasi massa (Sobur, 2009:166).

Penggunaan paradigma konstruktivis sebagai alat analisis karena wacana berita merupakan bagian integral dan proses framing sejumlah isu. Selain itu, wacana berita juga memainkan peran penting dalam membentuk debat publik yang menyangkut isu-isu tertentu.

Dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan cenderung menyertakan pengalaman mereka serta pengetahuannya yang sudah mengkristal menjadi skemata interpretasi. Dengan skema ini wartawan membatasi dan menyeleksi suatu berita. Mengartikan komentar-komentar sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap tafsir atau perspektif yang muncul dalam wacana media.

Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukkan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11). Menurut peneliti pahami pembuatan berita di media massa pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna.

Mengenai pentingnya bahasa dalam berkomunikasi, Ibnu Hamad pun menyadarinya. Menurut Ibnu Hamad (2004: 12) dalam konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama untuk menceritakan realits. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptual dan alat narasi.



Begitu pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita, apapun ilmu pengetahuan tanpa adanya bahasa. Isi berita media cetak maupun elektronik adalah bahasa, baik bahasa verbal maupun bahasa non-verbal seperti gambar, photo, gerak-gerak dan tabel.

Jadi, dapat dikatakan bahasa yang digunakan media massa memiliki kekuatan untuk membentuk pikiran khalayak. Bahasa dengan unsur utama kata, memiliki kekuatan yang besar dalam berinteraksi antar komunitas sosial. Bahasa adalah cermin budaya masyarakat pemakainya.

Oleh karena persoalan makna itulah, maka penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas. Dengan demikian penggunaan bahasa tertentu, berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul darinya. Dari perspektif ini, bahkan bahasa bukan hanya mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus dapat menciptakan realitas. (Hamad, 2004: 13)

Konstruksi berita atas realitas sosial yang beredar, seperti pada kasus dugaan penistaan agama oleh Ahok sebagai calon Gubernur ber-etnis Cina, tidak hanya dipengaruhi oleh struktur skema wartawan maupun individu, namun juga mendapatkan pengaruh besar dari rutinitas kerja dan institusi media.

Perlu disadari bahwa wartawan hidup dalam institusi media dengan seperangkat aturan, pola kerja dan aktivitas masing-masing. Dapat dipastikan pada akhirnya wartawan menyerap nilai-nilai yang ada dalam komunitasnya. Oleh

karena itu, berita bersifat subjektif dan besar kemungkinan sebuah isu tidak akan dikonstruksi sama oleh berbagai media yang memberitakannya.

## **2.4 Konsep Framing**

### **2.4.1 Pengertian Framing**

Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang tersebut yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan bagian mana yang dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Sobur, 2004: 162).

Framing dilihat sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan dan di negosiasikan. Pan dan Kosicki dalam Eriyano (2005 : 252) media dipandang sebagai bagian dari diskusi publik secara luas. Dalam hal ini bagaimana media dapat membentuk bingkai dan kemasan tertentu kepada khalayak, dan bagaimana partisipan politik melakukan pemaknaan dan konstruksi atas peristiwa untuk disediakan kepada publik. Khalayak juga akan melakukan proses dan pemaknaan yang berbeda atas suatu isu atau peristiwa.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang di tonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut.

Maka framing merupakan proses dimana menyeleksi, menafsirkan, pemberian makna tertentu pada suatu peristiwa yang diwujudkan dengan kata-kata khusus yang dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

#### 2.4.2 Seleksi Isu dan Penekanan Isu

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih dikenal. Akibatnya khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khakayak.

Peyajian realitas yang demikian membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti :

**Tabel 2.2 Penyajian Framing**

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain
William A. Gamson	Cara bercerita atau gagasan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan ( <i>package</i> ) . kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan pesan-pesan yang ia terima
David E. Snow and Rober Banford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertent, anak kalimat, citra 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 kedalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan dan 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.

Sumber : (Eriyanto : 2005 : 68)

Ada dua aspek dalam framing. *Pertama*, memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tahap perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan; apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas, bagian mana dari realitas yang diberitakan, dan bagian mana yang tidak diberitakan. Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih aspek tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lain. Media yang menekankan aspek tertentu, memilih fakta tertentu akan menghasilkan berita yang bisa jadi berbeda kalau media menekankan aspek atau peristiwa yang lain (Eriyanto 2005 : 69)

*Kedua*, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan

pemakaian perangkat tertentu; penempatan yang mencolok (menempatkan di headline depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian 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 sebagainya. (Eriyanto : 2005 : 70)



Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol dan mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas.

Konsep framing dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi. Tetapi secara umum, teori framing dapat dilihat dalam dua tradisi yaitu sebagai berikut :

1. **Dimensi psikologis**, framing adalah upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi bermakna, lebih mencolok dan diperhatikan oleh publik. Secara

psikologis, orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia yang kompleks itu bukan hanya agar lebih sederhana dan dapat dipahami, melainkan juga agar lebih mempunyai perspektif/dimensi tertentu. Orang cenderung melihat dunia ini dalam perspektif tertentu, pesan atau realitas juga cenderung dilihat dalam kerangka berpikir tertentu. Karenanya, realitas yang sama bisa digambarkan secara berbeda oleh orang yang berbeda. (Eriyanto : 2012 : 83-84)

2. **Dimensi sosiologis**, secara sosiologis, frame dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama-sama. Ini menempatkan media sebagai organisasi yang kompleks yang menyertaka didalamnya praktik profesional. Pendekatan semacam ini untuk membedakan pekerja media sebagai individu. Ini berarti menempatkan berita sebagai institusi sosial. Berita ditempatkan, dicari, dan disebarluaskan lewat praktik profesional dalam organisasi. Karenanya hasil dari suatu proses berita adalah produk dari proses institusional. Berita adalah produk dari profesionalisme yang menentukan bagaimana peristiwa setiap hari dibentuk dan dikonstruksi. (Eriyanto : 2012 : 93-94)

Pan dan Kosicki menafsirkan framing adalah bagian dari proses besar bagaimana publik menafsirkan isu-isu atau kebijakan politik tertentu. Analisis framing memusatkan pada perhatian, terutama pada studi secara sistematis bahasa politik.

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita kedalam teks secara keseluruhan. Dalam model ini, perangkat framing dapat dibagi kedalam empat struktur besar.

Struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa – pernyataan, opini, kutipam, pengamatan atas peristiwa kedalam bentuk susunan berita. Struktur semantik dengan demikian dapat diamati dari bagian berita (lead, headline, kutipan yang diambil dan sebagainya). Struktur sistaksis mengacu pada pola penyusunan kata atau frase menjadi kalimat. Ini ditandai dengan struktur piramida terbalik dan pemilihan narasumber. Keberadaan struktur sintaksis dalam sebuah berita menggiring khalayak kepada sebuah perspektif tertentu dalam memandang sebuah peristiwa. (Eriyanto. 2005 : 257)

Struktur skrip mengacu pada tahapan-tahapan kegiatan dan komponen dari sebuah peristiwa. Secara umum, teks berita terdiri dari 5W dan 1H (what, who, where, when dan how). Kehadiran struktur skrip dalam sebuah berita bisa memberi kesan bahwa berita tersebut unit yang relative independen, karena menyajikan informasi yang lengkap dari sebuah peristiwa, mulai dari awal, klimaks, karakter dan emosi manusia.

Struktur tematik adalah susunan hierarki dengan sebuah tema sebagai inti yang menghubungkan sejumlah subtema, yang pada gilirannya dihubungkan dengan elemen-elemen pendukung. Struktur tematik ini terdiri dari ringkasan dan bagian utama. Ringkasan biasanya dipresentasikan melalui headline, lead, atau kesimpulan. Sedangkan bagian utama merupakan tempat di mana bukti-bukti

pendukung disajikan, baik berupa peristiwa itu sendiri, latar belakang informasi atau kutipan-kutipan.

Struktur retorik menggambarkan pilihan gaya yang dibuat oleh jurnalis sehubungan dengan efek yang mereka harapkan dari sebuah peristiwa terhadap khalayak. Mereka menggunakan perangkat framing untuk menggambarkan observasi dan interpretasi mereka sebagai sebuah fakta atau untuk meningkatkan efektivitas sebuah berita.

Struktur retorik berelasi dengan bagaimana cara jurnalis menggunakan perangkat retorik untuk membangun citra, meningkatkan point-point yang menonjol pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik memakai pilihan kata, idiom, grafik, gambar, dan leksikon yang juga dipakai guna memberikan penekanan pada arti tertentu (Sobur, 2009:176).

**Tabel 2.3 Model Pan dan Kosicki**

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat Framing</b>	<b>Unit yang dianalisis</b>
1. Sintaksis Cara wartawan menyusun fakta	Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
2. Skrip Cara wartawan mengisahkan fakta	Kelengkapan berita	5 W + 1 H
3. Tematik Cara wartawan menulis fakta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detail</li> <li>- maksud kalimat berhubungan</li> <li>- nominalisasi antar kalimat</li> <li>- kata ganti</li> </ul>	Paragraf, Preposisi



4. Retoris Cara wartawan menekankan fakta	- Leksikon - Grafis - Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik
---	--------------------------------------	-------------------------------------

Sumber : (Eriyanto : 2005 : 256)

Ada beberapa elemen struktur yang dipakai wartawan, paling penting adalah leksikon, pemilihan, dan pemaknaan kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Suatu fakta umumnya tersiri atas beberapa kata yang merujuk kepada fakta. Leksikon, merupakan pemilihan atau pemakaian kata-kata tertentu untuk menggambarkan peristiwa. Pilihan ini tidak dilakukan secara kebetulan, tetapi secara ideologis untuk menunjukkan pemaknaan seorang terhadap fakta.

Selain lewat kata, penekanan pesan dalam berita itu juga dapat dilakukan dengan menggunakan unsur grafis. Grafis adalah bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Elemen grafis ini muncul dalam bentuk variasi huruf (Ukuran, warna, dan efek), caption, grafik, gambar, tabel, foto, dan data lainnya. Termaksud juga penempatan dan ukuran judul. Elemen grafis memberikan efek kognitif dan menunjukkan apakah suatu informasi itu dianggap penting dan menarik sehingga harus ditonjolkan (Eriyanto, 2002: 306).

Dalam elemen yang keempat ini juga terdapat unsur metafora yakni pesan tidak hanya disampaikan lewat teks atau bahasa formal, tetapi juga kiasan, ungkapan dan metafora yang dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu yang dipakai untuk memperkuat pesan utama.