BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan informasi untuk melanjutkan kehidupan. Informasi-informasi terkini mengenai ilmu, beragam peristiwa, isu-isu penting, serta perkembangan di berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan hiburan akan membantu manusia untuk melihat dunia dan mendapatkan pengetahuan tentang apa yang terjadi di sekitar mereka.

Inovasi teknologi yang terus muncul telah memudahkan kehidupan sehari-hari manusia, tak terkecuali pada bidang jurnalistik. Kemunculan media-media *online* bagaikan jawaban atas desakan kebutuhan manusia akan informasi berupa berita yang aktual dan faktual. Sifat media *online* yang praktis karena dapat diakses di mana pun dan kapan pun selama terhubung dengan internet berhasil mengalihkan kebiasaan masyarakat yang mulanya mengakses berita dari media konvensional seperti koran, televisi, dan radio.

Fenomena di era digital menandai babak baru dalam aktivitas jurnalistik. Tidak bisa disangkal bahwa kemajuan teknologi membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satu perubahan signifikan terjadi pada media, di mana munculnya media baru seperti media sosial mampu menarik perhatian banyak pengguna internet hingga ke tingkat global. Hal ini menunjukkan betapa kuat dan pesatnya perkembangan media baru dalam masyarakat.

Media sosial seperti Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer. Dengan kekuatan visual dan sifat interaktifnya, Instagram telah menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan berita, opini, dan informasi. Instagram merupakan platform di mana memungkinkan penggunanya untuk dapat mengunggah berbagai foto dan video atau konten visual lainnya. Selain itu juga memungkinkan para penggunanya untuk bisa berinteraksi melalui kolom komentar.

Pemanfaatan media sosial Instagram oleh portal media *online* ini bukan hal yang baru dilakukan. Beragam media *online mainstream* seperti CNN Indonesia, Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, dan sebagainya tidak melewatkan kesempatan penjangkauan khalayak yang lebih luas. Hal tersebut berpengaruh dalam persaingan ketat eksistensi media *online* yang diandalkan masyarakat dalam pemenuhan informasi.

Baik media *online* maupun media sosial mengembangkan konsep penulisan berita yang tidak hanya berfokus pada produk jurnalistik semata, tetapi juga mempertimbangkan orientasi pasar. Berita hiburan yang berkaitan dengan dunia komedi, yang diolah dengan gaya berbeda oleh masing-masing wartawan, telah dipublikasikan secara rutin di situs web dan akun Instagram Comikamedia. Dalam proses penyajiannya, para wartawan diwajibkan untuk tetap berpegang pada ideologi media tempat mereka bekerja.

Comikamedia adalah media *online* hiburan, berita, serta informasi seputar komedi pertama di Indonesia. Sebagai salah satu media *online* yang mengkhususkan diri dalam dunia komedi, khususnya *stand up comedy* di Indonesia,

Comikamedia menghadirkan dinamika tersendiri dalam menyajikan dan mempublikasikan beritanya. Dunia komedi, dengan nuansa santai dan humoris, memengaruhi cara penyajian berita. Penggunaan bahasa yang ringan, kreatif, dan terkadang hiperbolis sering ditemukan dalam berita-berita yang disajikan.

Comikamedia bisa diakses melalui situs web comika.media dan juga melalui media sosial Instagram @Comikamedia dengan konten yang lebih beragam dan visual yang lebih bervariasi. Setiap harinya ada artikel berisi informasi komedi terbaru. Dijelaskan dalam situs web-nya bahwa demi reportase yang lebih mendalam, reporter Comikamedia mempertaruhkan kesehatan mata dengan riset berjam-jam dari laptop, membelah jalanan untuk mewartakan fenomena komedi dengan lebih dekat, hingga berusaha akrab kepada komika demi mengorek informasi orang dalam. Untuk saat ini, kebanyakan reporter yang bertugas adalah komika juga. Mereka menganggap bahwa mereka lebih handal mewartakan komedi ketimbang berkomedinya.

Di sinilah muncul pertanyaan penting tentang bagaimana Comikamedia membingkai informasi-informasi dunia komedi ini, terutama *stand up comedy* di Indonesia menjadi berita *entertainment* di media sosial Instagram mereka. Begitu juga dengan struktur teks yang digunakan, apakah tunduk pada kaidah jurnalistik tradisional, ataukah ada formula tersendiri karena beradaptasi terhadap karakter dunia komedi yang lebih cair dan bebas. Karena setiap media mempunyai visi misi dan cara sendiri dalam membingkai sebuah berita untuk dipublikasikan kepada khalayak.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, *framing* diasumsikan sebagai sebuah strategi komunikasi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita. Selain itu menurut Pan dan Kosicki, *framing* juga diartikan sebagai sebuah strategi atau cara yang dilakukan jurnalis dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk dipublikasikan kepada khalayak (Eriyanto, 2002).

Dari sebuah peristiwa, media massa dapat melakukan *framing* atau pembingkai, sehingga realita peristiwa tersebut dapat menjadi bahan baku dalam pembuatan berita. Hal ini senada dengan pendapat Eriyanto (2002) bahwa “*Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media”. Dengan begitu, suatu realita dapat dibentuk serta dikonstruksi oleh media. Realitas tersebut dikonstruksi agar khalayak dapat menangkap informasi apa saja yang ditonjolkan oleh media tersebut.

Selain karena belum ada penelitian sebelumnya terhadap media yang sama, penelitian ini menjadi penting dan relevan dalam konteks perkembangan media digital yang semakin variatif, terutama dalam ranah media yang menggabungkan unsur informasi dan hiburan. Dengan memahami bagaimana Comikamedia membingkai informasi dalam pemberitaannya, penelitian ini tidak hanya berkontribusi terhadap kajian linguistik dan media, tetapi juga terhadap pemahaman tentang bagaimana dunia komedi, khususnya *stand up comedy* di Indonesia, direpresentasikan dalam ruang digital.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan apa yang diuraikan di latar belakang, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana struktur sintaksis berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024?
- 2) Bagaimana struktur skrip berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024?
- 3) Bagaimana struktur tematik berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024?
- 4) Bagaimana struktur retorik berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui struktur sintaksis berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024.
- 2) Mengetahui struktur skrip berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024.
- 3) Mengetahui struktur tematik berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024.
- 4) Mengetahui struktur retorik berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia edisi Oktober-Desember 2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi signifikan pada pemahaman tentang bagaimana media *online*, khususnya Comikamedia melalui platform media sosial Instagram sebagai representasi media hiburan dalam membingkai informasi melalui berita yang dipublikasikan.

Selain itu, penelitian ini memperkaya kajian tentang analisis *framing* dengan mengaplikasikan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada konteks media sosial, memberikan wawasan tentang pbingkaiian informasi perihal komedi kepada publik, serta menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya terkait pbingkaiian berita di media sosial, khususnya dalam *niche market* seperti dunia komedi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi diri bagi Comikamedia untuk meningkatkan kualitas pemberitaan. Media *online* lain, terutama yang berfokus pada dunia hiburan dan menjadikan media sosial Instagram sebagai platform untuk mempublikasikan berita, dapat mengambil inspirasi dari temuan penelitian ini untuk memahami audiens dan menciptakan konten yang lebih relevan.

Lebih jauh lagi, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan literasi media masyarakat, memungkinkan konsumen media menjadi lebih kritis terhadap bagaimana *framing* digunakan untuk memengaruhi opini publik.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Konsep *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Beterson antara tahun 1955 hingga 1972. Pada awalnya, *frame* dipahami sebagai struktur konseptual atau sekumpulan kepercayaan yang mengorganisasi pandangan mengenai politik, kebijakan, dan wacana, yang menyediakan kategori-kategori standar untuk memahami realitas. Kemudian, Goffman (1974) mengembangkan gagasan ini dengan melihat *frame* sebagai potongan-potongan perilaku yang memandu individu dalam memahami kenyataan. Dalam perkembangan selanjutnya, konsep *framing* dipakai untuk menggambarkan bagaimana media melakukan seleksi dan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu dari realitas.

Analisis *framing* merupakan metode untuk mengkaji bagaimana media membangun konstruksi realitas. Analisis ini juga digunakan untuk memahami bagaimana suatu peristiwa dipersepsi dan dibingkai oleh media. Intinya, *framing* adalah cara media menyampaikan cerita (*storytelling*) tentang sebuah peristiwa, yang terlihat dari sudut pandang atau cara melihat realitas yang diangkat. Proses *framing* umumnya melibatkan pemilihan peristiwa tertentu untuk diberitakan dan penekanan pada aspek-aspek khusus dari peristiwa tersebut melalui penggunaan kata-kata, penegasan, gambar, dan elemen lainnya.

Eriyanto menyebutkan beberapa model analisis *framing* yang umum dipakai, antara lain model dari Robert Entman, William A. Gamson & Andre Modigliani, Murray Edelman, serta Zhongdang Pan dan Kosicki. Dalam penelitian ini, model Zhongdang Pan dan Kosicki akan dipakai karena popularitas dan luasnya

aplikasi model tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, wacana media adalah proses kesadaran sosial yang melibatkan tiga aktor utama: sumber informasi, jurnalis, dan audiens dalam memahami budaya serta aspek kehidupan sosial yang sudah terstruktur. Analisis *framing* dari perspektif konstruktivis ini fokus pada konseptualisasi teks media dalam dimensi empiris dan operasional yang meliputi struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.

Pada dasarnya, gagasan analisis ini adalah melihat teks media sebagai sebuah sistem yang terdiri dari bagian-bagian terorganisasi, yang memperlihatkan keberpihakan terhadap ide-ide tertentu dan juga menyediakan cara bagi audiens untuk memahami dan memproses teks tersebut.

Tabel 1. 1 Perangkat *Framing* Model Pan dan Kosicki

No.	Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
1.	Sintaksis Cara wartawan menyusun fakta	Skema Berita	<i>Headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.</i>
2.	Skrip Cara wartawan mengisahkan fakta	Kelengkapan Berita	5W + 1H (<i>What, Who, When, Where, Why, How</i>).
3.	Tematik Cara wartawan menulis fakta	1. Detil 2. Koherensi 3. Bentuk kalimat 4. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat.
4.	Retoris Cara wartawan menekankan fakta	1. Leksikon 2. Grafis 3. Metafora	Kata, idiom, gambar atau foto, grafik.

1.5.2 Kerangka Konseptual

1.5.2.1 Berita *Entertainment*

Dalam konteks jurnalistik, berita didefinisikan sebagai laporan mengenai fakta atau ide yang sedang terjadi dan dipilih oleh staf redaksi surat kabar untuk disiarkan. Berita tersebut harus mampu menarik perhatian pembaca, baik karena bersifat luar biasa, penting, berdampak besar, maupun memiliki unsur human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Sumandiria, 2006: 64-65). Berita terbagi menjadi dua jenis utama, yakni berita langsung (*straight news*) dan berita tidak langsung (*indirect news*). Masing-masing jenis memiliki karakteristik unik dalam penyajiannya dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan cara yang berbeda, termasuk berita hiburan atau *entertainment news*.

Perkembangan media massa berbasis daring semakin pesat, memungkinkan hadirnya berbagai sumber informasi yang beragam. Media *online* membuka peluang bagi media yang menyediakan berita hiburan atau *entertainment*. Jurnalisme hiburan merupakan bagian dari dunia jurnalistik yang fokus pada pemberitaan seputar hiburan, seperti teater, musik, film, dan seni lainnya yang ditujukan kepada para penggemar. Selain itu, jurnalisme hiburan juga berperan sebagai sarana penyampaian kritik sosial melalui karya seni yang dipublikasikan. Media hiburan harus mampu memahami dan menjangkau pasar atau audiens yang menjadi targetnya (Santana K, 2017).

Entertainment journalism tidak bisa dilepaskan dari seni yang dikemas menjadi berita. Pada abad ke-21, jurnalisme hiburan terus mengalami perkembangan dan menjadi bagian penting dari dunia jurnalistik. Jurnalisme ini juga mampu mengangkat sisi lain dari seni, tidak hanya dari tampilannya saja seperti teater, lukisan, musik, dan seni visual, tetapi juga memperlihatkan proses produksi di balik layar serta kritik yang disampaikan terhadap seni hiburan tersebut. Hiburan juga dapat terkait erat dengan gaya hidup, sehingga informasi mengenai hiburan, seni musik, lukisan, dan teater menjadi konsumsi yang diminati oleh masyarakat (Nugroho, 2019).

1.5.2.2 Media Sosial Instagram

Media sosial, menurut Hidayatullah (2020), adalah platform atau layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengakses, mengikuti, membuat, mengomentari, serta menyebarluaskan berbagai jenis konten dalam format teks, gambar, video, dan foto. Instagram termasuk salah satu media sosial yang dimanfaatkan penggunanya untuk berbagi informasi dalam bentuk gambar, foto, video, dan tulisan singkat (*caption*), sehingga termasuk dalam kategori media sosial.

Nama Instagram merupakan gabungan dari kata “insta” yang berarti instan dan “gram” yang berasal dari kata telegram, sebuah sarana untuk menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat kepada banyak orang. Sama seperti media sosial lainnya, Instagram memanfaatkan jaringan internet untuk mengunggah foto dan video sehingga informasi dapat disalurkan dengan cepat kepada pengguna.

Instagram merupakan aplikasi media sosial di *smartphone* yang memiliki fungsi yang mirip dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada fokus Instagram sebagai platform berbagi foto dan ruang bagi pengguna untuk menyampaikan informasi melalui gambar. Instagram menggunakan teknologi pengolahan foto dan video untuk menampilkan informasi secara efektif. Selain memberikan informasi, Instagram juga memberikan inspirasi sekaligus meningkatkan kreativitas bagi penggunanya.

Sebagai salah satu media sosial yang populer, Instagram menyediakan berbagai fitur untuk mengunggah dan membagikan foto serta video. Fitur-fitur tersebut menarik banyak pengguna, terutama dari kalangan remaja, dan memungkinkan pengguna mencari foto, video, serta berbagai informasi yang mereka butuhkan.

1.5.2.3 *Stand Up Comedy* Indonesia

Perkembangan hiburan komedi di Indonesia menampilkan kemunculan bentuk komedi baru yaitu *stand up comedy*. Menurut Mintz (1985), *stand up comedy* adalah jenis komedi di mana seorang pelaku tampil sendiri dengan berdiri dan menyampaikan hal-hal lucu kepada penonton tanpa menggunakan properti seperti kostum, setting panggung, atau alat dramatis lainnya. *Stand up comedy* memiliki motif dan fungsi yang kompleks, bersifat ambigu dan agak paradoks. Pelaku *stand up comedy* disebut *stand up comedian*, *stand up comic*, *comic*, atau komika. Biasanya, para komika menyampaikan materi dalam bentuk monolog, meskipun beberapa teknik mengharuskan adanya interaksi dengan penonton.

Di Indonesia, industri hiburan khususnya komedi banyak menampilkan gaya lawak yang serupa, yakni menonjolkan unsur *slapstick* dan seksualitas. Namun, seiring berjalannya waktu, muncullah pertunjukan *stand up comedy* atau lawakan tunggal yang mulai populer. Gaya lawak dalam *stand up comedy* berbeda karena selain membahas masalah keseharian, juga sering mengangkat isu sosial dan politik yang jarang disentuh oleh industri hiburan konvensional, khususnya di bidang komedi.

“Stand Up Comedy Open Mic” pertama kali digelar di Indonesia pada tahun 1997 di Comedy Cafe Indonesia, Kemang, Jakarta Selatan yang diprakarsai oleh Ramon Papan. Selanjutnya, almarhum Taufik Savalas membawakan acara Comedy Cafe di Trans TV pada tahun 2004, meski pada saat itu acara ini kurang mendapat sambutan luas dari masyarakat. Popularitas *stand up comedy* mulai meningkat melalui ajang kompetisi seperti “Stand Up Comedy Indonesia (SUCI)” di Kompas TV dan “Stand Up Comedy Academy (SUCA)” di Indosiar. Hingga sekarang, *stand up comedy* terus berkembang dan menjadi bagian dari budaya populer di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, industri *stand up comedy* di Indonesia juga semakin berkembang. Hal ini ditandai dengan hadirnya banyak komunitas Standupindo di hampir seluruh kota di Indonesia. Selain itu, banyak juga lahirnya perusahaan yang bergerak di bidang *stand up comedy*, baik sebagai *talent management* yang menaungi para komika atau promotor yang mengadakan *event stand up comedy*. Beberapa perusahaan tersebut di antaranya: Majelis Lucu Indonesia, Hahaha Corp, Komtung, Ekresa, dan Comika.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Secara geografis penelitian ini tidak memiliki tempat analisis, akan tetapi karena penelitian ini merupakan bentuk pengamatan analisis, maka tempat yang disebut adalah objek penelitian yaitu media *online* Comikamedia dalam platform akun media sosial Instagram @Comikamedia.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma ini merupakan cara pandang dalam pengamatan, pemahaman dan penyelesaian terhadap masalah yang berada pada dunia ini. Mulyana (2006) menyatakan bahwa paradigma konstruktivisme ini memberikan bagaimana penggunaannya melibatkan perhatian penting dan pernyataan yang logis. Paradigma ini juga memiliki akar yang kuat terhadap keadaan sosial dari para penulisnya. Kebenaran yang berada pada paradigma ini sifatnya relatif, maksudnya tidak semua hal dapat dipukul rata sebagai kebenaran atau kesalahan.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud mengartikan peristiwa yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2018). Menurut peneliti, pendekatan kualitatif cocok dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tujuan peneliti sama dengan tujuan pendekatan kualitatif yaitu mendeskripsikan, menjelaskan, dan mengungkap proses.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis *framing* model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini menilai jika dalam analisis *framing*, “Teks berita dilihat terdiri dari berbagai simbol yang disusun lewat perangkat simbolik yang dipakai” (Eriyanto, 2020). Dengan konsep ini, media dianggap sebagai tempat diskusi publik. Media dapat mengemas suatu peristiwa dalam bentuk berita untuk dipahami oleh khalayak. Tentunya khalayak juga melakukan pemaknaan berdasarkan apa yang ia maknai dari berita yang ia dapat.

Analisis *framing* model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki memfokuskan pada 4 struktur, yakni struktur sintaksis (cara wartawan menyusun fakta), struktur skrip (cara wartawan mengisahkan fakta), struktur tematik (cara wartawan menuliskan fakta), dan struktur retorik (cara wartawan menekankan fakta). Dengan begitu, penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui bagaimana keempat struktur tersebut dibingkai dalam berita *entertainment stand up comedy* Indonesia di Instagram @Comikamedia melalui analisis *framing*.

Struktur sintaksis menjelaskan tentang bagaimana cara seseorang ketika menyusun fakta. Bila merujuk pada tulisan berita, unsur sintaksis ini dapat kita lihat pada susunan berita yang terdiri dari *headline*, *lead*, latar, informasi, sumber, dan kalimat penutup pada berita. Umumnya, semua itu tersusun rapih dalam bentuk struktur piramida terbalik. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang di atas merupakan fakta yang paling ditonjolkan atau memiliki nilai yang lebih penting dari fakta lainnya. Sedangkan fakta yang terdapat di bawah merupakan fakta yang dianggap tidak penting atau tidak terlalu ditonjolkan ke khalayak.

Struktur ke dua adalah skrip. Bentuk umum yang mudah kita lihat adalah pada penggunaan unsur 5W+1H atau *who, what, where, when, why, dan how*. Unsur-unsur tersebut dapat dijadikan sebagai bagian penanda *framing* dalam berita. Misalnya, salah satu unsur tersebut dihilangkan atau pada unsur tersebut ada yang paling menonjol dan tidak terlalu menonjol, bahkan bisa saja tidak ditonjolkan, yang dapat mengasumsikan makna dari pengemasan atau pemingkaian suatu berita. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkontruksi berita: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu (Eriyanto, 2020).

Selanjutnya Struktur tematik. Struktur ini berhubungan dengan berbagai tema yang dituangkan dalam sebuah berita. Tema yang tersaji tentunya digunakan sebagai perangkat *framing*. Berita mirip sebuah pengujian hipotesis, peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan semua perangkat itu ada untuk membuat dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat (Eriyanto, 2020).

Terakhir, struktur keempat yaitu retorik. Struktur ini berhubungan dengan pilihan gaya kata atau kalimat yang dituliskan dalam sebuah berita. Hal ini digunakan untuk membangun kesan atau citra pada fakta yang ingin ditonjolkan. Penggunaan kata ini dapat merujuk pada suatu ideologi yang dianut. Selain itu, pemilihan atau penggunaan gambar serta grafis visual juga menjadi perangkat *framing* di dalam unsur ini guna menonjolkan fakta pada berita yang disajikan.

Maka dari penjelasan di atas mengenai teori analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, penulis merasa jika model tersebut cocok digunakan dalam penelitian ini. Struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik yang dijelaskan oleh Pan dan Kosicki ini berhubungan langsung pada struktur dan unsur-unsur penting yang terdapat dalam berita.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah jenis data kualitatif, karena pada praktik penelitian, peneliti mengelola data yang ada melalui analisis mendalam dan melakukan observasi serta dokumentasi yang rinci. Jenis data kualitatif juga melakukan susunan kata-kata menjadi kalimat yang ditulis dalam catatan bukan berupa penghitungan angka atau kuesioner.

1.6.4.2 Sumber Data

1) Data Primer

Sumber data primer yang penulis lakukan adalah melalui akun media sosial Instagram @Comikamedia sebagai pedoman untuk melakukan analisis *framing* terhadap berita *entertainment* edisi Oktober-Desember 2024.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder atau data pendukung dalam penelitian ini diperoleh melalui referensi yang berkaitan dalam penelitian, di antaranya: skripsi, jurnal, artikel, buku-buku, serta dokumentasi dari akun media sosial Instagram @Comikamedia.

1.6.5 Unit Analisis

Unit penelitian adalah elemen yang dianalisis dalam penelitian kualitatif yang berupa teks, pernyataan atau elemen lain dari topik atau materi yang diteliti, atau dapat diartikan sesuatu yang berkaitan dengan komponen yang diteliti.

Maka dalam penelitian ini, unit analisis yang akan menjadi sumber kunci yaitu berita di akun media sosial Instagram @Comikamedia, karena menyesuaikan dengan judul yang tertera bahwa peneliti akan menganalisis *framing* berita pada media sosial.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang menjadi sumber utama penelitian ini adalah pengumpulan teks, berita, atau dokumen yang diambil dari media *online* Comikamedia dan akun media sosial Instagram @Comikamedia, yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, peneliti juga menggunakan metode observasi untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini.

1) Observasi

Observasi adalah proses pengamatan secara langsung terhadap objek atau media yang menjadi fokus penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan menyeluruh terhadap seluruh berita yang tersedia, kemudian memilih berita-berita yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian untuk dianalisis.

2) Dokumentasi

Menurut Arikunto (2013), dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengambil catatan, buku, transkrip, majalah, surat kabar, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berita hiburan pada akun Instagram @Comikamedia untuk edisi Oktober sampai Desember 2024.

3) Studi Kepustakaan

Penelitian ini juga melibatkan studi kepustakaan untuk memperoleh berbagai informasi dan referensi. Studi ini dilakukan dengan mengkaji sumber-sumber literatur seperti buku, jurnal penelitian, serta artikel berita hiburan yang tersedia di internet.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Tujuan utama dalam sebuah penelitian adalah menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipercaya. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti perlu melalui tahap analisis data secara menyeluruh. Dalam rangka memperoleh keabsahan hasil penelitian, peneliti biasanya menggunakan teknik triangulasi, yang merupakan metode yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap hal tersebut. Pada dasarnya triangulasi merupakan teknik yang didasari pola pikir fenomenologi yang bersifat multi perspektif (Moleong, 2014).

Artinya, untuk mendapatkan kesimpulan yang kuat, dibutuhkan sudut pandang yang beragam. Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi sumber data, yaitu teknik yang mengharuskan pengumpulan data dari berbagai sumber yang berbeda.

Triangulasi ini memanfaatkan berbagai macam sumber data untuk mengumpulkan informasi serupa sehingga data yang diperoleh dari satu sumber dapat diuji kebenarannya dengan membandingkannya terhadap data sejenis dari sumber lain yang berbeda.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian, yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions*).

1) Pengumpulan Data

Pertama, pada tahap pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data yang relevan seperti hasil observasi dan dokumentasi dari sumber tertentu, dalam hal ini unggahan berita di Instagram @Comikamedia. Pengumpulan data didasarkan pada kategori yang sudah sesuai dengan fokus penelitian lalu akan diperdalam lagi melalui pencarian data tambahan bila diperlukan. Pada penelitian ini, proses wawancara tidak dilakukan.

2) Reduksi Data

Kedua, tahapan reduksi data merupakan proses seleksi dan penyederhanaan data yang telah diperoleh. Data dikelompokkan, diarahkan, dan informasi yang tidak relevan disingkirkan agar data tersusun rapi sehingga penarikan simpulan dapat lebih mudah dan tepat dilakukan (Miles & Huberman, 2007).

3) Penyajian Data

Ketiga, pada penyajian data, data yang sudah dipilih kemudian diatur dalam bentuk tersusun atau terorganisasi. Penyusunan ini bertujuan agar pola-pola penting dapat terlihat sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan analisis, menarik simpulan, serta mengambil langkah lebih lanjut (Miles & Huberman, 2007). Penyajian dilakukan untuk data yang berasal dari sumber primer dan sekunder.

4) Penarikan Kesimpulan

Keempat, penarikan kesimpulan dilakukan dengan melakukan analisis berdasarkan data-data yang telah disajikan tersebut. Awalnya, peneliti menarik simpulan sementara yang akan diuji ulang seiring bertambahnya data atau pemahaman baru hingga akhirnya ditemukan suatu kesimpulan yang bersifat final dan obyektif setelah seluruh data kualitatif dihimpun secara komprehensif (Miles & Huberman, 2007).