

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Massa

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Istilah “massa” mengacu pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponennya sulit dibedakan satu sama lain. Peran strategis dimiliki oleh media massa, sebab dapat berperan sebagai saluran penyampai informasi kepada khalayak atau *public* secara serempak yang sedang menggunakan media tersebut. Pada dasarnya media massa memiliki fungsi sebagai penghantar dalam menyebar berbagai macam pengetahuan, menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan *public* yang dapat dijangkau segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum dan murah. Memiliki keseimbangan hubungan antara pengirim dan penerima, juga mampu menjangkau publik lebih luas (Khomsahrial, 2016).

Menurut Walter Lippman dalam Nurudin (2014) fungsi media sebagai pembentuk makna, interpretasi media massa akan berbagi peristiwa secara radikal dapat mengubah pandangan seseorang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka. Fungsi media pun sangat berperan penting bagi pembentukan gambaran realitas yang sangat berpengaruh terhadap khalayak. Paradigma media massa menurut Peter D Moss dalam Eriyanto (2002) cukup menarik, ia mengatakan bahwa wacana media massa merupakan konstruk kultural yang dihasilkan dari ideologi. Karena itu, berita dalam media massa menggunakan *frame* atau kerangka tertentu

untuk memahami realitas sosial. Lewat narasinya, media massa menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia : siapa pahlawan dan siapa penjahat, apa yang baik dan buruk bagi rakyat, apa yang patut dan yang tidak patut dilakukan seorang elit, pemimpin atau penguasa; tindakan apa yang disebut perjuangan, pemberontakan, terorisme, pengkhianat; isu apa yang relevan atau tidak; solusi apa yang harus diambil dan ditinggalkan. Bagi Moss, ideologi merupakan seperangkat asumsi budaya yang menjadi “normalitas alami dan tidak pernah dipersoalkan kembali”

Media massa sangat erat kaitannya dengan apa yang disebut dengan jurnalistik. Jurnalistik bukanlah pers atau media massa, jurnalistik berbicara tentang hal yang lebih luas, tetapi pers dan media massa adalah bagian dari aktivitas jurnalistik. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, pasal 1 ayat 1, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. Kehadiran pers dan media massa merupakan salah satu ciri dan memiliki kedudukan dalam aktivitas demokrasi, dapat menjadi penyeimbang, dan penyalur informasi segala informasi kepada masyarakat.

Walaupun memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam aktivitas demokrasi tentunya pers dan media massa haruslah tetap dalam koridor dan kaidahkaidah yang telah ditetapkan. Secara umum pers, media massa dan praktik

jurnalistik lainnya yang baik setidaknya harus memenuhi kriteria : objektivitas, universalitas, publisitas dan periodisitas (Trianton, 2016).

Berikut penjelasan dari kriteria yang harus dimiliki pers dan media massa menurut Trianton (2016) :

a. Objektivitas

Merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistik. Setiap berita yang dimuat dan disuguhkan harus dapat dipercaya dan mernaik bagi perhatian pembaca. Objektif adalah meliput dan menulis berita sesuai dengan fakta yang ada. Objektivitas menjadi salah satu parameter profesionalitas wartawan dalam bekerja. Media yang mampu seperti ini akan dipilih sebagai referensi pemerolehan informasi.

b. Aktualitas

Secara etimologis berasal dari kata *actually* yang mengandung makna kini, sekarang, dan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang diproduksi media massa harus mengandung unsur kebaruan, kekinian, menunjuk pada peristiwa yang benarbenar baru terjadi atau sedang terjadi.

c. Universalitas

Berkaitan dengan kesemestaan media massa dilihat dari sumber informasi dan keanekaragaman substansi materi atau isinya. Universalitas juga dapat dipahami sebagai hal yang menyangkut kepentingan orang banyak, *public* tertentu atau kelaziman yang umum. Berkaitan pula dengan perspektif pemberitaan; pemilihan isu yang berdampak bagi masyarakat, penggalan

informasi, pemilihan narasumber, sudut pandang penulisan dan pengungkapan fakta.

d. Publisitas

Penyiaran, penyebarluasan informasi atau segala sesuatu kepada *public* atau masyarakat luas. Publisitas berkenaan dengan luasnya sasaran atau target penyebaran informasi. Pers melalui media massa memproduksi dan mempublikasikan informasi yang ditujukan atau disebarluaskan kepada *public* sasaran yang sangat heterogen.

e. Periodisitas

Berkenaan dengan hal-hal yang bersifat *periodic* atau menurut periode tertentu, berkala dan ajeg atau konsisten. Pers dan media massa yang baik harus melakukan kerja jurnalistik dalam kala penerbitannya. Media massa yang terbit secara berkala dan teratur akan mampu memenuhi harapan masyarakat dalam kebutuhan informasi. Media massa harus konsisten dalam menyajikan informasi, misalnya harian, mingguan, bulanan dan sebagainya. Konsistensi pemilihan kala penerbitan ini menjadi salah satu ukuran profesionalitas media massa.

Hadirnya media massa bukan tanpa memiliki peran dan fungsi, media massa memiliki pengaruh yang kuat serta signifikan untuk masyarakat gunakan sebagai referensi yang itu akan berdampak pada pembentukan opini publik. Fungsi dari media massa, diantaranya; penyiaran informasi, sarana edukasi, mengedukasi, menghubungkan dan menjembatani, fungsi

pengawasan atau kontrol sosial, penafsiran dan analisis, investigasi dan sarana hiburan.

2.2. Efek Media Massa

Menurut Amri (1993) Ada tiga dimensi efek media massa, yaitu : kognitif, afektif dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan *attitude*. Efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Meskipun dimensi-dimensi efek ini berhubungan satu sama lain, ketiganya juga *independent* satu sama lain. Sebagai contoh meningkatnya pengetahuan isu tidak selalu diikuti oleh perubahan *attitude*.

Chaffe dalam Amri (1993) dimensi efek komunikasi melalui media massa dapat juga ditinjau dari dimensi lain, yaitu ; 1) langsung dan kondisional, 2) spesifik isi atau umum menyebar, 3) perubahan atau stabilitas, 4) kumulatif atau non kumulatif, 5) jangka pendek atau panjang 6) mikro atau makro, 7) efek proposional atau antisosial.

Media massa sering digunakan untuk menimbulkan perubahan, yang melibatkan difusi atau suatu inovasi atau tipe lain program intervensi sosial. Di pihak lain, beberapa peneliti menggarisbawahi fungsi konservatif media massa.

Mereka mengungkapkan bahwa fungsi media massa yang lebih umum ialah memperkuat kepercayaan yang telah ada, *attitude*, dan cara mengerjakan sesuatu, daripada mendorong perubahan. Dalam melaporkan berita beberapa peneliti berpendapat bahwa kadang kala media mendorong informasi yang memiliki potensi merusak (McLeod dan Reeves dalam Amri, 1993).

Beberapa peneliti mencoba menentukan apakah efek media kumulatif atau tidak. Sebagai contoh, terlalu banyak menonton televisi mengarah pada timbulnya gambaran tentang dunia yang menakutkan. Proses inilah yang mereka sebut dengan *mainstreaming*, yang menunjukkan bahwa televisi dapat mengembangkan konsepsi realitas diantara kelompok khalayak yang berbeda (Garbner dalam Amri, 1993).

Menurut Achmad (1992), terdapat sejumlah cara yang ditempuh oleh media massa untuk membuat kehidupan sehari-hari menjadi lebih mudah bagi kita. 1) media massa memberitahukan dan membantu kita mengamati dunia kita, media melakukan fungsi pengawasan. Media menyediakan berita, informasi dan peringatan yang kita butuhkan untuk membuat keputusan yang terinformasi.

Media juga memberitahukan kita mengenai keadaan dan kejadian yang cepat. 2) media massa mengatur agenda kita dan membantu Menyusun kehidupan kita. 3) media massa membantu kita berhubungan dengan bermacam-macam kelompok dan golongan dalam masyarakat. 4) media massa membantu untuk mensosialisasikan kita, media massa menambah apa yang sudah dipelajari mengenai perilaku dan nilai-nilai dalam pertemuan langsung dengan orang lain media mengajar kita norma-norma dan nilai-nilai serta berperan dalam sosialisasi kita. 5) media massa digunakan untuk mengajak kita untuk memanfaatkan sumber-sumber pesan. 6) media massa digunakan untuk sarana hiburan. Efek terpenting media massa adalah memperkuat sikap-sikap dan pendapat yang telah ada. Media massa juga berfungsi memantau aktivitas pemerintah.

2.3. Analisis *Framing*

Dalam membongkar atau membedah suatu berita politik, tentunya diperlukan suatu alat atau *tools* yang digunakan untuk dijadikan pisau analisis dalam membedah suatu berita. Alat yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah analisis *Framing Model* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*storytelling*) media atau peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita (Siregar & Qurniawati, 2022). Analisis *framing* adalah analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002).

Menurut Eriyanto (2002) ada dua esensi utama *framing*, pertama bagaimana peristiwa dimaknai. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan. Dalam analisis *framing* yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks, melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media, bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca.

Dalam konsepsi Entman, menurut Eriyanto (2002), menyatakan bahwa *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelesan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Analisis *framing* Entman akan menemukan peristiwa yang sama bisa dimaknai oleh berbeda oleh media. Pemaknaan dan pemahaman yang berbeda itu bisa ditandai dari pemakaian label, kata, kalimat, grafik dan penekanan tertentu dalam narasi berita.

Masih menurut Eriyanto (2002), *framing* dinyatakan sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu akan menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan, dihilangkan atau hendak dibawa kemana berita itu. *Framing* berhubungan erat dengan proses editing atau penyuntingan di dapur redaksi yang melibatkan awak redaksi mulai dari redaksi pelaksana, redaktur dan pemimpin redaksi. *Frame* berita dibentuk dari kata kunci metafora, konsep, citra dalam narasi berita. Sehingga *frame* dapat diselidiki dan dideteksi dari citra, gambar dan teks yang ditonjolkan dibandingkan teks lainnya.

Untuk mengetahui bagaimana pembingkai yang dilakukan media, Robert N. Entman menggunakan perangkat *framing* yang dapat menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai serta juga ditandakan oleh wartawan. Perangkat pertama adalah pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab (*diagnose causes*), membuat keputusan moral (*make moral judgement*) dan menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*).

a) Pendefinisian Masalah (*Define Problems*)

Yaitu bingkai utama yang menekankan bagaimana suatu peristiwa dan isu dimaknai secara berbeda oleh seorang wartawan.

b) Memperkirakan Penyebab (*Diagnose Causes*)

Yaitu elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa. Pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban pada

peristiwa tersebut,

c) Membuat Keputusan Moral (*Moral Judgement*)

Yaitu elemen yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi kepada pendefinsian masalah yang dibuat.

d) Menekankan Penyelesaian (*Treatment Recommendation*)

Yaitu elemen yang digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Penyelesaian tersebut tentunya sangat bergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dianggap menjadi penyebab masalah.

Tabel 2. 1 Elemen Framing Model Robert N. Entman

Pendefinisian Masalah (<i>Define Problems</i>)	• Bagaimana suatu peristiwa atau isu itu dilihat? • Sebagai apa atau sebagai masalah apa?
Memperkirakan Masalah atau Sumber masalah (<i>Diagnose Problems</i>)	• Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? • Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? • Siapa Aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Membuat Keputusan Moral (<i>Make Moral Judgement</i>)	• Nilai Moral apa yang akan disajikan untuk menjelaskan masalah? • Nilai Moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendialektka suatu tindakan?
Menenkanakan Penyelesaian (<i>Treatment Recommendation</i>)	• Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? • Jalan apa yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bahan komparasi dan referensi dalam penelitian. Penelitian terdahulu juga berfungsi untuk memetakan posisi peneliti

yang dilakukan dengan peneliti sebelumnya. Dengan demikian, penelitian terdahulu dianggap penting dilakukan dalam sebuah penelitian.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, tahun dan judul penelitian	Persamaan yang diteliti	Perbedaan yang diteliti
1	Sutan Kumala Pontas Nasution (2019) “Polemik “Buta” dan “Budek” dalam Pidato K.H Ma’ruf Amin : Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman pada Media Online”, Artikel Ilmiah	Membahas <i>framing model</i> Robert N. Entman dalam berita. Metode menggunakan kualitatif	Media yang menjadi objek penelitian yakni CNNIndonesia.com, Republika.co.id dan Tempo.co. Isu yang dibahas adalah saat pemilu tahun 2019.
2	Arik Sofian, Niken Lestari (2021) “Analisis <i>framing</i> pemberitaan tentang kebijakan pemerintahan mengenai kasus Covid-19 (Analisis <i>framing model</i> Robert N. Entman pada media online Koran.tempo.co Edisi Maret 2020)”, Artikel Ilmiah	Membahas <i>framing model</i> Robert N. Entman dalam berita. Metode menggunakan kualitatif	Media yang menjadi objek penelitian yakni Koran.tempo.co. Isu yang dibahas adalah tentang kebijakan saat Covid-19.
3	Ade Kurniawan Siregar, Eka Fitri Qurniawati (2022) “Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Buzzer di tempo.co”, Artikel Ilmiah	Membahas <i>framing model</i> Robert N. Entman dalam berita. Metode menggunakan kualitatif	Media yang menjadi objek penelitian yakni Tempo.co. Isu yang dibahas adalah tentang buzzer
4	Muhamad Deyu Pradana, Gili Argenti, Sopyan Resmana Ardiasa (2023) “Analisis <i>Framing</i> mengenai Pemberitaan Buzzer di Media Sosial pada Media Online detik.com”, Artikel Ilmiah	Membahas <i>framing model</i> Robert N. Entman dalam berita. Metode menggunakan kualitatif	Media yang menjadi objek penelitian yakni detik.com. Isu yang dibahas adalah tentang buzzer

2.5. Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

