

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**  
**ANALISIS FRAMING AKSI REUNI 212 PERIODE 30**  
**NOVEMBER-04 DESEMBER 2018 PADA WEBSITE**  
**REPUBLIKA.CO.ID**

**A. Aksi Reuni 212**

1. Terbentuknya Aksi 212

Terbentuknya Aksi Aksi 212 diawali dengan aksi unjuk rasa pada 4 november 2016. Hal ini dipicu oleh kemarahan masyarakat Islam khususnya di Jakarta yang mempermasalahkan penggunaan surat Al-Maidah ayat 51 dalam kampanye Ahok di Kepulauan Seribu. Aksi bela Islam yang terjadi pada 2 Desember 2016 atau lebih dikenal dengan aksi 212, merupakan puncak dari gerakan unjuk rasa peserta aksi, yang bertujuan untuk menuntut proses hukum terhadap calon Gubernur petahana Jakarta yaitu Basuki Tjahaja Purnama atau lebih dikenal dengan Ahok. Gerakan Aksi 212 ini Ahok dianggap telah menistakan agama Islam di karenakan menyatakan bahwa pemilih beragama Islam dalam Pilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta “dibohongin dengan Al-Maidah”. Pernyataan Ahok tersebut terrekam dalam sebuah potongan video yang tersebar di kalangan masyarakat. Potongan video tersebut pertama kali di unggah melalui media sosial *facebook* dengan nama akun Buni Yani.

Beredarnya video tersebut di kalangan masyarakat luas memunculkan reaksi protes khususnya di kalangan masyarakat Islam Indonesia, hingga adanya laporan dari sejumlah ormas Islam seperti FPI (front pembela Islam) terhadap Ahok. Setelah adanya pelaporan selanjutnya terjadi pergerakan dengan di gelarnya aksi demonstrasi pada tanggal 14 oktober 2016 dengan tajuk “Aksi Bela Islam” jilid 1, aksi ini di gelar sebagai tuntutan terhadap Ahok agar di proses secara hukum. Aksi 212 ini di gelar di pelataran Monumen Nasional atau Monas, aksi ini di hadiri oleh umat Muslim dari berbagai daerah di Indonesia baik

dari kota Jakarta maupun luar kota Jakarta. Di gelarnya Aksi 212 ini mampu mengumpulkan jutaan peserta, sehingga peserta yang hadir sampai memadati pelataran Monas hingga jalan-jalan utama di sekitar Monas. Aksi ini mendapat liputan dari berbagai media baik media media cetak, elektronik hingga dalam jaringan (*daring*). Kehadiran sejumlah tokoh Nasional, *elite* politik dan partai menjadikan aksi demonstrasi ini menarik untuk di liput dan di debatkan.<sup>1</sup>

Aksi yang sama di adakan kembali pada tanggal 4 november 2016 yang diberi tema “aksi bela islam” jilid II, aksi ini di gelar dengan tujuan mengawal kasus “penistaan agama” dengan Ahok sebagai pihak yang dituntut. Aksi ini di ikuti dengan jumlah massa yang lebih banyak di dibandingkan dengan aksi sebelumnya. Aksi demo ini puncaknya terjadi pada 2 Desember 2016, yang di kenal dengan Aksi 212. Hingga akhirnya ahok di vonis bersalah dan di jatuhi hukuman terhadap kasus “penistaan agama” pada 9 Mei 2017.<sup>2</sup>

Aksi 212 merupakan aksi yang akhirnya dijadikan momentum sehingga aksi ini kegiatan yang diadakan setiap tahunnya untuk memperingati aksi sebelumnya denga tujuan ajang silaturahmi alumni peserta Aksi 212. Oleh karena itu aksi ini kembali diadakan pada tahun 2017 dan 2018 stiap tanggal 2 Desember.

## 2. Rangkaian Kegiatan Aksi Reuni 212 Jilid III, 02 Desember 2018

Acara aksi reuni 212 jilid III pada dua desember 2018 mengusung tema “Maulid Agung dan reuni akbar alumni 212”. Aksi ini di mulai pukul 01.00-12.00, yang di awali dengan kegiatan long

---

<sup>1</sup> Abidatul Lintang Pradipta, dkk, “Analisis Bingkai pemberitaan Aksi Bela Islam 2 Desember 2016 (Aksi 212) Di Media BBC (Indonesia) & Republika”, *Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 48, No. 1, (2018): 110.

<sup>2</sup> Rita Ayuningtyas, “Mengulik Kembali Perjalanan Kasus Ahok”, 26 Februari, 2018, <https://m.liputan6.com/news/read/3322122/mengulik-kembali-perjalanan-kauZus-ahok>.

march atau jalan bersama dari masjid-masjid di Jakarta menuju Monas, dan diakhiri dengan kegiatan peduli kaum disabilitas dan pembacaan do'a bersama yang di pimpin oleh Habib Umar. Berikut adalah rangkaiian kegiatan pada aksi reuni 212 jilid III

Tabel 2. 1 Rangkaiian Aksi Reuni 212 Tahun 2018

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
01.00-03.00 WIB	Aksi 212 ini diawali dengan kegiatan <i>Long march</i> atau jalan bersama dari sejumlah titik masjid-masjid di Jakarta menuju Monas.
03.00-05.30 WIB	Shalat tahjud bersama, di imami oleh Buya Ahmad dan pembacaan do'a oleh Abah Raudh Bahar. Di lanjutkan shalat subuh bersama, di Imami oleh Nashier Zein dan zikir di pimpin oleh Habib Muhammad Al-Athas dan Habib Muhsin bin Zait Al-Athas.
05.30-06.00 WIB	Maulid Nabi yang di pimpin oleh Habib Muhammad bin Idrus Al Hadad.
06.00-07.00 WIB	Rehat dan sarapan.
07.00-07.15 WIB	Seremonial pembukaan acara oleh FPI, GNPF, dan PA 212. Menyayikan mars 212 dan mengibarkan bendera tauhid.
07.15-10.00 WIB	Sambutan-sambutan: Ketua panitia Gubernur DKI Jakarta Ulama' dan tokoh-tokoh agama Tokoh-tokoh ormas Islam Tokoh masyarakat

10.00-10.15 WIB	Millenials Award peduli kaum disabilitas.
12.00 WIB	Penutupan Acara Reuni 212. <sup>3</sup>

### 3. Struktur Kepengurusan Alumni 212

Persaudaraan alumni (PA) 212 merupakan sebuah dewan atau organisasi yang menaungi alumni peserta aksi 212. Berdasarkan hasil Musyawarah Nasional ke-1 yang di selenggarakan oleh Persaudaraan Alumni (PA) 212 pada tanggal 25-27 januari tahun 2018, menghasilkan kepengurusan baru sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Struktur Kepengurusan Alumni 212

Pembina tunggal	:	Muhammad Rizieq Shihab
Penasihat	:	Amien Rais
Anggota Penasehat	:	Ahmad Sobri Lubis, Eggi Sudjana, Muhammad Husni Thamrin, Abah Raud, Maksum Bondowoso, Umar Al-Hamid, Misbahul Umam, Mukhsin Zeid Al-Atthas, Fahira Idris, Ahmad Mihdan Nurdiati Akma, Muhammad Al-Khattah, Maulana Yusuf, Ahmad Rofli, Syekh Yusuf Martak Abbas Taha.
Ketua umum	:	Slamet Maarif
Wakil ketua umum	:	Asep Syaripudin
Ketua bidang organisasi	:	Bukhori Abdul Somad

<sup>3</sup> Irfan Fathurohman, "Reuni Akbar 212 Digelar Besok Ini Rangkaian Acaranya", 2 Desember, 2018, <https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/news/indonesia/amp/irfanfathurohman/reuni-akbar-212-digelar-besok-ini-rangkaian-acaranya>.

Ketua bidang keumatan	:	Haikal hasan
Ketua bid ang kebangsaan	:	Muhammad Nur Sukma
Sekretaris umum	:	Bernard Abdul Jabbar
Wakil sekretaris 1	:	Wahidin
Wakil sekretaris 2	:	Namrudin
Wakil sekretaris 3	:	Aminudin
Bendahara umum	:	Bondan Seto
Wakil bendahara	:	Supriyadi <sup>4</sup>

## B. Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi yang pada umumnya melibatkan khalayak luas, untuk itu alat penyebaran pesannya biasanya menggunakan teknologi media massa. Pengertian dari Media massa yaitu alat-alat dalam komunikasi massa yang bisa menyebar luaskan pesan secara cepat, dan serempak kepada penerima pesan secara luas dan heterogen.<sup>5</sup> Keunggulan media massa di antara media komunikasi lain yaitu media massa dapat mengatasi kendala jarak dan waktu, dengan media massa seseorang bisa menyebar luaskan pesan secara serempak dalam waktu yang sama. Karakteristik komunikasi massa diantaranya yaitu :

1. Bersifat melembaga: maksudnya adalah sebuah media di kelola oleh banyak orang karena sebuah media

---

<sup>4</sup> Gibran Maulana Ibrahim, "Ini Struktur Persaudaraan Alumni 212, Amien Rais Ketua Penasihat", 27 Januari, 2018, <https://m.detik.com/news/berita/d-3836227/ini-struktur-persaudaraan-alumni-212-amien-rais-ketua-penasihat>.

<sup>5</sup> Nurudin, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 9.

- kegiatannya dimulai dari penghimpunan, pengelolaan sampai dengan penyampaian informasi pada khalayak.
2. Bersifat satu arah: maksudnya adalah komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya percakapan antara pengirim pesan dan penerima pesan. Selain itu umpan balik antara komunikan dan komunikator tidak bisa secara langsung, umumnya memerlukan waktu dan tertunda.
  3. luas dan serempak: maksudnya adalah proses penyampain pesan dengan media tidak terkendala jarak dan waktu sehingga informasi dapat tersampaikan dan diterima oleh masyarakat luas pada saat yang sama. Hal ini karena media massa mempunyai karakteristik kecepatan bergerak secara luas dan simultan.
  4. Menggunakan peralatan teknis: maksudnya seperti, surat kabar, radio, televise, dan lain-lain.
  5. Bersifat terbuka: maksudnya adalah sebuah pesan atau informasi yang di sampaikan lewat saluran media massa dapat diterima oleh siapa saja.<sup>6</sup>
  6. Dikontrol oleh *gatekeeper*: maksudnya adalah sebuah pesan atau informasi yang disampaikan lewat saluran media massa dikontrol oleh seorang *gatekeeper*. *gatekeeper* yaitu pihak yang berpartisipasi dalam menentukan pengemasan suatu pesan dari media massa. Contoh yang di maksud dengan *gatekeeper* yaitu, reporter, sutradara, editor, *manager* pemberitaan, penjaga rubrik, *Cameramen*, dan lembaga sensor film.<sup>7</sup>

Perkembangan teknologi yang pesat juga berpengaruh pada berkembangnya alat komunikasi massa, sehingga bentuk alat komunikasi di bagi menjadi dua paradigma yaitu alat komunikasi massa paradigama lama dan paradigma baru. Alat komunikasi massa Paradigma lama meliputi kaset, *compact disc (cd)*, majalah, film, tabloid, buku, radio, surat kabar, televisi. Sedangkan

---

<sup>6</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), 122.

<sup>7</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, 30-31

Paradigma baru alat-alat komunikasi massa meliputi televisi, radio, majalah, tabloid, dan internet.<sup>8</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa alat komunikasi massa pada saat ini terbagi menjadi dua yaitu media massa paradigma lama dan paradigma baru. Dari kedua paradigma tersebut terdapat penambahan dan pengurangan bentuk media massa. Lahirnya internet sebagai paradigma baru alat komunikasi massa memberikan dampak pada media massa lainnya, karena dengan adanya internet media masaa yang lain bisa berintegrasi dengan internet. Adapun Contohnya diantaranya yaitu masyarakat saat ini dapat mendengarkan radio secara *online*, menonton TV secara *online*, membaca koran secara *online*.

### C. Jurnalisme *Online*

#### 1. Kemunduran Media Cetak

Pemilik *Microsoft* Bill Gates pernah menyebutkan bahwa media cetak hanya akan bertahan sampai tahun 2000. Meskipun pada kenyataannya hari ini semua media cetak tidak mati total secara menyeluruh, tetapi apa yang di ramalkan oleh Bill gates mulai terlihat sekarang, seperti nasib media cetak di beberapa negara Eropa dan Asia. Tingkat penurunan pembaca media cetak mulai terjadi sejak abad ke-19.

Media cetak ternama di Amerika Serikat seperti, *Seatel Post-Imtelegencer* atau PI, *The Cristian Science Monitor (CSM)*, *Times Picayune*, *New Orleans Rocky Mountain News* atau yang di kenal juga dengan *Kentucky Post* dan *Cincinati Post*, mengalami kemunduran rata-rata di mulai pada tahun 2000. Alasan utama media-media cetak besar yang ada di Amerika Serikat beralih ke media *online* karena, media cetak tersebut mengalami penurunan dari segi oplah atau cetakan, hal ini menyebabkan iklan berkurang dan dengan itu membuat media cetak mengalami kerugian, dan parahnya dapat mengalami penutupan. Oleh karena itu media cetak yang ada di Amerika Serikat

---

<sup>8</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, 13-14.

beralih ke media *online* agar tetap bisa bertahan dan tidak kehilangan pembaca setianya.

Media cetak Indonesia juga mengalami terpaan dari pengaruh teknologi yang menyebabkan media cetak berkonversi ke media *online*. seperti yang terjadi pada Harian Bola, yang berganti menjadi Juara.net setelah berkonversi dengan media *online*. Selanjutnya yaitu harian berbahas Inggris *The Jakarta Globe*, kemudian Koran Tempo tidak terbit lagi sejak 11 Oktober 2015 dan terbit saat akhir pekan saja. Keadaan seperti ini tidak hanya terjadi pada media cetak Nasional tetapi juga media cetak yang berada di daerah seperti, Koran selebes, Koran inilah sulsel, Harian jambi *Today*.<sup>9</sup>

Penyebab dari kemunduran media cetak yang terjadi di Indonesia, juga sama seperti penyebab kemunduran media cetak yang ada di Amerika Serikat yaitu karena menurunnya oplah atau cetakan media cetak yang menyebabkan menipisnya pendapatan media cetak, oleh karenanya untuk mengatasi hal tersebut media cetak yang ada di Indonesia berkonversi ke media *online*. Dari data *The Neilson Company*, yang merupakan lembaga Independen yang memantau industri media, dalam kurun waktu lima tahun mulai dari 2011 sampai 2016 jumlah pembaca media *online*, naik hingga 500 persen. sedangkan pembaca media cetak turun sebanyak 30 persen. Jumlah pembaca media *online* sebanyak 6 juta orang, sedangkan pembaca media cetak 4,5 juta orang. Oleh karena itu beberapa media cetak Indonesia mulai berguguran sepanjang tahun 2015. Hal ini terjadi seiring dengan meningkatnya pembaca di media online sehingga pembaca Koran terus menurun.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Masriadi Sambodo dan Jafarudin Yusuf, *Pengantar Jurnalisme Multiplatform* (Depok: Prenada Media Group, 2017), 1-4.

<sup>10</sup> Alfina Putri, Pemred Senayan Post: Pembaca Media Online Naik 500 persen, 25 April, 2019, <https://m.suaraindonesia.co.id/read/5238/2090330/153619/pemred-senayan-post-pembaca-media-online-naik-500-persen#>

Momen *fundamental* lahirnya jurnalisme *online* terjadi yaitu saat penemuan *World Wide Web* (WWW). Persatuan antara internet dengan jurnalisme *online* berakar dan di tetapkan oleh CERN, yaitu *institute* riset yang berbasis di Jenewa, yang di rilis pada tahun 1991. Dan hal tersebut berdampak sangat signifikan terhadap jurnalisme. Hal ini di tandai dengan munculnya koran atau surat kabar *online* yaitu *The Nando Times* yang menyatakan “*All the news that’s bit we print*” yang artinya semua berita dalam bentuk bit akan kami cetak. Pernyataan ini merupakan sebuah motto baru yang sesuai dengan jurnalisme *online*.<sup>11</sup>

## 2. Pengertian Jurnalisme *Online*

Pengertian dari jurnalistik secara harfiah yaitu kewartawanan atau kepenulisan. Jurnalistik berasal dari kata “jurnal” yang berarti laporan atau catatan. Menurut Kriss Budiman, jurnalistik merupakan suatu kegiatan penyiapan, penulisan, penyuntingan, dan penyampaian berita kepada khalayak, melalui saluran media tertentu. Jurnalistik mencakup kegiatan yang dimulai dari peliputan, penyuntingan sampai pada penyebaran berita kepada masyarakat.

Perbedaan antara Jurnalisme dan jurnalistik sering di pertanyakan, untuk itu Menuru Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi ke tiga tahun 2005, terdapat arti dari kata jurnalistik dan jurnalisme. Jadi dalam KBBI, kata jurnalisme merujuk pada pengertian tentang pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita dalam surat kabar dan lainnya. Sementara itu, jurnalistik menurut KBBI yaitu, merujuk pada segala sesuatu yang menyangkut tentang kewartawanan dan surat kabar.<sup>12</sup> Pengertian dari jurnalistik dan jurnalisme hakikatnya sama, untuk itu para akademisi, ahli dan praktisi jurnalistik (jurnalis atau wartawan), biasanya menggunakan kedua istilah

---

<sup>11</sup> Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer Edisi 2* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 231

<sup>12</sup> Azwar, *4 Pilar Jurnalistik* (Jakrta: Prenada Media Group, 2018), 1.

jurnalistik dan jurnalisme dalam arti yang sama. Secara konseptual, jurnalistik dapat di pahami dari tiga sudut pandang, yaitu :

- a. Jurnalistik sebagai ilmu, maksudnya adalah jurnalistik merupakan “bidang kajian” tentang pembuatan dan penyebar luasan informasi seperti sebuah peristiwa, suatu pemikiran, dan ide melalui media massa.
- b. Jurnalistik sebagai proses, maksudnya adalah jurnalistik merupakan suatu “aktivitas” pencarian, pengolahan, penulisan dan penyebarluasan informasi kepada masyarakat luas melalui media massa.
- c. Jurnalistik secara praktis, maksudnya adalah jurnalistik merupakan suatu proses dalam penyusunan suatu informasi atau berita (*news processing*) dan di sebar luaskan melalui media massa.

Berdasarkan media yang digunakan, jurnalistik di bagi menjadi jurnalistik cetak (*print journalisme*), jurnalistik elektronik (*electronic journalisme*). Saat ini, di era digital telah berkembang jurnalistik yang dapat di akses melalui jaringan internet yaitu *online journalism* atau jurnalisme *online*. *Website-website* atau portal tersebut menyajikan berita secara *online* yang dapat di akses jaringan internet.<sup>13</sup> Bentuk dari jurnalisme *online* yang ada di Inidonesia saat ini seperti, *Republika.co.id* atau *Republika Online*, *Kompas.com*, *Detik.com*, dan lain-lain.

### 3. Ciri-Ciri Jurnalisme *Online*

Ciri-ciri media jurnalisme *online*, diantaranya yaitu :

- a. Pertama ruang yang tak terbatas (*unlimited space*) maksudnya adalah jurnalisme *online* memungkinkan halaman tak terbatas.
- b. Kedua yaitu kendali atau kontrol pembaca (*audience control*), maksudnya adalah jurnalisme

---

<sup>13</sup> Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 391-393.

*online* menjadikan pihak pembaca lebih bebas untuk memilih suatu berita atau informasi.

- c. Ketiga yaitu non linearitas (*non-lienarity*), maksudnya adalah dalam jurnalisme *online* antara berita satu dengan yang lain tidak menjadi satu kesatuan sehingga pembaca dapat memilih berita yang di butuhkan tanpa harus membaca berita secara berurutan.
- d. Keempat penyimpanan dan pengambilan (*strorage and retrieval*), maksudnya adalah berita-berita yang sudah di muat di media *online* secara otomatis akan terarsip sehingga bisa diakses kembali dengan mudah kapan saja dan dimana saja.
- e. Kelima Kecepatan atau kesegeraan (*immediacy*), maksudnya yaitu proses penyampaian suatu informasi dapat di lakukan secara cepat dan langsung.
- f. Keenam kapabilitas multimedia (*multimedia capability*), maksudnya yaitu sajian produk jurnalisme *online* tidak hanya berupa teks saja, akan tetapi dapat di lengkapi dengan komponen lain seperti gambar, suara, video sekaligus.
- g. Ketujuh interaktivitas (*interactivity*), maksudnya yaitu dalam juranlisme *online* memungkinkan terjadi adanya interaksi langsung antara redaksi dengan pembaca pada kolom komentar dan *social media sharing*.<sup>14</sup>

Pada aktivitas menyebarkan berita melalui media *online* terdapat kode etik yang harus di taati, kode etik ini bertujuan agar berita-berita yang di muat di media *online* dapat sesuai dengan unsur layak berita. Kode etik media *online* di Indonesia telah di sahkan oleh dewan pers pada 03 Februari 2012. Nama resmi dari kode etik media online adalah Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS). Adapun PPMS sendiri mengacu kepada UU No. 40 tentang pers, yang

---

<sup>14</sup> Dudi Sabil Iskandar, *Mitos Jurnalisme* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 29-30.

memuat tentang kode etik jurnalistik dan kode etik wartawan Indonesia yang di sahkan oleh dewan pers.

#### D. Berita

##### 1. Pengertian Berita

Pengertian berita adalah sebuah laporan atau pemberitahuan tentang kejadian suatu peristiwa atau suatu keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi, yang mana sebuah laporan atau pemberitahuan tersebut di sampaikan oleh seorang wartawan atau reporter melalui media massa. Faktor atau unsur yang menjadi pemicu terjadinya sebuah berita adalah keadaan yang ada merupakan sebuah fakta atau kondisi yang benar-benar terjadi, bukan berupa buatan atau fiksi pembuat beritanya. Pengertian Berita Menurut Paul de Massenner, berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta dapat menarik minat khalayak. Menurut pendapat lain yaitu Charnley dan James M. Neal, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus di sampaikan secepatnya kepada khalayak. Menurut pendapat lain yaitu Assegaf berita merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi *human interest* (humor, emosi, dan ketegangan).

Berdasarkan pengertian berita menurut pendapat para tokoh diatas kesimpulannya adalah, berita merupakan sebuah informasi penting, berifat umum dan peristiwanya baru saja terjad atau aktual, serta dapat menarik perhatian pembaca dan menggugah sisi *human interest* pembaca, yang di susun oleh seorang wartawan dan di sebar luaskan melalui media massa.

##### 2. Unsur Layak Berita

Berdasarkan isi pasal lima kode etik jurnalistik wartawan Indonesia yaitu “wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak

mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan ini berisis interpretasi dan opini wartawan agar di sajikan dengan menggunakan nama dan jelas penulisnya”. Berdasarkan aturan yang di tetapkan oleh kode etik jurnalistik tersebut, maka suatu berita harus akurat, lengkap, objektif, ringkas dan jelas, serta hangat. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- a. Akurat : maksudnya adalah naskah berita harus di tulis sesuai dengan fakta yang ada.
  - b. Lengkap, adil dan berimbang : maksudnya adalah menempatkan setiap realita atau kumpulan realita-realita menurut proposinya yang wajar untuk menghubungkannya secara berarti dengan unsur-unsur lain dan untuk membangun segi pentingnya dengan berita secara keseluruhan.
  - c. Objektif : maksudnya adalah berita haruslah bersifat objektif, ke objektifan suatu berita tentunya harus di dukung dengan ke objektifan seorang wartawan dalam melihat fakta di lapangan.
  - d. Ringkas dan jelas : maksudnya adalah berita yang di sajikan semestinya dapat dipahami dengan baik oleh pembaca. Ini berarti suatu berita sebaiknya di tulis dengan ringkas, jelas dan sederhana, serta agar mudah di pahami pembaca.
  - e. Hangat : maksudnya adalah peristiwa yang menjadi berita bersifat tidak kekal dan apa yang Nampak hari ini belum tentu untuk esok hari.<sup>15</sup>
3. Nilai Berita

Nilai berita kerap disebut sebagai faktor berita, atau kriteria kelayakan suatu berita. Nilai berita adalah nilai-nilai yang mendasari pemberitaan dipilih, dipilah, dirancang, dan dibuat. Adapun bentuk nilai berita di klasifikasikan menjadi berikut ini :

- a. Aktualitas (*timeliness*) : maksudnya adalah peristiwa yang di beritakan merupakan kejadian yang baru saja terjadi atau belum lama terjadi atau

---

<sup>15</sup> Hikmat Kususmaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 47-57

sedang terjadi. Hal ini penting karena, suatu berita akan jauh lebih menarik perhatian masyarakat ketika berita tersebut sedang menjadi pembicaraan masyarakat. Oleh karena itu semakin aktual berita tersebut, semakin tinggi nilai beritanya.

- b. Kedekatan (*proximity*) : maksudnya adalah kejadian yang di beritakan mengandung unsur kedekatan dengan pembacanya, sehingga akan menarik perhatian pembaca. Ada dua jenis kedekatan yaitu kedekatan geografis dan kedekatan psikologis.
- c. Keterkenalan (*prominence*) : maksudnya adalah subjek yang di beritakan adalah orang terkenal atau tokoh yang di kenal masyarakat
- d. Dampak (*consequence*) : maksudnya adalah peristiwa yang di beritakan dapat memberikan dampak pada masyarakat luas.
- e. *Human interest* : maksudnya adalah peristiwa yang di beritakan dapat mengandung unsur yang menarik simpati, empati, atau menggugah perasaan khalayak. Unsur-unsur *human interest* pada suatu berita diantaranya yaitu konflik, simpati, kemajuan, seks, ketidaklaziman, binatang, usia, ketegasan, minat pribadi, dan humor.<sup>16</sup>
- f. Pengaruh : maksudnya adalah suatu peristiwa bernilai berita jika memiliki pengaruh terhadap banyak orang, khususnya khalayak yang menjadi target berita.
- g. Relevansi : maksudnya adalah sebuah peristiwa dianggap relevan dengan kehidupan atau minat sekelompok khalayak bisa bernilai berita.
- h. Konflik : maksudnya adalah sesuatu yang berunsur perbedaan pendapat, adu argumentasi, dan pertentangan, biasanya menarik perhatian khalayak. Oleh karenanya hal
- i. Ketidakwajaran (*unusualness*) : maksudnya adalah hal-hal yang di luar kewajaran atau situasi normal

---

<sup>16</sup> Hikmat Kususmaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, 60-66.

dan mengandung aspek kejutan, seperti tindak kriminal dan kecelakaan merupakan hal yang memiliki daya tarik sendiri bagi khalayak atau pembaca.<sup>17</sup>

#### 4. Jenis berita

##### a. Berita *elementary*

- 1) Berita langsung (*straight news*) merupakan laporan berita langsung dari suatu kejadian. Berita langsung biasanya menyajikan peristiwa apa yang sedang atau baru saja terjadi.
- 2) Laporan berita mendalam (*depth news report*) merupakan bentuk laporan berita yang berupa realita-realita tentang suatu kejadian yang terjadi dan di hubungkan dengan realita-realita sebelum atau sesudah keejadian yang mempengaruhinya.
- 3) Berita menyeluruuh (*comprehensive news*) adalah bentuk laporan berita secara menyeluruh tentang suatu kejadian dengan cara menampilkan realita-realita secara menyeluruh yang di tinjau dari berbagai komponen yang mempengaruhinya.

##### b. Berita *intermediate*

- 1) Laporan berita interpretative (*Interpretative news report*) adalah bentuk laporan berita yang fokus terhadap suatu kejadian atau masalah yang sifatnya kontroversial dan ditunjang dengan dukungan realita-realita yang ada dan dapat menarik perhatian khalayak.
- 2) Laporan ceirta *feature* (*Feature story report*) adalah bentuk laporan berita yang isinya sajian informasi dan realita yang dapat menarik perhatian pembaca dan dengan gaya penulisan yang berbeda.

---

<sup>17</sup> Engelbertus Wendratama, *Jurnalisme Online* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2017), 44-49.

c. Berita *advance*

- 1) Laporan berita mendalam (*depth reporting*), adalah bentuk laporan berita tentang suatu kejadian atau peristiwa atau masalah yang baru saja terjadi, yang di sajikan secara mendalam, tajam, menyeluruh dan utuh yang bertujuan supaya pembacanya dapat mengetahui dari berbagai prespektif dan secara lengkap tentang suatu kejadian yang terjadi.
- 2) Laporan investigasi (*investigative report*), adalah bentuk laporan berita yang focus terhadap kejadian atau peristiwa yang memuat unsur kontroversial.
- 3) Tajuk rencana (*editorial news*), adalah bentuk berita tajuk atau editorial yang isinya merupakan hasil pemikiran suatu lembaga media tentang suatu kejadian yang aktual dan pantas mendapat atensi publik.<sup>18</sup>

5. Faktor-Faktor Pengaruh Isi Media

Berita menurut Gaye Tuchman dalam bukunya yang berjudul *making news* merupakan sebuah konstruksi atas realitas sosial. Menurut Tuchman kegiatan menyusun berita adalah kegiatan mengkonstruksi realita tersebut, bukan penggambaran realita. Berdasarkan pendapat Tuchman, berita yang di sajikan media massa tidak sepenuhnya merepresentasikan fakta-fakta atau kenyataan yang sebenarnya dan apa adanya. Menurutnya berita adalah produk dari sebuah usaha atau proses menyusun fakta-fakta menjadi sesuatu yang menarik untuk dikonsumsi.

Berdasarkan pendapat Tuchman tersebut sehingga dapat diketahui bahwa proses pengkonstruksian berita sesungguhnya melibatkan berbagai faktor, baik dari dalam lembaga media sendiri maupun di luar lembaga media, yang saling mempengaruhi satu sama lain. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk mempertahankan kekuasaan. Adapun

---

<sup>18</sup> Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, Cet.1 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) 47-49.

faktor-faktor internal lembaga media antara lain terdiri dari institusi media, rutinitas media, dan professional media. Sedangkan faktor eksternal media berupa struktur kekuasaan di luar media. Pamela J. Shoemaker dan Sthepen D. Rose meringkas ada lima faktor yang mempengaruhi isi media:

- a. Faktor individual: faktor ini berhubungan dengan latar belakang, professional dari pengelola media. Faktor individual memandang tentang bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media dapat mempengaruhi pemberitaan yang ditampilkan kepada khalayak. latar belakang individual seperti agama, jenis kelamin, atau umur kurang lebihnya dapat mempengaruhi apa yang di tampilkan media.
- b. Faktor rutinitas media: faktor ini berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media biasanya memiliki ukuran masing-masing untuk menentukan tentang apa yang disebut dengan berita, ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk.
- c. Faktor organisasi: faktor ini berhubungan dengan struktur organisasi yang diperkirakan dapat mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan pihak tunggal yang ada pada suatu organisasi berita. Sebaliknya mereka hanya sebagian kecil dari organisasi media tersebut. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan masing-masing. umumnya pada surat kabar terdapat dua struktur kekuasaan, yaitu struktur manajemen perusahaan dan struktur menejemen redaksi.
- d. Faktor ekstra media: faktor ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar lembaga media yang dapat mempengaruhi pemberitaan, yaitu:

- 1) Sumber berita: sumber berita dilihat bukan merupakan pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Sumber berita juga memiliki kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan memenangkan opini publik atau memberi citra tertentu kepada khalayak.
  - 2) Sumber penghasilan media: sumber penghasilan media dapat berupa iklan, bisa juga pembeli dan pelanggan media terkadang media harus kompromi dengan sumber daya yang menghidupinya.
  - 3) Pihak eksternal: antara lain pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh pihak eksternal ini sangat ditentukan oleh karakter dari masing-masing lingkungan eksternal media.
- e. Faktor ideologi: faktor ideologi diartikan sebagai kerangka berfikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Ideologi berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ideologi ini lebih melihat kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media turut menentukannya.

Terdapat faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi media yaitu kekuatan ekonomi, politik, dan teknologi. Kekuatan ekonomi dan politik yang dimaksudkan di sini tidak hanya sekedar menyoroti kepentingan ekonomi media untuk menguasai pasar dan opini masyarakat, namun juga terkait dengan kekuatan-kekuatan ekonomi politik di luar media yang saling berebut pengaruh untuk mendapat akses media.

Konsentrasi kepemilikan media mempengaruhi arah pemberitaan media, apakah untuk pemenuhan kebutuhan informasi publik atau untuk mengejar kepentingan bisnis semata. Kedua sistem regulasi secara politik akan mempengaruhi arah

pemberitaan. Ketiga teknologi turut mempengaruhi jangkauan pemberitaan dan bentuk teks media.<sup>19</sup>

## 6. Konsep Berita Dalam Islam

### a. An-Naba'

Kata naba'a berasal dari kata al-naba' (menginvestigasi), al-nabi'u (tempat yang lebih tinggi, jalan yang menentramkan), dan al nabiyy (pembawa berita nabi). An-naba' artinya yaitu berita penting, hal ini akan dipakai apabila ada peristiwa penting dan besar, lain halnya dengan kata khabar, umumnya dipakai juga pada berita-berita ringan. Sementara, ulama mengatakan berita baru dinamai Naba' a apabila terdapat manfaat besar dalam berita yang ditampilkan, adanya kepastian atau paling tidak praduga yang besar tentang kevalidannya. Penyifatan an-naba' dengan kata al-azhim (besar, agung) menunjukkan berita tersebut bukan hal yang biasa akan tetapi berita yang luar biasa. Tidak terletak pada peristiwanya tetapi juga terhadap kejelasan dan bukti-bukti, sehingga mestinya ia tidak dipertanyakan lagi. Adapun beberapa ayat mengenai kabar berita yang penting, salah satunya terdapat dalam Q.S Al-Baqarah ayat 119:

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ  
الْجَحِيمِ

Artinya: “sesungguhnya Kami telah mengutusmu (Muhammad) dengan kebenaran; sebagai pembawa berita gembira dan pemberi peringatan, dan kamu tidak akan diminta (pertanggungjawaban) tentang penghuni-penghuni neraka”.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Juni Wati Sri Rizki, *Kepemilikan Media Dan Ideologi Pemberitaan*, Cet.1 (Yogyakarta: CVBudi Utama), 2016, 55-59.

<sup>20</sup> Yayasan Amalan Ummat Islam, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bogor: Penerbit Sabiq, 2010), 18.

Maksud dari ayat yaitu menerangkan sesungguhnya Muhammad diperintahkan di muka bumi sebagai Rahmatan lilalamin yakni rahmat bagi seluruh umat manusia agar diruntun ke jalan yang di Ridhoi Allah SWT. Sehingga dalam menyebarkan berita maupun memberi peringatan kepada sesama manusia harus berdasarkan fakta, memberi manfaat sehingga berita tersebut dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

#### b. AL-Khabar

Dari segi bahasa kata *khabar* terdiri dari huruf *kha*, *ba*, *ra* memiliki dua makna yaitu ilmu dan menunjukkan kepada yang halus dan lembut. Dari segi gramatikal, *Khabar* adalah bentuk *masdar* (kata kejadian), yang bermakna “kabar dan berita” Secara istilah, *khabar* adalah laporan tentang laporan yang biasanya belum lama terjadi, namun dikategorikan berita penting dan besar. Khabar dapat juga dimaknai sebagai sebuah berita yang belum tentu memiliki nilai kebenaran. Terkadang berita yang beredar dilebihkan dari kenyataan yang sebenarnya.

Contoh ayat yang memuat tentang nilai kebenaran dalam sebuah berita adalah Q.S Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا  
قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Yayasan Amalan Ummat Islam, *Al-Qur'an dan Terjemah*, 516.

Adapun makna tersirat dari ayat tersebut untuk memerintahkan orang agar tidak terlalu mempercayai sesuatu kecuali dari sumber yang dipercaya, bisa saja berita tersebut tidak benar dapat menyesatkan orang tersebut. Jika kita menemukan atau mencari berita, maka kita sebaiknya memeriksa dahulu. Kita seharusnya cerdas dan kritis terhadap berita yang di tulis oleh berbagai alat informasi apapun, karena terkadang berita yang kita dapatkan merupakan berita *hoax* atau berita palsu yang menyesatkan.

### c. Al-Hadis

Hadis merupakan persamaan kata *khobar* atau berita dalam arti umum. Pada awalnya hadis tidak saja berita dari Rasulullah, tetapi juga berita-berita lain, termasuk Al-Qur'an. Seperti yang diucapkan oleh ibn Mas'ud: "*sebaik-baik hadist adalah kitab Allah dan sebaik-baik petunjuk adalah Muhammad.*" Hadist menurut bahasa berarti percakapan atau perkataan. Secara istilah Islam percakapan atau perkataan yang dimaksudkan adalah perkataan dari Nabi Muhammad SAW. Hadist telah mengalami perluasan arti hingga disamakan arti dengan sunnah. Sehingga berarti segala perkataan (sabda), perbuatan, ketetapan maupun persetujuan dari Nabi Muhammad SAW yang dijadikan ketetapan atau pun hukum dalam agama. Hadist dalam sumber hukum dalam agama memiliki kedudukan pada tigtakan kedua sumber hukum di bawah Al-Qur'an. Arti hadist secara umum yaitu tertuju pada apa yang dinisbatkan kepada Rasulullah.

Kemajuan teknologi komunikasi membuat alat komunikasi massa dapat menjalankan nilai fungsinya dengan baik. Akan tetapi masih ditemukan banyak pelanggaran-pelanggaran khususnya pada persoalan nilai-nilai

etika. Adapun yang dimaksud nilai etika agama islam adalah benda pada nilai-nilai yang terkandung dalam agama. Media massa dalam menyampaikan informasi berdasarkan fakta atau kebenaran, para pekerja media massa (wartawan) dalam menyajikan setiap informasi mesti akurat dan penuh tanggung jawab.

Seperti yang dikemukakan oleh Zechariah Chafee, surat kabar sebaiknya merupakan penggabungan antara perguruan tinggi dan perusahaan bisnis. Perguruan tinggi mengabdikan demi pendidikan rakyat, sementara perusahaan bisnis mencari uang untuk pemiliknya. Maka etika media bukan hanya sekedar keadilan dan memberitakan, tetapi juga melindungi dan melestarikan kebebasan. Sehingga inti dari segala standar komunikasi adalah menyebarkan kebenaran. Sudut pandang kebenaran dalam pemberitaan dapat dilihat ketika mampu menampilkan isi informasi dari berbagai sudut pandang secara adil atau dalam bahasa jurnalistik disebut *cover all sides*. Sehingga media massa mbingkai berita (*frame*) dengan mengedepankan prinsip keberimbangan atau adil dalam ruang pada setiap objek maupun subjek yang diberitakan. Seperti halnya terdapat dalam pembahasan Al-Qur'an. Ada beberapa contoh ayat yang berkaitan dengan persoalan keadilan diantaranya yaitu Q.S Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا  
يَجْرِمَنَّانَ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۖ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil dan janganlah sekali-kali kebencianmu

terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>22</sup>

Adapun yang dimaksud dari ayat diatas adalah menyeru kepada orang-orang yang beriman untuk selalu menegakkan keadilan sesama umatnya dan janganlah sekali-kali memutuskan tali persaudaraanmu dengan permusuhan dan kebencian. Sesungguhnya Allah Maha Bijaksana lagi Maha Pengampun. Ayat diatas sebaiknya menjadi sumber referensi dan harus dipahami masyarakat. Hal ini bermaksud agar masyarakat semakin cerdas terhadap banyaknya informasi dan kemudahan dalam menyebarkan dan menerima ditengah era informasi atau era industri media.<sup>23</sup> Agar masyarakat tidak cepat mengambil kesimpulan terhadap suatu berita atau informasi yang dapat memecah persatuan umat dan bangsa.

## E. Analisis *Framing*

### 1. Teori Konstruksi Realitas Media

Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah bagaimana menemukan peristiwa atau realitas tersebut di konstruksi, dengan cara apa konstruksi itu di bentuk.

Paradigma konstruksionis merupakan paradigma yang sering di perbandingkan dengan

---

<sup>22</sup> Yayasan Amalan Ummat Islam, *Al-Qur'an dan Terjemah*, 108.

<sup>23</sup> Ifitahjafar, “Konsep Berita Dalam Al-Qur'an (implikasinya Dalam sistem Pemberitaan Media Sosial)”, *Jurnalisa*, Vol 03 No. 1, (2017): 1-5.

paradigma positvis karena keduanya memiliki pandangan yang berbeda dalam memandang suatu realitas. Konsep mengenai konstruksionisme di perkenalkan oleh sosiolog yaitu Peter L. Berger dan Thomas Luckman.

Paradigma konstruksionis mempunyai cara tersendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Berikut adalah perbedaan pandangan antara paradigma positivisme dan paradigma konstruksionis dalam melihat dan memandang media, wartawan, dan berita :

Tabel 2. 3 Perbandingan Pandangan Paradigma Positivisme dan Paradigma Konstruksionis

<b>Aspek</b>	<b>Positivisme</b>	<b>Konstruksionis</b>
Fakta/ peristiwa	Ada fakta yang “rill” yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal	Fakta merupakan konstruksi atas realitas.kebenaran suatu fakta bersifat relative , berlaku sesuai konteks tertentu.
Media	Menurut Paradigma positivisme media sebagai sarana penyaluran pesan	Menurut Paradigma konstruksionis media sebagai agen konstruksi pesan
Berita	Menurut paradigma positivisme Berita adalah cerminan dan refleksi dari kenyataan. Karena itu, berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak di liput	Menurut paradigma konstruksionis Berita tidak mungkin cermin dari refleksi realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas
Sifat berita	Menurut paradigma positivisme sifat berita yaitu objektif yaitu dengan menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pembuat	Menurut paradigma konstruksionis sifat berita yaitu t subjektif karena opini tidak dapat dihilangkan ketika meliput,

	berita	wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif
Wartawan	Menurut paradigma positivisme Wartawan sebagai pelapor	Menurut paradigma konstruksionis Wartawan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial
Keberpikakan wartawan	Menurut paradigma positivisme Nilai, etika, opini dan pilihan moral berada di luar proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa	Menurut paradigma konstruksionis Nilai, etika atau keberpikakan wartawan tidak dapat di pisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa
Nilai, etika, dan pilihan moral seorang wartawan	Menurut paradigma positivisme Nilai, etika dan pilihan moral harus beradadi luar proses penelitian	Nilai, etika, dan pilihan moral harus berada di luar proses penelitian
Tafsiran pembaca terhadap isi berita	Menurut paradigma positivisme tafsiran pembaca terhadap isi berita yaitu Berita diterima sama dengan apa yang di maksudkan oleh pembuat berita	Menurut paradigma konstruksionis tafsiran pembaca terhadap isi beria yaitu Khalayak mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita <sup>24</sup>

<sup>24</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 21-42

## 2. Isi media

Isi media pada dasarnya merupakan hasil dari sebuah konstruksi atas suatu realitas dengan bahasa sebagai perangnya. Sedangkan bahasa bukan hanya sebagai perangkat yang mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan gambaran seperti apa yang akan di ciptakan oleh bahasa tentang suatu realitas. Oleh karena itu media massa memiliki peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang di hasilkan dari realitas yang di konstruksinya.<sup>25</sup>

Aktifitas utama seorang wartawan adalah menuliskan hasil reportasenya kepada khalayak. Oleh karenanya seorang wartawan memiliki kontribusi dengan usaha-usaha mengkonstruksi realitas, seperti menyusun fakta yang di dapat di lapangan menjadi bentuk informasi atau berita yang di konsumsi oleh khalayak. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa isi dari seluruh media merupakan hasil dari realitas yang sudah di konstruksi.<sup>26</sup>

## 3. Pengertian Analisis *Framing*

Analisis *framing* adalah jenis analisis yang di gunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas dari suatu peristiwa. Analisis *framing* juga di pakai untuk melihat bagaimana peristiwa di pahami dan di bingkai oleh media. Pada konteks penelitian komunikasi massa *framing* di pahami sebagai sesuatu yang berkaitan dengan penyajian pesan oleh atau melalui media massa dan penerimaan pesan oleh khalayak.

Pada dasarnya analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing* pertama kali sampaikan oleh Beterson pada tahun 1955. Menurut Beterson, awalnya *frame* di pandang sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan

---

<sup>25</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 88.

<sup>26</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 88-89

politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian di kembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974, menurut pandangannya *frame* adalah kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Pengertian mengenai *framing* telah di kemukakan oleh banyak ahli, adapun para ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian *framing* yaitu:

- a. Robert N. Entman berpendapat bahwa *framing* adalah proses seleksi isu dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari suatu peristiwa lebih menonjol dibandingkan dengan aspek yang lain. Entman juga menambahkan bahwa *framing* juga berhubungan dengan dengan penempatan-penempatan informasi yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain.<sup>27</sup>
- b. William A. Gamson berpendapat bahwa *framing* adalah cara bercerita atau gugusan 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 (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang di sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang di terima.
- c. Tood Gitlin berpendapat bahwa *framing* adalah strategi bagaimana realitas atau dunia di bentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk di tampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa yang ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca, maka di lakukan proses seleksi,

---

<sup>27</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 77.

pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek sesuatu dari realitas.

- d. David E. Snow dan Robert Sanford berpendapat bahwa *framing* adalah pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.<sup>28</sup>
- e. Amy binder berpendapat bahwa *framing* adalah skema interpretasi yang digunakan individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah di pahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
- f. Zhodang Pan dan Gerald M. Kosciki berpendapat bahwa *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang di gunakan untuk mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dan di hubungkan dengan rutinitas pembentukan berita.<sup>29</sup>

Berdasarkan pengertian *framing* yang telah di kemukakan oleh para ahli, meskipun terdapat perbedaan dalam penekanan dan pengertian, akan tetapi ada titik temu utama dari pengertian tentang *framing*. Jadi *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana suatu realitas di bentuk dan di konstruksi oleh media. Proses dan pembentukan konstruksi realitas, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah di kenal. Akibatnya khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak di sajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan,

---

<sup>28</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 78.

<sup>29</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 79.

menjadi terlupakan dan sama sekali tidak di perhatikan oleh khalayak.<sup>30</sup>

Konsep *framing* akhir-akhir ini telah di gunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi, untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan khusus sebuah realita oleh media. Terdapat beberapa model analisis untuk melakukan penelitian dengan analisis *framing* yaitu, model analisis *framing* dari Murray Edelman, Robert N. Entman, William A. Gamson & Andre Modigliani, dan Zhodang Pan & Gerald M.Kosicki. Konsep *framing* di bagi menjadi dua yaitu frame media (media *framing*) dan frame khalayak (audience *framing*).<sup>31</sup>

Robert N. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yang pertama yaitu selseksi isu, dan yang kedua yaitu penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak di tampilkan dan penekanan isi beritanya. Perespektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang di pilihnya yang di tonjolkanya, dan di buangnya. Di balik semua ini, penambilan keputusan mengenai sisi mana yang di tonjolkan tentu saja melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam produksi sebuah berita.<sup>32</sup>

#### 4. Analisis Framing Model Robert N. Entman

Robret N. Entman merupakan salah satu ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Konsep mengenai *framing* di tulis dalam sebuah artikel untuk *Journal of Political Communication* dan tulisan lain yang mempraktikkan konsep itu dalam suatu studi kasus pemberitaan media. Konsep *framing* di gunakan Entman untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat di pandang sebagai penempatan informasi-informasi

---

<sup>30</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 76-79.

<sup>31</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, 185-186.

<sup>32</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks media*, 161-163.

dalam konteks yang khas, sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain.<sup>33</sup>

Pengertian *framing* menurut Entman adalah proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari suatu peristiwa lebih menonjol di banding dengan aspek lain. Selain itu juga penempatan informasi-informasi yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi yang lainnya.<sup>34</sup> Jadi intinya *framing* lebih menekankan pada bagaimana teks komunikasi di tampilkan dan bagian mana yang di tonjolan atau di anggap penting oleh pembuat teks.

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu. Aspek seleksi isu berhubungan dengan pemilihan fakta. Maksudnya adalah menyeleksi suatu realitas yang kompleks dan beragam untuk mendapatkan aspek yang di tampilkan. Dari proses ini di dalamnya selalu terkandung bagian berita yang di masukkan (*include*), tetapi juga ada berita yang di keluarkan (*exclude*). Tidak semua aspek dapat di tampilkan sehingga seorang wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.

Aspek selanjutnya yaitu penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu maksudnya adalah berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu telah di pilih, selanjutnya yang di lakukan adalah menulis aspek tersebut. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk di tampilkan kepada khalayak. penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih di ingat khalayak.<sup>35</sup>

Kata penonjolan sendiri dapat di definisikan dengan membuat informasi terlihat lebih jelas, lebih bermakna atau lebih mudah di ingat oleh khalayak.

---

<sup>33</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 220.

<sup>34</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 77.

<sup>35</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 30.

Informasi yang menonjol memungkinkan an lebih di terima oleh khalayak, lebih terasa dan terimban dalam memori, di bandingkan dengan yang di sajikan secara biasa. Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam seperti, menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol di bandingkan dengan yang lain, lebih mencolok, melakukan pengulangan informasi yang di pandang penting atau di hubungkan dengan aspek budaya yang akrab di benak khalayak. Dengan begitu sebuah ide atau gagasan atau informasi lebih mudah terlihat, lebih mudah di perhatikan, di ingat dan di tafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak.

Pada praktiknya *framing* di jalankan media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain, dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu, ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang di beritakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. Semua aspek itu di pakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan di ingat oleh khalayak.<sup>36</sup>

Inti dari konsep Entman tentang *framing* yaitu, Entman mempunyai empat perangkat dalam pembingkaihan yaitu *define problem* (pendefinisian masalah), *diagnose cause* (memperkirakan masalah), *make moral judgment* (membuat keputusan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian), adapun penjelasan mengenai keempat elemen pembingkaihan menurut Entman adalah sebagai berikut.

*Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan master frame atau

---

<sup>36</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 220-221.

bingkai yang paling utama. Entman menekankan bahwa bagaimana suatu peristiwa atau isu di pahami oleh seorang wartawan. Ketika ada suatu masalah atau peristiwa, lalu bagaimana suatu peristiwa atau isu tersebut di pahami. Peristiwa yang sama dapat di pahami secara berbeda. Pembingkaiian yang berbeda akan menghasilkan realitas bentukan yang berbeda pula.

*Diagnose cause* (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap aktor atau pelaku dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga bisa berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa di pahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber penyebab masalah. Oleh karena itu, masalah yang di pahami secara berbeda, secara tidak langsung penyebab masalah akan di pahami berbeda juga.<sup>37</sup>

*Make moral judgment* (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang di pakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika suatu masalah sudah di definisikan, penyebab masalah sudah di tentukan, maka di butuhkan suatu argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang di kutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

*Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian), Elemen ini di *gunakan* untuk menilai apa yang di kehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang di pilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian tergantung pada bagaimana suatu peristiwa itu di pandang dan siapa yang di pandang sebagai penyebab dari suatu masalah.<sup>38</sup>

*Framing* dalam konsepsi Entman pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk

---

<sup>37</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 225.

<sup>38</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 226-227

menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.<sup>39</sup> Semua aspek tersebut di gunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan di ingat oleh khalayak. *framing* yaitu sebuah pendekatan yang digunakan untuk tahu bagaimana sudut pandang pencari berita ketika mensortir isu dan menulis berita. Sudut pandang atau cara melihat tersebut pada akhirnya menentukan fakta apa yang akan diambil, bagian mana yang di tonjolkan dan di hilangkan dan hendak kemana berita tersebut di bawa .

#### 5. Efek *Framing*

*Framing* berkaitan dengan sebuah realitas atau fakta yang di bingkai dan di sajikan kepada khalyak. Sebuah realitas bisa jadi di maknai dan di bingkai berbeda oleh media. Perbedaan tersebut dikarenakan dalam pembentukan realitas ada proses konstruksi, ketika dalam proses konstruksi ada banyak terjemahan dan penafsiran yang berbeda-beda dalam memahami berita secara nyata.<sup>40</sup>

Efek *framing* yang paling mendasar salah satunya yaitu realitas yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan di sajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Teori *framing* dapat dilihat bagaimana seorang jurnalis membuat simplifikasi, menyediakan kunci bagaiman peristiwa di pahami oleh media dan di tafsirkan kedalam bentuk berita. Karena media melihat peristiwa adalah suatu kenyataan yang sudah terbentuk oleh bingkai media, maka media lebih berpihak dengan melihat realitas sebagai sesuatu yang sederhana.<sup>41</sup>

Secara umum efek framing dibagi menjadi dua dampak besar, yaitu mobilisasi massa dan menggiring khalayak pada ingatan tertentu. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> Eryanto, *Analisis Framng*, 222.

<sup>40</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 165

<sup>41</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 167

a. Mobilisasi massa

*Framing* atas banyaknya isu dipakai dalam literatur gerakan kemasyarakatan. Dalam gerakan sosial, ada strategi supaya masyarakat luas mempunyai pandangan yang sama atas suatu isu, yaitu dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama dan pahlawan bersama. Hanya dengan seperti itu masyarakat luas bisa digerakkan dan dimobilisasai. Semua itu membutuhkan frame; bagaimana peristiwa dipahami, dan bagaimana pula kejadian didefinisikan dan dimaknai, sebagai contoh isu yang berhubungan dengan mobilisasi massa adalah pemberitaan media Indonesia atas kedatangan pasukan interfet di Timor-Timor.<sup>42</sup>

b. Menggiring pembaca pada memori tertentu

Individu mengetahui peristiwa yang terjadi di lingkungandari pemberitaan media. Karenanya, perhatian khalayak, bagaimana orang mengkonstruksi realitas sebagian besar berasal dari apa yang diberitakan oleh media. Media adalah tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitar mereka. Bagaimana media mbingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut.<sup>43</sup>

Media pada dasarnya adalah media diskusi public tetang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak: wartawan, sumber berita, dan khalayak. Keterlibatan tiga pihak tersebut berdasarkan pada eran sosial masing-masing, mereka juga saling berhubungann dalam proses pengoperasian teks yang mereka konstruksi. Pendekatan analisis framing memandang wacanan berita sebagai semacam area

---

<sup>42</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 169

<sup>43</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, 177

perang simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan masing-masing pihak.

#### F. Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan tema ini sebelumnya sudah ada yang pernah meneliti dengan berbagai perspektif, adapun penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu :

Pertama penelitian yang di lakukan oleh Fatkhur Rizqi dengan judul, Analisis *Framing* Robert N Entman Terhadap Berita Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Di *Republika Online*. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa *define problems* dari *Republika Online* terhadap pembubaran HTI sebagai aksi yang tergesa-gesa akibat cara pandang pemerintah yang melihat HTI sebagai organisasi yang radikal yang memiliki ideologi selain Pancasila dan mengubah Negara Indonesia menjadi Khilafah Islamiyah, *diagnose cause* *Republika Online* menyoroti adanya tindakan pemerintah belum mengajak dialog HTI, *make moral judgment* dari *Republika Online* mengarahkan agar di berikan jalan hukum bagi HTI, anggota HTI tidak boleh di hukum atau harus di bina, *treatment recommendation* dari *Republika Online* yaitu seharusnya pemerintah untuk mempersilahkan HTI mengambil langkah hukum agar segera memproses ke peradilan atas pembubaran HTI, agar tidak adanya kesalahpahaman antara pemerintah dan HTI nya itu sendiri. Metode penelitian yang di gunakan yaitu metode analisis teks kualitatif dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan model analisis *framing* Robert N Entman. Subjek penelitian ini yaitu *Republika Online*. Objek penelitian ini yaitu berita-berita yang berkaitan dengan pembubaran HTI.<sup>44</sup>

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, penelitian tersebut memilih *Republika Online* yang mana sama dengan subjek

---

<sup>44</sup> Fatkhur Rizqi, “Analisis *Framing* Robert N Entman Terhadap Berita Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Di *Republika Online*.” (Skripsi, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2018).

penelitian ini. persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang di terapkan yaitu metode penelitian kualitatif menggunakan teori analisis *framing* yang dimiliki oleh Robert N Entman. Untuk Perbedaannya terletak pada berita yang dianalisa, pada penelitian tersebut berita yang di analisa adalah tentang pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), sedangkan dalam penelitian ini berita yang di analisa adalah aksi reuni 212 tahun 2018.

Kedua, penelitian yang dilakukan Nurul Huda, dengan judul, Analisis *Framing* Model Robert N Entman Tentang Pemberitaan *Hoax* Ratna Sarumpaet Di Detik.com Rentang Waktu 3-31 Oktober 2018. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam pemuatan berita hoax Ratna Sarumpaet Detik.com sangat menyudutkan Ratna Sarumpaet. Dalam pembedingannya Detik.com mengaburkan fakta dengan menonjolkan opini dari wartawan, sehingga opini-opini itu seakan sesuai fakta. Metode penelitian yang di gunakan yaitu, menggunakan metode analisis teks kualitatif dengan menggunakan model *framing* Robert N. Entman. Subjek penelitian ini yaitu Detik.com. Objek penelitian ini yaitu berita-berita yang berkaitan dengan penyebaran berita *hoax* yang di lakukan Ratna Sarumpaet.<sup>45</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu pada metode penelitian yaitu analisis teks kualitatif. persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang di gunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan model analisis *framing* Robert N Entman. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu terletak pada subjek penelitian, penelitian tersebut memilih Detik.com sebagai subjek penelitiannya, sedangkan penulis memilih Republika *Online*. Perbedaan lainnya yaitu pada berita yang dianalisa, pada penelitian tersebut berita yang di analisa adalah tentang *hoax* Ratna Sarumpaet, sedangkan dalam

---

<sup>45</sup> Nurul Huda, “Analisis *Framing* Model Robert N Entman Tentang Pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet Di Detik.com Rentang Waktu 3-31 Oktober 2018” (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

penelitian ini berita yang di analisa adalah aksi Reuni 212 tahun 2018.

Ketiga Penelitian yang di lakukan oleh Arkhanudin Nurokhman, dengan judul, Analisis *Framing* Berita Aksi 212 Di Media *Online* Kompas.Com Dan *Republika.Co.Id*. Hasil penelitian ini terdapat perbedaan kedua media *online*. *Framing* *kompas.com* menunjukkan bahwa pemerintah berperan besar dalam aksi 212 sedangkan *Republika Online* mengkonstruksi kesuksesan acara dari aksi 212 ini berkat koordinasi yang baik di kalangan umat muslim dan persaudaraan yang erat antar umat muslim. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis *framing* model Robert N. Entman. Subjek penelitian ini adalah *Kompas.com* dan *Republika.co.id*. objek penelitian ini yaitu berita-berita tentang Aksi 212 yang di muat di kedua media *online* tersebut.<sup>46</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu pada metode penelitian yaitu analisis kualitatif. persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang di gunakan yaitu menggunakan model analisis *framing* Robert N Entman. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu pada subjek penelitian, subjek penelitian ini yaitu *Kompas.com* dan *Republika.co.id*, sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya hanya *Republika Online*. Perbedaan lain juga terletak pada berita yang di analisa, pada penelitian tersebut berita yang di analisa yaitu tentang aksi 212 sedangkan dalam penelitian ini berta yang di analisa adalah tentang aksi reuni 212 tahun 2018.

Keempat penelitian yang di lakukan oleh Regia Fiorentina, DR. Mayasari, S.S., M.Hum., dan Fajar Hariyanto, S.I.Ikom., M.I.Kom, dengan judul, Analisis *Framing* Pemberitaan “Reuni Akbar 212”, analisis *framing* model Robert N. Entman media *online* *kompas.com* dengan *Republika.co.id* Edisi 26 November 2017-9

---

<sup>46</sup> Arkhanudin Nurokhman, “Analisis *framing* Berita Aksi 212 Di Media *Online* *Kompas.com* Dan *Republika.co.id*, (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” , Yogyakarta, 2018).

Desember 2017. Hasil dari penelitian ini yaitu, framing peristiwa Reuni Akbar 212 yang di lakukan pada media online Kompas.com dan Republika.co.id terpengaruh oleh perbedaan ideologi kedua media tersebut, masing-masing media *online* sama-sama menggunakan ideologi masing-masing dalam memberitakan peristiwa Reuni Akbar 212. Metode penelitian ini bersifat kualitatif pneliti menggunakan model analisis *framing* dari Robert N. Entman sebagai teknik analisis datanya. Subjek penelitian ini adalah Kompas.com dan Republika.co.id, objek penelitian ini adalah berita-berita tentang Reuni Akbar 212 yang di muat di kedua media *online* tersebut edisi 26 November-9 Desember 2017.

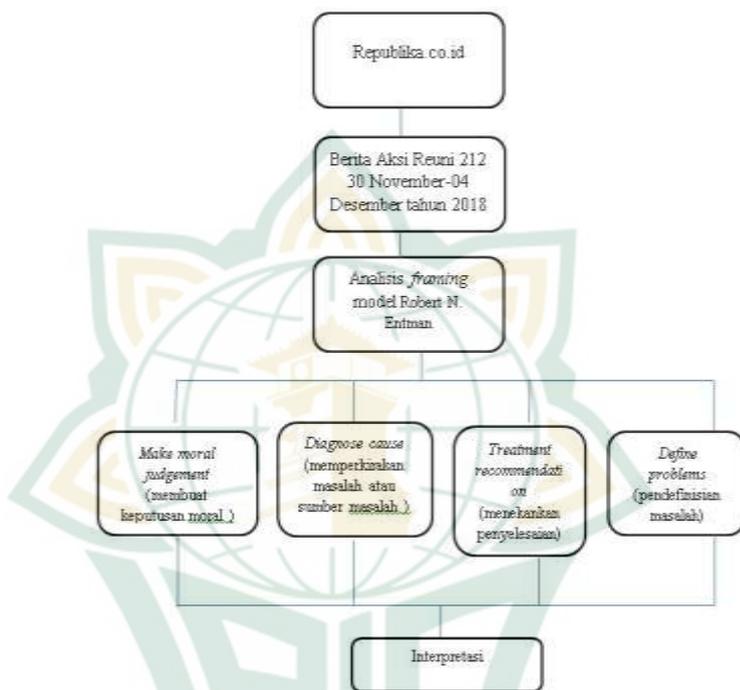
Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada teknik analisis datanya, yaitu dengan menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman. persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang di gunakan yaitu pendekatan penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan model analisis *framing* Robert N Entman. Untuk Perbedaannya terletak pada berita yang dianalisa, pada penelitian tersebut berita yang di analisa adalah tentang Reuni Akbar 212 tahun, sedangkan dalam penelitian ini berita yang di analisa adalah aksi reuni 212 tahun 2018. Selain itu perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian, penelitian tersebut subjek penelitiannya adalah Kompas.com dan Republika.co.id, sedangkan penelitian ini subjek penelitiannya adalah Rpublika.co.id.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Regia Fiorentina, dkk, “Analisis Framing Pemberitaan “Reuni Akbar 212”, Analisis framing Model Robert N. Entman Media *Online* Kompas.Com Dengan Republika.co.id Edisi 26 November 2017-9 Desember 2017”, Jurnal Politikom, Vol 3 No. 2, (2018).

## G. Kerangka Berfikir

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian



Berdasarkan kerangka berfikir tersebut, penulis memilih *website* Republika.co.id sebagai lokasi penelitian, selanjutnya penulis menentukan berita tentang aksi reuni 212 tahun 2018 sebagai objek penelitian, dan dibatasi rentang waktu 30 November sampai dengan 04 Desember 2018. Karena tujuan dari adanya penelitian yang akan dilakukan ini adalah untuk tahu bagaimana bingkai pemberitaan mengenai aksi 212 tahun 2018 di *website* Republika.co.id, untuk itu penulis menggunakan analisis *framing* sebagai pisau analisa untuk menganalisis data-data yang telah di kumpulkan oleh peneliti. Analisis *framing* memiliki tokoh-tokoh yang mengemukakan model penelitian menggunakan analisis *framing*. Peneliti memilih model analisis *framing* dari Robert N. Entman karena sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh penulis. Inti dari konsep Entman yaitu Entman mempunyai empat

perangkat dalam pembedaan yakni *define problem* (pendefinisian masalah), *diagnose cause* (memperkirakan masalah atau sumber masalah), *make moral jugment* (membuat keputusan moral), dan *treatment recomendation* (menekankan penyelesaian).<sup>48</sup>



---

<sup>48</sup>Eriyanto, *Analisis Framing*, 219-224