

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin bertambah majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang di dalam masyarakat mempunyai pengaruh tersendiri bagi masyarakat sebagai obyeknya. Hal tersebut tentu juga memicu berkembangnya komunikasi didalam kehidupan masyarakat. Menurut Evertt M. Rogers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut Harold Lasswell komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, *Who Say What In Chanel To Whom With Effect?*. Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?. Berdasar definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki lima unsur yang saling terkait antara lain, sumber (*source*), pengirim (*sender*), penyaji (*encoder*), komunikator, dan pembicara (*speaker*) (Baran, 2011:5).

Agar komunikasi dapat berjalan dengan semestinya, tentu diperlukan *channel* atau media sebagai pengantar pesan. Adapun media yang dapat digunakan sangatlah beragam, antara lain seperti yang kita kenal selama ini yaitu media cetak dan media elektronik. Akhir-akhir ini mulai muncul media baru sebagai pengaruh dari perkembangan pengetahuan dan teknologi.

Menurut Suryawati (2011: 46), media *online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet.

Sedangkan internet sendiri adalah sebuah jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk e-mail, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer (Severin dan Tankard, 2011:6).

Perkembangan zaman telah menghadirkan media baru. Media lama tentu akan tergeser keberadaannya, walaupun disisi lain media lama juga menyambut media baru sebagai evolusi dari media lama. Media cetak dan elektronik yang kini telah dikemas dalam bentuk digital atau sering dikenal dengan portal berita *online* atau media *online*. Situs berita *online* merupakan situs yang menyediakan informasi *up to date* (setiap hari) mengenai sesuatu peristiwa atau kejadian yang menyangkut kehidupan kita sehari-hari seperti pendidikan, olahraga, teknologi, politik, dan hidup sehat (Hadi, 2008:128).

Zaman dahulu mungkin internet merupakan hal yang belum banyak dikenal, keberadaannyapun masih menjadi kebutuhan tersier. Namun sekarang seiring berjalannya waktu, kebutuhan akan internet merupakan kebutuhan primer bagi mereka dengan mobilitas tinggi maupun bagi mereka yang mengikuti perkembangan zaman. Kecanggihan alat komunikasi yang sering disebut dengan *gadget* memungkinkan penggunaanya untuk terhubung dengan internet selama dua puluh empat jam. Android, iPhone, dan Blackberry merupakan contoh dari *gadget* yang sedang populer saat ini.

Mayoritas masyarakat Indonesia mempunyai mobilitas tinggi dan tentunya mengikuti perkembangan zaman oleh karena itu mereka butuh internet sebagai

kebutuhan primer, dengan hampir setiap hari *online* dan tentunya dengan memakai *gadget* mereka masing-masing.

Menurut Suryawati (2011: 69) berita adalah laporan yang berisikan informasi yang terbaru atau aktual, bersifat penting, dan menarik perhatian untuk diketahui publik, yang mencerminkan karya jurnalistik wartawan. Oleh karena itu, media cetak dan media elektronik berlomba-lomba membuat situs berita *online* untuk memenuhi permintaan khalayak akan berita, dengan begitu eksistensi media tersebut tetap terjaga. Media *online* mempermudah bagi khalayak untuk mengakses berita. Media *online* mempunyai perbedaan yang cukup signifikan dengan media cetak maupun elektronik meskipun mempunyai tujuan sama menyampaikan berita.

Dalam penulisan sebuah berita, tentu ada pihak dibalik tulisan tersebut. Ideologi setiap orang tentu berbeda media massa pun tentu memiliki gaya penulisan berita yang berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh cara pandang penulis berita maupun media massa terhadap suatu fakta dan menuliskannya menjadi berita. Untuk mempelajari tentang pandangan tersebut maka perlu adanya pendekatan terhadap hal tersebut, pendekatan itulah yang disebut dengan *framing* atau pembingkaihan berita. *Framing* merupakan sebuah strategi penyusunan realitas sedemikian rupa, sehingga dihasilkan sebuah wacana yang didalam media massa, wacana ini paling banyak mengambil bentuk dalam wujud berita (Hamad, 2004:21-22).

Berbicara tentang media massa khususnya media baru atau media *online* di Indonesia, pandangan khalayak tertuju pada portal berita *online* yang mempunyai

peran penting bagi politik dan pemberitaan di Indonesia. Salah satu media *online* yang berperan dalam politik dan telah dikenal oleh masyarakat adalah Sindonews.com, karena merupakan versi *online* dari kategori Sindo seperti yang dikutip pada (<http://about.sindonews.com/>) (diakses 5 Mei 2015 pukul 13.33 WIB).

Sindonews.com adalah portal berita *online* yang berada dibawah manajemen PT. Media Nusantara Citra atau yang lebih dikenal dengan MNC. MNC merupakan perusahaan yang bergerak dibidang media dan berada dibawah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo yang memiliki usaha dimedia konvensional. Selain menjadi pemimpin dari berbagai macam media, Hary Tanoesoedibjo juga aktif dalam dunia politik di Indonesia.

Hary Tanoesoedibjo notabeni merupakan pemilik dari Sindonews.com dimana merupakan portal berita *online* yang tentunya menyajikan pemberitaan politik. Media *online* Sindonews.com dipilih menjadi bahan penelitian karena cenderung mengarah kepada pemberitaan yang menyeluruh dalam berbagai aspek terutama politik. *Tagline* “Sumber Informasi Terpercaya” menjadi bukti bahwa Sindonews.com menyajikan informasi dari berbagai bidang yang dapat dipercaya.

Berita yang disajikan Sindonews tentu beragam. Politik menjadi salah satu jenis berita yang tentunya berhubungan dengan karir politik Hary Tanoesoedibjo dimana beliau merupakan orang yang berpengaruh dan ikut serta dalam Pemilu Capres dan Cawapres 2014. Seperti yang sudah kita ketahui, bahwa bangsa Indonesia menyelenggarakan acara Nasional pada tanggal 9 Juli 2014 lalu dengan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden periode 2014-2019.

Hary Tanoesoedibjo merupakan orang yang aktif dalam dunia politik. Menyikapi hal ini, dapat dilihat seberapa besar kontribusi Hary Tanoesoedibjo dalam dunia politik. Pemilu Capres dan Cawapres 2014 menghasilkan dua pasangan Capres dan Cawapres terpilih dengan suara terkuat. Dalam dunia politik dan perannya sebagai warga negara tentu Hary Tanoesoedibjo juga menentukan pilihan untuk memihak pada salah satu pasangan Capres dan Cawapres.

Melihat kebelakang sebelum terpilihnya dua pasangan Capres dan Cawapres terkuat, tentu ada pasangan Capres dan Cawapres lain yang turut berpartisipasi dalam perhelatan akbar tersebut. Hary Tanoesoedibjo merupakan salah satu dari sekian banyak politikus yang mencalonkan diri mengikuti pemilihan Capres dan Cawapres 2014.

Hal yang menarik peneliti untuk meneliti tentang Sindonews.com adalah hubungan yang terjalin antara Hary Tanoesoedibjo selaku pemilik media *online* Sindonews.com dan karir politik Hary Tanoesoedibjo yang berhubungan dengan pemberitaan media *online* yang dimilikinya. Sindonews.com memang merupakan adik dari Okezone.com dimana kedua portal tersebut bernaung dalam satu perusahaan yaitu MNC Group, akan tetapi beragam berita yang disajikan dan predikat “*versi online*” dari Sindo merupakan nilai lebih yang dimiliki oleh Sindonews.com.

Karir politik Hary Tanoesoedibjo sangat menarik untuk diteliti. Berpindah dari satu partai kepartai lain merupakan jalan politik yang diambil oleh Hary Tanoesoedibjo. Mulai merintis dari Partai Nasdem kemudian berpindah kepartai Hanura dan berpartisipasi sebagai Cawapres. Setelah Capres dan Cawapres

terkuat terpilih, Hanura mengarahkan dukungan pada salah satu Capres dan Cawapres. Setelah peristiwa itu terjadi, Hary Tanoesoedibjo mengundurkan diri dari partai Hanura karena kurang mendapatkan porsi lebih dalam pengambilan keputusan (<http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/05/23/269579756/Alasan-Hary-Tanoe-Mundur-dari-Hanura>)(diakses 28 April 2015 pukul 22.20 WIB).

Kepemimpinan seseorang terhadap suatu media, tentu dipengaruhi oleh karir politiknya. Penulis memilih pemberitaan pada media *online* Sindonews.com pada saat diumumkannya hasil rekapitulasi Pemilu Capres dan Cawapres 2014 pada tanggal 22 Juli 2014, sampai pada diputuskannya hasil gugatan yang diajukan oleh salah satu pasangan Capres dan Cawapres 2014 pada tanggal 21 Agustus 2014.

Penulis memilih rentang waktu seperti yang sudah disebutkan karena pada saat-saat itulah banyak terjadi peristiwa-peristiwa penting dalam Pemilu Capres dan Cawapres 2014 dimana terjadi pengumuman hasil rekapitulasi Pemilu Capres dan Cawapres 2014, gugatan yang dilakukan oleh salah satu pasangan Capres dan Cawapres 2014, dan sampai pada diputuskan hasil gugatan salah satu pasangan Capres dan Cawapres 2014.

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 menjadi bahan yang akan dibahas oleh penulis karena merupakan peristiwa nyata. Terlebih didalamnya pelaksananya berbeda dari Pemilu Capres dan Cawapres sebelumnya. Pada Pemilu Capres dan Cawapres kali ini terkesan lebih selektif, memunculkan siapa yang terkuat. Acara “Debat Capres dan Cawapres” menjadi ajang untuk beradu argumen dan pengetahuan antara dua pasangan Capres dan Cawapres. Atmosfer

politik, emosi, serta ketegangan terasa kental pada Pemilu Capres dan Cawapres 2014.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memakai acuan dari penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis *framing*, yang dilakukan oleh Anna Oktavia Saragih Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Kekhususan Komunikasi Massa Depok Universitas Indonesia tahun 2012 dengan judul PEMBINGKAIAN MEDIA ONLINE TERHADAP PENURUNAN POPULARITAS PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO (Analisis Framing dalam Pemberitaan Reshuffle Kabinet Bersatu Jilid II di situs detikNews). Penelitian ini berisi tentang bagaimana pembingkai Detiknews.com mengenai kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengenai reshuffle kabinet, yang mendapatkan hasil bahwa detiknews.com melakukan pembingkai atas penurunan popularitas Presiden Susilo Bambang Yudhoyono lebih banyak pada kualitas kepemimpinannya.

Penelitian kedua yang dilakukan pada tahun 2009 oleh Emi Sumiati jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul ANALISIS BERITA PERNIKAHAN SYEKH PUJI DENGAN PENDEKATAN FRAMING TEORI ROBERT N ETNMAN (Studi Kasus Kompas.com dan Republika Online), tentang bagaimana Kompas.com dan Republika Online membingkai pemberitaan tentang pernikahan Syekh Puji, dan didapatkan hasil bahwa Kompas.com dan Republika Online keduanya menanggapi peristiwa ini sebagai masalah hukum dan Syekh Puji sebagai penyebab dari masalah ini.

Penelitian ketiga yang dijadikan acuan penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Gema Mawardi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Kekhususan Komunikasi Massa Depok Universitas Indonesia tahun 2012, dengan judul PEMBINGKAIAN MEDIA ONLINE (Analisis Framing Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011), tentang bagaimana pembingkaihan mediaindonesia.com dan vivanews.com mengenai mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar. Hasil yang didapatkan bahwa *framing* yang dilakukan Mediaindonesia.com terhadap mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar sangat berpihak pada kepentingan pemilik media, sedangkan *framing* yang dilakukan Vivanews.com masih menunjukkan obyektivitas pemberitaan.

Dari penelitian terdahulu diatas maka hubungan dengan penelitian ini adalah bagaimana melihat konstruksi pemberitaan pada suatu media khususnya media *online*, dimana penelitian pertama dan kedua menggunakan analisis *framing* model Robert N Etnman yang lebih menekankan pada seleksi isu dan penonjolan pada aspek tertentu sehingga lebih mengarah pada konten berita, sedangkan pada penelitian ketiga menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, peneliti menggunakan sebagai pembanding dalam pengambilan model analisis *framing*. Dalam penelitian ketiga lebih menekankan pada unsur berita seperti skema berita (*headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, dan penutup*), kelengkapan berita (5W+1H), detail, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti, grafis, dan metafora. Melalui analisis *framing* Robert N Etnman peneliti ingin mengetahui apakah ada

pengaruh kepemilikan media terhadap konstruksi pemberitaan pada media *online* yang mengakibatkan perbedaan pada pemberitaan satu media dan media lainnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti telah membuat rumusan masalah dan membatasi masalah dalam penelitian ini hanya pada bagaimanakah konstruksi pemberitaan media *online* Sindonews.com mengenai pengumuman hasil pemilu Capres dan Cawapres 2014?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi pemberitaan media *online* Sindonews.com mengenai pengumuman hasil pemilu Capres dan Cawapres 2014.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran dalam menambah wawasan tentang konsep *framing* dalam pemberitaan dimedia *online*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi khalayak serta pemecahan masalah yang berhubungan dengan konstruksi pemberitaan dimedia *online*.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan pengetahuan kepada ilmu komunikasi dalam kajian yang berhubungan dengan pemberitaan dimedia *online*.

E. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi Massa

Menurut Evertt M. Rogers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Harold Lasswell menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, *Who Say What In Chenenel To Whom With Effect?*. Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?.

Berdasar definisi yang disampaikan oleh Evertt M. Rogers dan Harold Lasswell, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki lima unsur yang saling terkait antara lain, sumber (*source*), pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator, pembicara (*speaker*) (Baran,2011:5).

Secara *terminologis* komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lain. Sedangkan secara *etimologis* komunikasi berasal dari bahasa latin *Commu-nicatio* yang berasal dari kata *communis* yang artinya sama. Komunikasi diartikan secara *paradigmatis* sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang ke orang lain untuk

memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik langsung maupun tidak langsung (Effendy dalam Ardial, 2010:21).

Sebenarnya komunikasi massa memiliki banyak arti yang harus dipahami oleh khalayak. Banyak para ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang komunikasi massa itu sendiri. Komunikasi massa merupakan proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya. Sedangkan media massa itu sendiri adalah media yang berupa teknologi yang membawa pesan kepada sejumlah besar orang. Seperti surat kabar yang membawa kata-kata yang tercetak dan radio yang membawa suara musik dan berita (Baran, 2011:6-7).

West dan Turner (2009: 41) berpendapat bahwa, komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi kepada khalayak dalam jumlah besar melalui banyak saluran komunikasi. Dalam pengertian lain Baran menyebutkan bahwa ketika sebuah sumber, biasanya sebuah organisasi, menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dengan khalayak yang besar maka dapat disebut dengan komunikasi massa (Baran, 2010:6).

Menurut Wright (dalam Severin dan Tankard 2011:4) secara sederhana komunikasi massa dapat dibagi kedalam tiga ciri:

- a. Komunikasi massa mengarah kepada *audience* relatif besar, anonim, dan heterogen.
- b. Pesan-pesan disebarkan secara umum, dijadwalkan untuk bisa mendapatkan sebanyak mungkin anggota *audience* secara bersamaan dan bersifat sementara.

- c. Komunikator cenderung berada dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

2. Media Online

Pada dasarnya setiap informasi memerlukan saluran agar dapat sampai kepada penerima, saluran inilah yang biasanya disebut dengan media. Menurut Indah Suryawati dalam bukunya *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*, menyatakan bahwa media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet. (Suryawati, 2011:37)

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses pada konten yang berupa isi atau informasi (Romli, 2012:31).

Menurut Romli media *online* merupakan generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media *online* merupakan penyederhanaan terhadap bentuk media konvensional dimana merujuk pada perkembangan teknologi digital yang mengubah teks, grafik, gambar, dan video menjadi data-data digital berbentuk *byte* (Romli, 2012:30-31).

Media massa tentu memiliki manfaat yang jelas bagi khalayak. Menurut McQuaill (dalam Suryawati, 2011: 37) fungsi media massa bagi khalayak terbagi menjadi enam macam, antara lain:

- a. Media massa sebagai media belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa dan informasi.
- b. Media massa adalah refleksi fakta, terlepas dari rasa suka dan tidak suka.
- c. Media massa sebagai filter yang menyeleksi sebagai informasi dan isu yang layak mendapat perhatian atau tidak.
- d. Media massa sebagai penunjuk arah berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
- e. Media massa sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak agar mendapatkan umpan balik.
- f. Media massa sebagai interkulator yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.

Media massa awalnya terbagi menjadi dua jenis yaitu media cetak dan media elektronik. Namun beberapa tahun terakhir, muncul media baru yang disebut media *online* atau media internet. Media massa tentu memiliki karakteristik tersendiri.

Menurut Kurnia (2012: 12-13), karakteristik media massa dibedakan menjadi beberapa jenis. *Pertama*, media massa bersifat umum (*commonsense*). Bersifat umum yang dimaksudkan adalah media massa terbuka untuk umum, media masa bukan untuk pribadi atau suatu golongan saja melainkan siapapun dapat menikmatinya. Meskipun seakan bersifat sangat terbuka, media massa tetap dibatasi dalam penyampaian informasi sesuai dengan norma dan peraturan suatu Negara.

Kedua, media massa memiliki keserempakan pesan. Setiap media massa memiliki keseragaman waktu penyampaian dan berita atau informasi yang disajikan, meskipun melalui pengemasan berita dan tempat yang berbeda.

Keseragaman ini diikuti dengan kelemahan dan kelebihan dari masing-masing jenis media. Media televisi dengan sajiannya yang memiliki gambar bergerak, video, memiliki suara sehingga lebih nyaman dan praktis untuk dinikmati. Akan tetapi siaran televisi tidak dapat diulangi. Kekurangan media televisi ditutupi oleh media cetak, dimana media mempunyai informasi yang dapat dikonsumsi atau dibaca lagi akan tetapi tidak memiliki gambar bergerak dan suara.

Derasnya arus komunikasi mengakibatkan kebutuhan khalayak akan informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Media online hadir ditengah-tengah masyarakat sebagai alternatif dari informasi dan berita yang ingin dikonsumsi masyarakat.

Masyarakat Indonesia digolongkan kedalam masyarakat informasi yang menghabiskan sebagian besar waktunya dengan media komunikasi dan menggunakan teknologi informasi seperti telepon dan komputer. Masyarakat informasi adalah masyarakat yang berbasis data digital, yang melakukan pertukaran data informasi melalui media yang berbeda-beda (Zainal Abidin dalam Suryawati, 2011:47).

Menurut Suryawati (2011: 46-47) media *online* memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya mampu bersaing dengan media lainnya,

meskipun media *online* merupakan media baru. Keunggulan-keunggulan tersebut diantaranya:

- a. Informasi yang disajikan bersifat *up to date*.

Media *online* memiliki proses penyajian berita yang mudah dan sederhana, sehingga memungkinkan untuk melakukan *upgrade* (pembaharuan) suatu berita atau informasi setiap waktu.

- b. Informasi bersifat *real time*.

Media *online* dapat menyajikan berita atau informasi secara *live* (langsung) saat peristiwa sedang terjadi.

- c. Akses praktis.

Media *online* dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Akses yang mudah ditawarkan dengan syarat terdapat jaringan internet dari alat pengakses berita (komputer dan handphone/*smartphone*)

- d. *Hyperlink System*.

Sistem *hyperlink* yang terdapat pada media online merupakan sistem koneksi antara *website* dengan *website*. Sistem ini memungkinkan bagi pengakses suatu situs/*website* untuk mengakses situs/*website* lainnya. Sehingga informasi lain juga akan didapatkan pengakses.

Hampir sama dengan apa yang dikatakan oleh Suryawati, James C. Foust (dalam Romli, 2012:16) mengemukakan pendapatnya tentang keunggulan media *online* dibandingkan dengan media cetak. Keunggulan tersebut antara lain:

- a. *Audience control*, dimana *audience* atau pembaca berita lebih leluasa untuk memilih berita yang diinginkan hanya dengan mengklik link berita yang diinginkan.
- b. *Nonlienarity*, berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.
- c. *Storage and retrieval*, berita akan tersimpan dan dapat diakses kapan saja oleh pembaca.
- d. *Unlimited space*, berita yang disajikan lebih lengkap daripada media lainnya. Tidak terbatas oleh durasi seperti pada televisi dan radio, dan tidak terbatas oleh kolom dan halaman seperti pada media cetak.
- e. *Immediacy*, berita yang disajikan bersifat segar, langsung dan cepat.
- f. *Multimedia capability*, media online dapat menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya dalam menyajikan berita.
- g. *Interactivity*, memungkinkan adanya partisipasi pembaca dengan menyediakan kolom komentar dan fasilitas *share* ke media sosial seperti twitter, facebook, dan media sosial lainnya.

Media *online* tidak hanya memiliki keunggulan saja, namun juga memiliki kelemahan-kelemahan. Kelemahan atau kekurangan media *online* diutarakan oleh Romli (2012:34):

- a. Ketergantungan terhadap komputer dan internet.

Perangkat komputer sebagai media pengakses media *online*. Jika tidak ada komputer atau aliran listrik maka media *online* tentu tidak dapat diakses. Keberadaan komputer mungkin sudah tergantikan oleh laptop

dan *smartphone* namun juga tetap tidak dapat mengakses media *online* bila tidak ada listrik atau kehabisan baterai. Tidak adanya koneksi internet juga merupakan faktor yang membuat media *online* tidak dapat diakses.

- b. Dapat dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”.

Mereka yang tidak memiliki ketrampilan menulispun dapat menikmati dan memiliki media *online* dengan jalan “*copy-paste*” dari informasi situs lain.

- c. Adanya kecenderungan mata “mudah lelah”.

Pembaca media *online* akan merasakan kelelahan pada mata saat membaca berita atau informasi dari media *online*, khususnya naskah yang panjang.

- d. Akurasi kurang diperhatikan.

Media online dituntut untuk terus *update* sehingga mengutamakan kecepatan, sehingga berita yang ditulis media *online* tidak seakurat media cetak.

Karakteristik media *online* hampir sama dengan keunggulan media *online*, Romli (2012:33-34) mengemasnya kedalam beberapa karakter antara lain:

- a. *Multimedia*.

Dapat memuat informasi dalam bentuk teks, video, audio, gambar, dan grafis secara bersamaan.

b. Aktualitas.

Berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.

c. Cepat.

Informasi yang baru saja diupload atau diposting, langsung dapat diakses semua orang.

d. *Update*.

Informasi dan perubahan dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional.

e. Kapasitas Luas.

Halaman *web* dapat menampung kapasitas sangat panjang.

f. Fleksibilitas.

Pemuatan, editing, dan *update* berita dapat dimana saja dan kapan saja.

g. Luas.

Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

h. Interaktif.

Memberikan fasilitas kolom komentar dan *chat room*.

i. Terdokumentasi.

Informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).

Pendapat tentang karakteristik berita online juga dikemukakan oleh Rey G. Rosales (dalam Romli, 2012:16-17) yang lebih mengarah pada elemen-elemen yang ada pada media online. Elemen-elemen tersebut antara lain:

- a. *Headline*, judul berita yang ketika diklik akan membuka suatu tulisan lengkap dengan halaman tersendiri.
- b. *Text*, tubuh tulisan lengkap satu halaman utuh yang terpisah pada beberapa *link*.
- c. *Picture*, gambar yang disetakan pada tulisan untuk memperkuat cerita.
- d. *Graphic*, gambar atau logo yang terkait dengan berita.
- e. *Related link*, link terkait yang berhubungan dengan suatu berita sebagai penambah informasi, yang akan mengarahkan pada berita lain yang hampir serupa.
- f. *Slide show*, kumpulan foto yang berbentuk galeri yang disertai keterangan foto.
- g. *Audio*, suara dan musik yang terkait dengan berita. Biasanya disertakan didalam tulisan dan *slide show*.
- h. *Animation*, animasi atau gambar bergerak untuk menunjang cerita dalam tulisan.
- i. *Interactive feature*, grafis yang didesain sebagai sarana interaksi dengan pengguna (*user*).
- j. *Interactive video games, mini game* yang didesain untuk interaksi dengan pengguna (*user*).

Manajemen konten yang ada pada media *online* sama seperti media cetak yang terdiri dari berita, feature, foto, dan iklan yang dikelompokkan, dimana pada media cetak disebut rubrik. Perbedaan konten media *online* dan media cetak terdapat pada kemasan media *online* tidak hanya dalam

bentuk teks dan gambar, namun dilengkapi dengan audio, visual, grafis, animasi, artikel terkait, *link*, *interactive game*, dan kolom komentar (Romli, 2012:35).

Isi media *online* terbagi menjadi dua bagian. Bagian tersebut adalah halaman (*page*) dan kategori (*category*). Halaman (*page*) berisi informasi statis seperti: profil, buku tamu, dan informasi penting lainnya. Sedangkan kategori (*category*) adalah pengelompokan jenis tulisan dari sisi topik atau tema (Romli, 2012: 35).

Hampir sama dengan isi media, gaya penulisan yang disajikan pada media *online* juga terbagi menjadi beberapa bagian. Romli (2012:56-57) mengklasifikasikan isi media menjadi lima bagian, antara lain:

a. Naskah.

Naskah yang ada pada media *online* sebaiknya *to the point* dan ringkas. Jumlah ideal dalam naskah media *online* sebanyak 400 sampai 800 kata.

b. Judul (*head*).

Judul dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat membaca suatu berita.

c. Alenia Pertama (*lead*).

Lead merupakan alenia pertama pada sebuah naskah berita atau kalimat tersediri yang menampilkan isi berita paling menarik sebagai daya tarik pembaca (*eye catcher*).

d. Tubuh berita (*body*).

Tubuh berita dibuat singkat dan padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Akan tetapi, kelengkapan berita tetap terjaga karena antara berita satu dengan yang lain saling terkait.

Perbedaan antara media konvensional dan media *online* sangat signifikan. Mike Ward (dalam Romli, 2012:15) menyebutkan karakteristik yang membedakan antara media *online* dan media konvensional. Karakteristik tersebut antara lain:

- a. *Immediacy*, kesegaran atau kecepatan menyampaikan informasi.
 - 1) Media *online*: setiap menit bahkan setiap detik, berita dapat diupdate.
 - 2) Media konvensional: berita yang disampaikan oleh televisi dan radio dapat diupdate secara langsung, namun harus menginterupsi atau memotong acara yang sedang berlangsung.
- b. *Multiple pagination*, jumlah halaman yang dapat disajikan dalam media. Hal ini mengarah pada pembatasan sajian berita.
 - 1) Media *online*: memiliki ratusan halaman yang saling terkait dan tidak dibatasi oleh kolom dan durasi.
 - 2) Media konvensional: pada media cetak dibatasi oleh halaman dan kolom. Sedangkan pada media televisi dan radio dibatasi oleh durasi.
- c. Multimedia: menyajikan gabungan teks, gambar, video, grafis, dan audio secara sekaligus.

- 1) Media *online*: pada penyajian media online, elemen-elemen yang diperlukan seperti teks gambar, grafis, video dan audio dapat disertakan dalam satu halaman.
 - 2) Media konvensional: pada media cetak hanya terbatas pada teks dan gambar saja. Sedangkan pada media elektronik seperti televisi dapat menyertakan video, audio, gambar dan grafis tetapi tidak tersaji secara berurutan. Dalam radio hanya menyajikan audio saja.
- d. *Flexibility Delevery Platform*: fleksibilitas penulisan berita oleh wartawan dan penyampaian pada khalayak.
- 1) Media *online*: wartawan dapat menulis berita kapan saja dan dimana saja.
 - 2) Media konvensional: pada media cetak wartawan harus datang ke kantor untuk menulis berita saat jam kerja kemudian melakukan rapat redaksi. Sedangkan pada media televisi dan radio wartawan harus datang ke kantor untuk menyiarkan berita yang telah didapatkan.
- e. *Relationship with reader*: interaksi antara penyaji berita dan khalayak mengkonsumsi berita.
- 1) Media *online*: interaksi antara pembaca dan penyaji atau penulis berita dapat secara “langsung” saat itu juga melalui kolom komentar.
 - 2) Media konvensional: interaksi antara pembaca dan penulis memerlukan waktu yang lama seperti pada media cetak. Pada

media elektronik lebih mendukung untuk melakukan interaksi secara langsung melalui telepon.

f. *Archieving*: arsip tentang berita-berita dari waktu ke waktu.

1) Media *online*: memungkinkan untuk menyimpan ratusan berita yang telah ditulis dan dapat diakses kapan saja.

2) Media konvensional: pada elektronik dan cetak tidak memungkinkan untuk mengulang atau menikmati berita karena hanya dapat dinikmati saat itu juga.

3. Politik Media

Politik merupakan sesuatu yang rumit dan unik untuk diperbincangkan. Dalam sebuah Negara terdapat politik yang ikut berperan dalam pemerintahan. Politik merupakan kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka didalam perbuatan konflik sosial (Nimmo, 2005:8).

Menurut Lasswell politik adalah siapa, memperoleh apa, kapan, dan bagaimana caranya. Politik merupakan bermacam kegiatan dalam suatu sistem politik yang menyangkut proses penentuan tujuan (Ardial, 2010: 23).

Komunikasi merupakan sebagai kontrol sosial. Akan tetapi menurut ilmuwan David VJ. Bell secara definisi komunikasi mengandung noda politik, dengan kata lain komunikasi telah masuk dalam bidang politik karena politik mempunyai pengaruh selain dari kekuasaan dan wewenang (Ardial, 2010: 23).

Melihat dari pernyataan diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa komunikasi mempunyai hubungan dengan politik, sedangkan politik juga sangat berhubungan dengan wewenang dan kekuasaan. Hal tersebut sesuai dengan yang pendapat yang disebutkan oleh Dahl (dalam Ardial, 2010:24) bahwa politik adalah aturan, kekuasaan, pengaruh, wewenang, dan pemerintahan sebagai cakupan politik.

Secara umum komunikator dapat diartikan sebagai orang yang melakukan proses komunikasi yang berperan sebagai sumber pesan. Setiap orang yang berkomunikasi dapat dikatakan sebagai komunikator namun sedikit berbeda dalam politik, setiap orang yang melakukan proses komunikasi dalam hal politik belum tentu bisa disebut sebagai komunikator politik. Komunikator politik dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu politikus sebagai komunikator politik, profesional sebagai komunikator politik, dan aktivis sebagai komunikator politik (Nimmo, 2005:30).

Ardial (2010:173) berpendapat sama dengan Nimmo dalam bukunya yang berjudul “*Komunikasi Politik*” bahwa politikus dan aktivis sebagai komunikator politik. Politikus adalah pekerja politik yang melakukan aktivitas politik, baik didalam pemerintahan presiden, wakil presiden, menteri, gubernur, dan bupati, baik didalam maupun diluar parlemen (DPR dan DPRD). Sedangkan aktivis adalah para penggiat atau pemimpin organisasi masyarakat yang memiliki perhatian dan kegiatan yang berkaitan dengan politik (demonstrasi politik).

Sebagai aktor politik, politikus dan memerlukan media massa sebagai pencitraan dalam karir politiknya. Politikus dan aktivis melakukan komunikasi politik untuk mendapatkan dukungan massa atau dukungan pendapat umum. Media massa bukan merupakan robot yang hanya dengan pasif memberitakan tentang politik melainkan merupakan institusi yang aktif. Tiap-tiap media masa memiliki politik atau kepribadian redaksi masing-masing yang menjadi kerangka acuan para pekerja media dalam meliput, menulis, menyaring, dan memproduksi pesan (Ardial, 2010:174).

Media dan politik mempunyai keterikatan hubungan yang hampir tidak dapat dipisahkan dimana politik selalu menjadi bahan liputan yang menarik bagi media massa. Hal tersebut karena dipengaruhi oleh dua faktor yang saling berhubungan. Pertama, saat ini politik berada dalam era mediasi (*politic in the age of mediation*) yakni media massa. sedangkan yang kedua adalah, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik itu bersifat rutin belaka (Hamad, 2004:1).

Liputan politik memiliki dimensi pembentukan opini publik yang diharapkan oleh wartawan maupun oleh para politisi. Aktor politik mengharap suatu berita politik dapat mempengaruhi sikap khalayak berkaitan dengan apa yang dibicarakan aktor politik, karena opini publik yang dibentuk khalayak akan mempengaruhi karir politik seorang politisi (Hamad, 2004: 2).

Menurut Ibnu Hamad (2004: 2-24) media massa melakukan tiga tahapan untuk membentuk opini publik dan peristiwa politik menjadi sebuah berita politik:

a. Menggunakan simbol-simbol politik (*language of politic*).

Penggunaan simbol politik dan pemilihan kata dalam pemberitaan politik mempengaruhi pencitraan terhadap aktor politik. Dalam komunikasi politik, para komunikator politik bertukar citra-citra dan makna-makna melalui simbol politik. Mereka saling menginterpretasikan pesan-pesan politik melalui simbol politik yang diterimanya.

b. Melakukan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*).

Peristiwa yang panjang, lebar, rumit, dicoba “disederhanakan” melalui mekanisme pembingkai (*framing*) fakta-fakta dalam bentuk berita sehingga layak terbit atau layak tayang. Komunikator massa atau jurnalis menyoroti hal-hal yang “penting” (mempunyai nilai berita) dari sebuah peristiwa politik.

c. Melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*).

Menyediakan ruang dan waktu untuk sebuah peristiwa politik (*fungsi agenda setting*). Jika media massa memberi tempat pada sebuah peristiwa politik, maka peristiwa politik akan memperoleh perhatian oleh masyarakat. Semakin besar tempat yang diberikan, semakin besar pula perhatian khalayak.

4. Framing

Menurut Tamburaka, (2012:13) media massa merupakan institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan. Secara spesifik penjelasan media massa terbagi menjadi lima jenis, antara lain:

- a. Sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis.
- b. Sebagai institusi politik yang bekerja sesuai dengan aturan yang ada.
- c. Keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima pesan.
- d. Menggunakan standart professional dan birokrasi.
- e. Media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan.

Tamburaka, (2012:9) menjelaskan tentang pengertian media secara tersendiri, yaitu sebagai alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Hal ini berarti media cenderung berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi kepada masyarakat.

Merujuk pada pernyataan Tamburaka tentang media sebagai perpaduan antara kebasan dan kekuasaan, akan mengarahkan pada kepemilikan terhadap suatu media. Media yang ada saat ini telah dikuasai oleh suatu golongan saja, dengan kata lain konglomerasi media. Kepemilikan media menentukan kontrol media, yang pada gilirannya menentukan isi media (Severin & Tankard, 2011:437).

Penentuan terhadap isi media ini dijelaskan oleh Shoemaker dan Reese (dalam Tamburaka, 2012:52-53) kategori yang memperngaruhi isi media, antara lain:

- a. Pengaruh dari pekerja media secara individual.

Pengaruh yang ada dalam pekerja media adalah karakteristik pekerja, latar belakang professional, sikap pribadi pekerja dan peran-peran professional.

- b. Pengaruh rutinitas media.

Apa yang diterima media massa dipengaruhi praktek-praktek komunikasi sehari-hari antara lain: deadline, kepercayaan reporter pada sumber berita, nilai berita, dan standart obyektivitas.

- c. Pengaruh organisasi terhadap isi.

Suatu organisasi memiliki tujuan, tujuan dari organisasi inilah yang akan mempengaruhi isi media.

- d. Pengaruh terhadap isi dari luar organisasi media.

Pengaruh yang datang dari kelompok luar yang mempunyai kepentingan terhadap liputan media, dan pemerintah yang mengatur pemberitaan dengan undang-undang.

- e. Pengaruh ideologi.

Pengaruh yang berdasarkan dari kepemilikan pribadi dan pencapaian laba untuk kepentingan pribadi.

Kepemilikan suatu media berpengaruh terhadap tujuan media dalam pemberitaan, hal tersebut diungkapkan oleh Warren Breed (dalam Severin & Tankard, 2011:419) bahwa media mengubur hal-hal yang mungkin membahayakan struktur sosiokultural dan biasanya kebijakan hak benda maupun kepentingan golongan.

Sehubungan dengan pemberitaan suatu media terdapat prinsip-prinsip media dalam membentuk konstruksi realitas, menurut *Association for Media Literacy Education's* (dalam Tamburaka, 2012:84) prinsip-prinsip dasar dalam konstruksi realitas oleh media massa tersebut antara lain:

- a. Semua pesan media “dibangun”.
- b. Setiap media memiliki karakteristik, kekuatan, dan keunikan “membangun bahasa” yang berbeda.
- c. Pesan media diproduksi untuk suatu tujuan.
- d. Semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai.
- e. Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media.
- f. Media dan pesan media dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, nilai, perilaku, dan proses demokrasi.

Merujuk pada prinsip-prinsip dasar konstruksi realitas yang dibentuk media, maka muncul pembingkaihan (*framing*) terhadap berita yang disajikan media. Secara sederhana analisis framing atau pembingkaihan berita dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media (Eriyanto, 2008:3).

Pengertian lain yang dimaknai sebagai perspektif dan cara pandang oleh wartawan saat memaknai dan menyeleksi sebuah isu dan menulis

berita. Cara pandang dan perspektif itulah yang akhirnya akan membawa seorang wartawan untuk menentukan keputusan tentang pemilihan fakta yang akan diambil, bagian-bagian dari berita yang perlu dihilangkan dan ditonjolkan, serta arah dari pembentukan berita (Sobur, 2006:162).

Setiap perusahaan media massa tentu memiliki gaya bahasa dan karakter tersendiri dalam penulisan beritanya. Pandangan setiap individu terhadap suatu peristiwa tentu berbeda tergantung dari cara berpikir dari masing-masing individu. Seperti halnya yang dialami oleh wartawan dalam menulis suatu berita, sudut pandang dan ideologi penulis mempengaruhi tulisannya yang kemudian akan mengalami proses pembingkaihan untuk menjadi berita akan disajikan.

Pada dasarnya *framing* adalah cara metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa, dengan kata lain analisis *framing* merupakan analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas (Eriyanto, 2008:10).

Menurut Erving Goffman konsep analisis *framing* yaitu memelihara kelangsungan kebiasaan seseorang dalam mengklasifikasi, mengorganisasi dan menginterpretasi secara aktif pengalaman-pengalaman hidup seseorang untuk dapat memahaminya (Sobur, 2006:163).

Gitlin mendefinisikan *frame* sebagai seleksi penegasan dan eksklusi yang ketat. Pendapat tersebut digabungkan dengan proses memproduksi berita sehingga memunculkan pendapat bahwa *frame* memungkinkan para jurnalis atau wartawan memproduksi dan memproses informasi secara

cepat dan rutin, sekaligus engemas informasi demi penyiaran yang efisien kepada khalyak (Sobur, 2006:163).

Menurut pendapat lain dari Tood Gitlin, *framing* didefinisikan sebagai strategi bagaimana realitas disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan pada khayak. Sedangkan William A Gamson mendefinisikan *framing* sebagai cara bercerita atau gagasan ide-ide yang terorganisir dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan obyek suatu wacana (Eriyanto, 2008:67).

Robert N Entman mendefinisikan *framing* sebagai proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol daripada aspek yang lain. Sedangkan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengemukakan pendapatnya tentang *framing* secara sederhana. *Framing* merupakan strategi konstruksi dan memproses berita (Eriyanto, 2008:67).

Framing memiliki dua aspek yang mempengaruhi dalam pemberitaan (Eriyanto, 2008:69-70). Aspek-aspek tersebut adalah:

a. Memilih fakta atau realitas.

Pada fase ini perspektif wartawan terhadap fakta sangat berpengaruh, karena didasarkan pada asumsi wartawan. Perspektif wartawan itulah yang nantinya pasti akan menimbulkan dua kemungkinan dalam memilih fakta, yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*).

Pemilihan fakta dan pembuangan fakta terbentuk melalui proses seperti memilih *angel* atau sudut pandang, pemilihan fakta tertentu, melupakan fakta yang lain, memilih aspek tertentu dan membuang aspek yang lain. Hal tersebut yang mengakibatkan pemberitaan antara media satu dan media yang lain berbeda-beda.

b. Menuliskan fakta.

Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang telah dipilih disajikan kepada khalayak. Dalam proses ini dilakukan pemilihan terhadap berbagai macam hal, seperti: kata, proporsisi, gambar, dan foto yang akan dipakai. Setelah semua terpilih maka akan dilanjutkan pada proses penataan atau *editing* berita.

Proses *editing* ini yang menentukan tampilan dari berita itu sendiri. Hal-hal dipertimbangkan dalam penampilan berita seperti: pemilihan *headline*, pemakaian grafis, pemakaian gambar, pemakaian kata yang mencolok dan lain sebagainya.

Proses menuliskan fakta ini yang berpengaruh terhadap khalayak dalam menarik perhatian khalayak dan pemahaman khalayak terhadap suatu realitas.

Fakta yang ada dilapangan akan mengalami proses pembentukan berita. Menurut pandangan Fishman (dalam Eriyanto, 2008: 100-101) ada dua jenis kecenderungan studi tentang bagaimana proses berita dilihat. Pandangan *pertama* adalah seleksi berita (*selectivity of news*). Seleksi berita dilakukan oleh wartawan dimana wartawan akan memilih mana

yang penting dan yang tidak, mana peristiwa yang bisa diberitakan dan mana yang tidak. Selanjutnya berita akan dipilih lagi oleh redaktur yang menentukan bagian yang perlu dikurangi dan ditambah.

Pandangan *kedua* adalah pendekatan pembentukan berita (*creation of news*). Proses ini merupakan kebalikan dari seleksi berita, artinya berita tidak diseleksi melainkan dibentuk oleh wartawan. Pembentukan berita oleh wartawan mengalami proses yang terjadi saat wartawan bekerja. Berita yang dihasilkan berdasarkan pengetahuan dan pikiran, bukan adanya realitas obyektif yang ada diluar.

Eriyanto mendefinisikan nilai berita merupakan produk dari konstruksi wartawan. Menurut Eriyanto secara umum nilai berita dibagi menjadi lima jenis. Nilai-nilai tersebut digambarkan dalam tabel dibawah.

Tabel I

Nilai-nilai dalam berita

<i>Prominance</i>	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwa atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
<i>Conflict / Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
<i>Unusual</i>	Berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibanding dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Sumber: Eriyanto, 2008: 106-107.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan analisis kualitatif untuk menganalisis konstruksi pemberitaan Sindonews.com tentang pengumuman Hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan meneliti sesuatu lebih mendalam. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan beberapa metode yang ada (Denzin dan Lincoln dalam Moleong, 2006:5).

Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan dari manusia dalam kawasan maupun dalam peristilahannya (Kirk dan Miller dalam Moleong, 2006:4).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial dan menyajikan gambaran yang lengkap tentang suatu kejadian dan hubungan yang terdapat dalam penelitian (Moleong, 2006:11).

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah berita yang terkait dengan pemberitaan hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014 pada situs portal berita *online* Sindonews.com mulai tanggal 22 Juli 2014 sampai pada tanggal 21 Agustus 2014. Portal berita tersebut dipilih karena dimiliki oleh

seorang pengusaha bisnis media masa yang bergerak dalam dunia politik Indonesia dan berpengaruh terhadap Capres dan Cawapres 2014 terpilih serta memiliki media massa sendiri yaitu Hary Tanoesoedibjo. Oleh karena itu pembingkai berita akan dipengaruhi oleh peran Hary Tanoesoedibjo selaku pemimpin perusahaan yang bergerak dibidang media massa.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi terhadap teks media di portal berita *online* Sindonews.com mengenai konstruksi pemberitaan tentang pengumuman Hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014.

4. Validitas Data

- a. *Dependability*, yaitu apakah peneliti mendapatkan hasil yang sama ketika mengulangi atau mereplika proses penelitian tersebut. Penelitian ini dapat diandalkan karena peristiwa Pemilu Capres dan Cawapres 2014 yang diberitakan di media massa merupakan realitas bukan rekayasa atau bentukan media.
- b. *Transferability*, adalah nilai yang berkenaan dengan pertanyaan sehingga hasil penelitian dapat diterapkan dalam situasi lain. Sehingga orang lain dapat menggunakan kesimpulan yang dihasilkan dari sumber informasi jika menemui konteks, atau situasi yang identik. Penelitian lain yang bertemakan pemberitaan tentang pengumuman Hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014, dapat memanfaatkan data

maupun informasi dalam penelitian ini, karena adanya kesamaan dalam konteks pembahasan.

5. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

- a. Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti hanya memakai analisis framing sebagai teknik analisis, dengan kata lain penelitian ini hanya meneliti teks media saja.
- b. Kelemahan penelitian ini adalah peneliti hanya memakai satu portal berita *online* saja sebagai bahan untuk diteliti dalam pembingkaiian berita.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis *framing* model Robert N Entman. Peneliti menggunakan model ini karena *framing* model Robert Entman lebih mengarah pada seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dalam isu. Hal ini untuk melihat aspek mana yang ditonjolkan oleh media dan berita yang disajikan oleh Sindonews.com bukan hasil dari pemilihan jurnalis, sehingga berita yang disajikan berasal fakta yang benar-benar terjadi.

Robert Entman melihat *framing* dalam dua dimensi: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dalam realitas atau isu. Cara pandang Robert Entman dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2**Perangkat framing Robert Entman**

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada berita yang dimasukan (<i>included</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
Penonjolan Aspek Tertentu dari Isu	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Sumber: Eriyanto, 2008: 187.

Entman (dalam Eriyanto, 2008:188-191) melihat konsepsi tentang *framing* merujuk pada definisi, penjelasan evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekan kerangka berpikir tertentu terhadap suatu peristiwa yang diwacanakan. Entman membagi elemen-elemen *framing* menjadi empat jenis yang terdiri atas *define problem*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*.

Tabel 3**Analisis Framing Robert Entman**

<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	• Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa? • Element ini merupakan <i>master frame</i> atau bingkai yang paling utama. Elemen ini menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah atau	• Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang

Sumber Masalah)	dianggap sebagai penyebab masalah? • Elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini dapat berarti apa (<i>what</i>) namun juga dapat berarti siapa (<i>who</i>).
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	• Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan? • Elemen <i>framing</i> yang digunakan untuk membenarkan atau memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	• Penyelesaian masalah apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu? Jalan apa yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah? • Elemen <i>framing</i> yang digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan dan jalan yang dipilih untuk menyelesaikan masalah.

Sumber: Eriyanto, 2008: 188-189.

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari empat bab, dan masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan subjek penelitian yang diteliti berupa berita dari situs berita *online* Sindonews.com yang berkaitan dengan pemberitaan hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian penulis tentang analisis *framing* media *online* Sindonews.com terkait pemberitaan hasil Pemilu Capres dan Cawapres 2014.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, keterbukaan penelitian serta saran-saran.

H. Kerangka Pemikiran

