

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN
ISU PERUBAHAN JUDUL RUU PKS MENJADI RUU
TPKS OLEH CNN INDONESIA.COM DAN
DETIK.COM**

**OLEH:
ZULFAH INDAH HAFSARI**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN
ISU PERUBAHAN JUDUL RUU PKS MENJADI RUU
TPKS OLEH CNNINDONESIA.COM DAN
DETIK.COM**

OLEH:

ZULFAH INDAH HAFSARI

E021181303

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Analisis *Framing* Pemberitaan Isu Perubahan Judul
RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS)
Menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual
(TPKS) oleh CNNIndonesia.com dan Detik.com**

Nama Mahasiswa : **Zulfah Indah Hafsari**

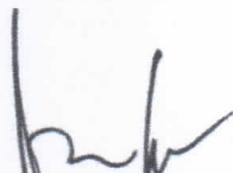
Nomor Pokok : **E021181303**

Makassar, 31 Januari 2023

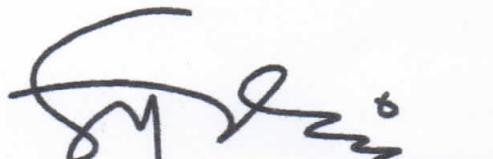
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



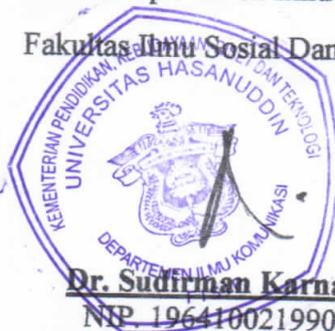
Dr. Moehammad Iqbal Sultan, M.Si.
NIP. 1962312101991031002



Svamsuddin Aziz, M. Phill. Ph. D.
NIP. 196304251993031003

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pulitin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, pada Hari Senin, Tanggal 20 Bulan Februari Tahun 2023.

Makassar, 20 Februari 2023

Tim Evaluasi

Ketua : Dr. Moehammad Iqbal Sultan, M.Si.

()

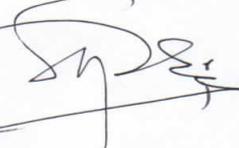
Sekretaris : Rahmatul Furqan, S.I. Kom., MGMC.

()

Anggota : 1. Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

()

2. Drs. Syamsuddin Aziz, M. Phill. Ph. D.

()

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul **Analisis Framing Pemberitaan Isu Perubahan Judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) Menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS)** oleh **CNNIndonesia.com dan Detik.com** ini sepenuhnya adalah karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



(Zulfah Indah Hafsari)

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala pujian dan ucapan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah menjadikan ilmu sebagai cahaya yang menerangi hidup umatnya dan memberkahi kami dalam menuntut dan menyebarkan ilmu, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Ucapan terima kasih yang paling dalam juga penulis haturkan kepada orang tua penulis, sebagai sosok guru pertama dalam hidup penulis. Teruntuk Ibu Hasriani tercinta, Ayah Sabang Ahadi, dan ayah sambung penulis Bapak Abdul Hafid, terima kasih atas setiap do'a dan harapan yang baik, cinta dan didikan yang tulus, beserta nasihat dan kepercayaan yang senantiasa mengiringi langkah penulis dalam setiap proses belajar dan mempelajari kehidupan.

Tak luput, terima kasih untuk kedua kakak yang baik dan bisa diandalkan, Widya Harmita Sari dan Muhammad Yamin Alqadri, beserta adik-adik penulis Naura Haninda Aulia, Naila Zahra Aviani, dan Naufal Hasfi Akbar. Mari tetap saling mendukung, menyayangi, berbuat baik, dan bermain satu sama lain.

Penulis menyadari, penulisan skripsi ini bukanlah proses yang mudah. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Moehammad Iqbal Sultan, M.Si., selaku penasihat akademik sekaligus pembimbing I dan Syamsuddin Aziz, M.Phill. Ph.D., selaku pembimbing II,

yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memperkaya pengetahuan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Sudirman Karnay, M.Si., dan Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom., beserta seluruh dosen pengajar dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, dukungan, dan motivasinya.
3. Pengurus Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik) periode 2020-2021 atas ruang belajar dan pengetahuan yang telah diberikan, serta kepercayaan selama satu periode kepengurusan kepada penulis.
4. Dua teman baik penulis, Ilvi dan Hesterrine, atas segala-galanya yang telah diberikan kepada penulis sejak pertama kali penulis masuk ke ruang belajar ini hingga di tahap penulisan skripsi ini. Terima kasih sedalam-dalamnya atas setiap ketulusan, kebaikan, perhatian yang diberikan. Semoga kebaikan senantiasa membersamai setiap arah yang kalian tuju.
5. Teman-teman angkatan penulis, Altocumulus, yang berproses bersama penulis di ruang belajar ini. Teruntuk Maldhi, Salman, Ichal, Dwi, Fayed, Ashari, dan Indra atas dukungan dan bantuannya dalam menyiapkan seminar proposal penulis, belum lagi bantuan-bantuan lain yang amat banyak selama penulis kuliah hingga saat ini.
6. Teruntuk Yovita dan Nurin atas setiap semangat, dukungan, dan cerita-cerita menyenangkan yang dibagi bersama. Terima kasih banyak.
7. Saudara dan saudari se-posko Sulbar 1 pada KKN Unhas Gelombang 106, atas pengetahuan dan pengalaman baru yang diberikan. Teruntuk Welty dan Nasra,

terima kasih atas setiap kebaikan, kebahagiaan, dan kepercayaan yang telah dibagi bersama.

8. Teman-teman SMA penulis, Ika, Fadhillah, Nilam, dan lain-lain yang banyak membantu dan mendukung penulis, semoga hal-hal baik senantiasa mengiringi langkah kita di masa depan.
9. Seluruh penulis buku, jurnal, dan tulisan lainnya yang karyanya digunakan penulis sebagai referensi dalam menyusun skripsi ini.
10. Tiga anak kucing yang cantik dan pintar : Duli, Kuki, dan Ucup yang setia menemani dan bermain bersama penulis selama proses menulis skripsi ini.

Akhir kata, mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini menjadi karya yang bermanfaat dan berkontribusi pada pengembangan Ilmu Komunikasi, terutama di bidang Jurnalistik ke depannya.

Makassar, 16 Januari 2023

Penulis

ABSTRAK

ZULFAH INDAH HAFSARI. *Analisis Framing Pemberitaan Isu Perubahan Judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) Menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) oleh CNNIndonesia.com dan Detik.com (Dibimbing oleh Moehammad Iqbal Sultan dan Syamsuddin Aziz).*

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan strategi pemberitaan CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam membingkai isu perubahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS); untuk mengetahui perbedaan aspek yang cenderung ditonjolkan/ditekankan CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam memberitakan isu perubahan RUU PKS menjadi RUU TPKS.

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan dimulai sejak Juni 2022 hingga Desember 2022. Unit analisis dalam penelitian ini merupakan keseluruhan berita mengenai isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS yang dipublikasikan oleh CNNIndonesia.com dan Detik.com selama periode 30 Agustus hingga 10 September 2021. Unit analisis dikumpulkan dengan metode pencarian Google dengan memasukkan kata kunci “Perubahan Judul RUU PKS Site:CNNIndonesia.com/Detik.com”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis *framing* yang diformulasikan oleh Robert N. Entman. Data primer penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode dokumentasi. Sementara itu, data sekunder yang digunakan bersumber dari studi pustaka melalui literatur terkait.

Hasil penelitian menunjukkan kedua media *online* tersebut melakukan praktik *framing* yang berbeda dalam menyoroti isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS. CNNIndonesia.com memandang adanya masalah dalam proses penyusunan RUU TPKS yang ditunjukkan dengan menonjolkan kritikan dari pihak-pihak pro RUU PKS. Adapun Detik.com cenderung menonjolkan alasan Badan Legislasi mengubah judul RUU PKS, sedangkan dampak perubahan tersebut tidak dibahas dengan rinci.

Kata kunci: Framing, CNNIndonesia.com, Detik.com, berita RUU PKS.

ABSTRACT

ZULFAH INDAH HAFSARI. *Framing Analysis of Reporting on The Issue of Changing the Tittle of The Draft Law on The Elimination of Sexual Violence (RUU PKS) to the Draft on Crime of Sexual Violence (RUU TPKS) by CNNIndonesia.com and Detik.com (Supervised by Moehammad Iqbal Sultan and Syamsuddin Aziz).*

The purpose of this research is to reveal the news strategy of CNNIndonesia.com and Detik.com in framing the issue of Changing the Tittle of the Draft Law on the Elimination of Sexual Violence (RUU PKS) to the Draft on Crime of Sexual Violence (RUU TPKS); to find out the different aspects that tend to be highlighted/emphasized by CNNIndonesia.com and Detik.com in reporting on the issue of Changing the Tittle of the RUU PKS to the RUU TPKS.

This research was conducted for six months starting from June 2022 to December 2022. The unit of analysis of this research is all the news of CNNIndonesia.com and Detik.com in the period of August 30 to September 10 2021, concerning on the issue of changing the Tittle of the RUU PKS to the RUU TPKS. The units of analysis were collected using the Google search method by entering the keyword "Changes in the Title of the RUU PKS Site: CNNIndonesia.com/Detik.com". This research employed a qualitative approach with a framing analysis method of Robert N. Entman. The primary data was collected using the documentation method. Meanwhile, the secondary was from literature studies through related literature.

The results showed that the two online media carried out different framing practices in highlighting the issue of changing the title of the RUU PKS to the RUU TPKS. CNNIndonesia.com views that there are problems in the process of drafting the RUU TPKS which is shown by highlighting criticism from pro parties of the RUU PKS. Meanwhile, Detik.com tended to highlight the reason why Legislature changed the title of the RUU PKS, while the impact of this change was not discussed in detail.

Keywords: Framing, CNNIndonesia.com, Detik.com, RUUPKS

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kegunaan Penelitian	8
D. Kerangka Konseptual.....	9
E. Definisi Operasional	14
F. Metode Penelitian	15
1. Waktu dan Objek Penelitian	15
2. Tipe Penelitian.....	17

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	18
4. Unit Analisis	19
5. Teknik Analisis Data	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
A. Komunikasi Massa dan Media Massa.....	26
B. Media Baru dan Konvergensinya.....	31
C. Jurnalisme <i>Online</i>	36
D. Konstruksi Realitas oleh Media	41
E. Teori Agenda Setting	44
F. Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman	47
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum CNNIndonesia.com	52
1. Sejarah dan Perkembangan CNNIndonesia.com.....	52
2. Visi dan Misi CNNIndonesia.com	54
3. Logo CNNIndonesia.com.....	55
4. Redaksi CNNIndonesia.com	56
B. Gambaran Umum Detik.com	59
1. Sejarah dan Perkembangan Detik.com.....	59
2. Visi Detik.com.....	62
3. Logo Detik.com.....	63
4. Redaksi Detik.com	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Hasil Penelitian	69

1.	Analisis <i>Framing</i> Pada Media <i>Online</i> CNNIndonesia.com	69
2.	Analisis <i>Framing</i> Pada Media <i>Online</i> Detik.com	87
B.	Pembahasan.....	104
1.	Strategi <i>Framing</i> Media <i>Online</i> CNNIndonesia.com Berdasarkan 4 Perangkat <i>Framing</i> yang Diformulasikan Entman	106
2.	Strategi <i>Framing</i> Media <i>Online</i> Detik.com Berdasarkan 4 Perangkat <i>Framing</i> yang Diformulasikan Entman	111
3.	Perbedaan Penekanan/Penonjolan Antara CNNIndonesia.com dan Detik.com....	116
BAB V PENUTUP.....		123
A.	Simpulan	123
B.	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA		126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Item Berita CNNIndonesia.com.....	20
Tabel 1.2. Item Berita Detik.com.....	22
Tabel 1.3. Perangkat Analisis <i>Framing</i> Entman	24
Tabel 2.1. Dua Aspek <i>Framing</i> Versi Entman.....	49
Tabel 2.2. Perangkat Analisis <i>Framing</i> Entman	51
Tabel 4.1. Rangkuman Isi Berita Pada Situs Berita CNNIndonesia.com	69
Tabel 4.2. Rangkuman Isi Beita Pada Situs Berita Detik.com.....	88
Tabel 4.3. <i>Framing</i> Pada Situs Berita CNNIndonesia.com	106
Tabel 4.4. <i>Framing</i> Pada Situs Berita Detik.com	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Konseptual Penelitian	13
Gambar 2.1. <i>Hierarchy of Influence</i> oleh Shoemaker dan Reese	43
Gambar 3.1. Logo CNNIndonesia.com	55
Gambar 3.2. Logo Detik.com.....	63
Gambar 4.1. Foto berita yang dimuat dalam berita RUU PKS Diusulkan Ganti Nama, Tanpa Kata Penghapusan	77
Gambar 4.2. Foto berita yang dimuat dalam berita Beda Definisi Kekerasan Seksual di RUU PKS dan RUU TPKS	77
Gambar 4.3. Foto berita yang dimuat dalam berita Daftar Pasal RUU PKS yang Hilang Usai Diubah Jadi RUU TPKS	77
Gambar 4.4. Foto berita yang dimuat dalam berita RUU PKS Ganti Judul, Hak Korban Dinilai Dikesampingkan.....	78
Gambar 4.5. Foto berita yang dimuat dalam berita Judul RUU PKS Diganti, Draf Baru Hanya Akui 4 Jenis Kekerasan Seksual.....	94
Gambar 4.6. Foto berita yang dimuat dalam berita RUU PKS: Judul Diganti, 'Perkosaan' Jadi 'Pemaksaan Hubungan Seksual'	94
Gambar 4.7. Foto berita yang dimuat dalam berita Kecaman Dimana-mana Saat RUU PKS Salin Rupa	95
Gambar 4.8. Foto berita yang dimuat dalam berita Ketua Panja Jelaskan Alasan RUU PKS Tak Kunjung Tuntas tapi Malah Ganti Nama....	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 BERITA CNNINDONESIA.COM.....	129
LAMPIRAN 2 BERITA DETIK.COM	151

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 tidak memutus rantai kekerasan seksual, terutama terhadap kaum perempuan dan anak di Indonesia. Salah satu temuan dalam Catatan Tahunan (CATAHU) 2021 yang disusun oleh Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan), yaitu terjadinya peningkatan intensitas kekerasan terhadap perempuan selama pandemi, khususnya dalam bentuk kekerasan seksual, baik yang terjadi di ranah personal/privat maupun di ranah publik/komunitas. Selain itu, CATAHU 2021 juga mencatat adanya lonjakan tajam pengaduan yang dipengaruhi oleh pandemi, yaitu kekerasan berbasis gender siber (ruang *online/daring*) atau disingkat KBGS di mana kasus kekerasan seksual mendominasi pengaduan tersebut.

Berdasarkan data kekerasan terhadap perempuan yang dihimpun dari pengaduan langsung ke Komnas Perempuan selama tahun 2020 (Mustafainah et al., 2021) menunjukkan ranah kekerasan terhadap perempuan yang paling banyak diadukan adalah ranah personal/privat, sebanyak 1.404 kasus (65%) dan 689 kasus (26%) di dalamnya merupakan kekerasan seksual. Beralih ke ranah publik atau komunitas ditemukan 706 kasus (33%) kekerasan terhadap perempuan. Bentuk kekerasan di ranah publik atau komunitas yang paling dominan adalah kekerasan seksual dengan temuan sebanyak 590 kasus (56%). Yang perlu menjadi fokus perhatian adalah korban kekerasan seksual dalam ranah publik sangat rentan mengalami bentuk kekerasan lain atau disebut kekerasan berlapis.

Data lain yang juga disajikan dalam CATAHU 2021 bersumber dari Lembaga Mitra Pengada Layanan (Mustafainah et al., 2021, hal. 21). Sepanjang tahun 2020 terjadi 6.480 kasus kekerasan terhadap perempuan di ranah personal dan kekerasan seksual menjadi bentuk kekerasan kedua terbanyak setelah kekerasan fisik, yaitu sebesar 1.938 kasus (30%). Sementara itu, dalam ranah publik atau komunitas ditemukan 1.731 kasus kekerasan terhadap perempuan dengan kasus paling menonjol adalah kekerasan seksual sebesar 962 kasus (55%) dan menempati posisi pertama seperti tahun-tahun sebelumnya.

Kekerasan terhadap perempuan dan anak, khususnya dalam bentuk kekerasan seksual tentu menjadi penghambat mereka dalam memperoleh hak bebas dari ancaman, diskriminasi, dan kekerasan. Terjadinya peningkatan kasus kekerasan seksual secara konsisten di setiap tahunnya menunjukkan rendahnya perlindungan dan keamanan terhadap perempuan dan anak, bahkan bisa dikatakan telah terjadi pembiaran. Kondisi ini berpotensi melanggengkan budaya kekerasan seksual, budaya yang mewajarkan kekerasan seksual di kalangan masyarakat. Hal ini diperburuk karena tingginya pelaporan kasus tidak berbanding lurus dengan ketersediaan payung hukum yang komprehensif untuk perlindungan, penanganan, dan pemulihan korban kekerasan seksual.

Berdasarkan kondisi ini, Komnas Perempuan bersama Forum Pengada Layanan merumuskan, menyusun, dan mengusulkan rancangan undang-undang tentang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS). Dalam Naskah Akademik RUU PKS yang diterbitkan pada 2017 dikemukakan bahwa RUU PKS merupakan upaya perombakan sistem hukum untuk mengatasi kekerasan seksual yang sistemik

terhadap perempuan (Mustafainah et al., 2017, hal. 5). Lebih lanjut, RUU PKS merupakan terobosan agar hukum mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan perempuan korban kekerasan karena RUU ini didasarkan pada kajian terhadap pengalaman-pengalaman korban kekerasan dan bagaimana mereka menghadapi proses hukum (Mustafainah et al., 2017, hal. 5).

Meskipun RUU PKS memiliki potensi untuk mengoptimalkan pencegahan kekerasan seksual, memastikan hak pemulihan bagi korban, dan melengkapi peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini, dalam perjalanannya pembahasan dan pengesahan RUU PKS menjadi isu yang penting sekaligus rumit. Per 30 Agustus 2021, RUU PKS juga mengalami perubahan judul menjadi Rancangan Undang-undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (RUU TPKS) berdasarkan keputusan Badan Legislasi (Baleg) DPR RI dalam rapat pleno penyusunan draf RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS).

Tim Ahli Baleg mengatakan, alasan utama perubahan kata “penghapusan” menjadi “tindak pidana” dilakukan karena mengambil pendekatan hukum bahwa kekerasan seksual merupakan Tindak Pidana Khusus (Nurita, 2021). Sabari Barus, anggota Tim Ahli Baleg, juga mengatakan kata “penghapusan” dalam judul RUU PKS terkesan abstrak, mutlak, dan memiliki arti hilang sama sekali. Penghapusan ini menurutnya mustahil tercapai di dunia. Sementara itu, Willy Aditya selaku Ketua Panitia Kerja (Panja) RUU TPKS menegaskan, tidak ada pengurangan substansi atas perubahan judul RUU tersebut karena perubahan ini semata-mata untuk memudahkan aparat penegak hukum dalam menangani kasus kekerasan seksual (Safitri, 2021).

Namun, di sisi lain, Koalisi Masyarakat Sipil Anti Kekerasan Seksual (KOMPAKS) memiliki pandangan berbeda dalam menyikapi perubahan judul RUU PKS. KOMPAKS menilai perubahan judul RUU PKS adalah kemunduran bagi pemenuhan dan perlindungan hak-hak korban kekerasan seksual karena dibarengi dengan penghilang beberapa substansi dalam RUU PKS.

Dalam keterangan pers yang diterima *CNNIndonesia.com* (2021), KOMPAKS menyoroti empat ketentuan substantif yang hilang dan tidak tercantum dalam draf RUU TPKS. *Pertama*, tidak adanya pengaturan lebih lanjut tentang pemenuhan hak korban atas penanganan, perlindungan, dan pemulihan yang dapat menghilangkan jaminan pemenuhan hak korban selama proses peradilan pidana. *Kedua*, penghapusan sejumlah ketentuan di antaranya, ketentuan Tindak Pidana Perkosaan, Pemaksaan Perkawinan, Pemaksaan Pelacuran, Pemaksaan Aborsi, Penyiksaan Seksual. *Ketiga*, KOMPAKS juga menyoroti penghalusan definisi perkosaan menjadi pemaksaan hubungan seksual yang dianggap akan berdampak negatif pada pemaknaan masyarakat terhadap peristiwa tersebut. *Keempat*, kosongnya pengaturan Kekerasan Berbasis Gender Siber (ruang *online/daring*) atau disingkat KBGS dan kekosongan aturan untuk penanganan korban kekerasan seksual dengan disabilitas.

Momentum perubahan judul tersebut menjadi salah satu bagian dari jalan panjang RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) sebelum akhirnya disahkan oleh DPR RI menjadi Undang-undang. Baleid tersebut disahkan di dalam rapat paripurna DPR RI ke-19 masa persidangan IV tahun sidang 2021-2022, yang dipimpin oleh Ketua DPR RI, Puan Maharani.

Isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS yang menimbulkan pertentangan antara pihak-pihak yang masing-masing memiliki kepentingan terhadap produk legislasi ini menjadikan pemberitaan mengenai isu tersebut memiliki nilai berita yang tinggi. Media massa, terutama media *online* pun secara beramai-ramai melaporkan isu perubahan tersebut dan kembali meraih atensi publik.

Pemberitaan tentang perubahan RUU PKS menjadi RUU TPKS sangat diperlukan oleh masyarakat sebagai audiens media dan media *online* memiliki peran sentral dalam menyampaikan informasi tersebut secara luas dan cepat. Pemberitaan media *online* terhadap isu tersebut jelas menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat, bahkan bisa menjadi acuan bagi mereka dalam memahami dan membicarakan isu perubahan tersebut. Sejalan dengan pendapat Eriyanto (2012) bahwa media sebagai tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitarnya, termasuk di dalamnya tentang perubahan judul RUU PKS. Oleh karena itu, apa yang diketahui khalayak tentang isu tersebut dan bagaimana mereka menafsirkannya sering kali dipengaruhi oleh bagaimana media massa membingkai isu tersebut.

Peran dan keterlibatan media *online* dalam memberikan informasi mengenai perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS, dalam menyajikan berbagai klaim, argumen, dan pendapat baik dari pihak pro maupun kontra atas keputusan Baleg DPR RI ke dalam berita menjadi menarik untuk diteliti. Dengan menganalisis pembedaan media atas isu ini, dapat diketahui argumen-argumen apa yang lebih diberikan ruang oleh media, apakah praktik media tersebut telah

maksimal dalam memediasi beragam gagasan tentang perubahan judul RUU PKS, atau seberapa dalam media menggali informasi dan konteks isi perubahan RUU PKS, dan lebih lanjut apakah media telah memosisikan RUU PKS yang diubah menjadi RUU TPKS sebagai produk legislasi yang mendesak untuk disahkan.

Pemberitaan tentang RUU PKS khususnya perubahan judul RUU PKS itu tidak hanya perlu dibahas secara terus menerus, tetapi juga perlu diperhatikan bagaimana media dalam membingkai isu tersebut. Hal ini dikarenakan praktik media sedikit banyak akan mempengaruhi proses pembahasan dan pengesahan RUU tersebut hingga pada tahap pelaksanaannya di kemudian hari. Di sisi lain, bagaimana media mengarahkan isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS sebagai isu penting, menjembatani beragam gagasan dan sikap pihak-pihak terkait, atau mengedukasi audiensnya mengenai dampak perubahan judul tersebut, pada akhirnya akan membentuk opini publik tertentu atas isu ini.

Sejalan dengan pemaparan di atas, peneliti memilih untuk menganalisis pembingkaiian pada dua portal berita populer di Indonesia, yaitu CNNIndonesia.com dan Detik.com. Kedua media *online* ini dimiliki oleh pengusaha Chairul Tanjung di bawah bendera perusahaan yang sama, PT. Agranet Multicitra Siberkom. Meskipun bernaung dalam satu kepemilikan, kedua media *online* tersebut memiliki prinsip dan konsep tersendiri dalam menyajikan berita. Dalam perjalanannya, baik CNNIndonesia.com maupun Detik.com telah banyak meliput dan melaporkan peristiwa, tak terkecuali tentang Rancangan Undang-undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS) yang diubah menjadi Rancangan Undang-undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (RUU TPKS).

Setiap media memiliki konsepsi, pandangan, dan kebijakan tersendiri yang senantiasa dilibatkan dalam melakukan pembedaan (*framing*) terhadap pemberitaan mereka. Tak heran jika kemudian ditemukan satu isu yang sama tetapi dikonstruksi secara berbeda. Melalui penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana dua media *online* yang berbeda menyoroti satu isu yang sama, yaitu membahas isu perubahan RUU P-KS menjadi RUU TPKS

Hal yang telah dipaparkan di atas kemudian menjadi dasar dalam melakukan penelitian terhadap portal berita CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam melakukan *framing* pada pemberitaan perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, peneliti kemudian mencoba menjawab permasalahan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam membingkai isu perubahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS)?
2. Bagaimana perbedaan penonjolan/penekanan antara media *online* CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam memberitakan isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS)?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengungkapkan strategi pemberitaan CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam membingkai isu perubahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS).
- b. Untuk mengetahui perbedaan aspek yang cenderung ditonjolkan/ditekankan CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam memberitakan isu perubahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS).

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis berupa sumbangan pengetahuan bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama di bidang jurnalistik dan memberikan pengetahuan terkait dengan *framing media* dalam memberitakan suatu peristiwa.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi ilmiah bagi semua pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi media *online*, terkhusus CNNIndonesia.com dan Detik.com berupa strategi untuk membentuk persepsi publik melalui konstruksi pesan yang dilakukan dalam *framing* pemberitaan.

D. Kerangka Konseptual

Isu tentang perubahan judul Rancangan Undang-undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS) menjadi Rancangan Undang-undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (RUU TPKS) mulai mengemuka pada 30 Agustus 2021, setelah Badan Legislasi (Beleg) DPR RI menggelar rapat pleno penyusunan draf RUU PKS. Dalam rapat pleno inilah Baleg mengusulkan perubahan judul RUU PKS dengan mempresentasikan naskah baru berjudul RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS).

Baleg mengatakan, alasan utama perubahan kata “penghapusan” menjadi “tindak pidana” dilakukan karena mengambil pendekatan hukum bahwa kekerasan seksual merupakan Tindak Pidana Khusus (Nurita, 2021). Sabari Barus, anggota Tim Ahli Baleg, juga mengatakan kata “penghapusan” dalam judul RUU PKS terkesan abstrak, mutlak, dan memiliki arti hilang sama sekali. Penghapusan ini menurutnya mustahil tercapai di dunia.

Ada dua pandangan yang selanjutnya berkembang di seputar kasus ini. Ada yang menilai perubahan judul RUU PKS adalah kemunduran bagi pemenuhan dan perlindungan hak-hak korban kekerasan seksual karena dibarengi dengan penghilang beberapa substansi dalam RUU PKS. Di sisi lain, ada yang menilai tidak ada pengurangan substansi atas perubahan judul RUU tersebut karena perubahan

ini semata-mata untuk memudahkan aparat penegak hukum dalam menangani kasus kekerasan seksual.

Di sinilah media massa hadir untuk menjembatani pandangan, klaim, dan argumentasi-argumentasi tersebut di atas. Pihak-pihak yang berkepentingan, mulai dari kalangan pemerintah, lembaga masyarakat, hingga aktivis sosial, menggunakan media massa untuk menonjolkan argumentasi, penafsiran, dan konstruksi sosialnya terhadap isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU PKPS.

Pandangan pihak-pihak yang berkepentingan itu saling berpacu dalam isi berita yang diproduksi media. Media pun menjadi semacam "arena perang simbolik" (Eriyanto, 2015, hal. 231) antara pihak-pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya diterima atau didukung oleh publik. Ketika media memenangkan pandangan pihak tertentu dan cenderung menyajikannya secara dominan dalam pemberitaan, maka akan ada pandangan, klaim, dan penafsiran dari pihak lain yang luput dari pandangan publik.

CNNIndonesia.com adalah salah satu media *online* yang intensif memberitakan perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS. Pasca perubahan tersebut terdapat total 11 item berita yang dipublikasikan oleh CNNIndonesia.com. Media *online* lainnya yang turut memberitakan perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS adalah Detik.com. Media yang juga bagian dari grup Trans Media ini memberitakan perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS sebanyak 6 item berita.

Kedua media *online* tersebut memberitakan rangkaian perkembangan isu yang bersangkutan mulai dari rencana Baleg mengubah judul RUU PKS menjadi RUU TPKS, daftar perubahan pasal-pasal dan substansi dalam draf baru RUU TPKS, alasan Baleg mengubah judul dan menghilangkan pasal-pasal tertentu, pandangan pihak-pihak yang menginisiasi RUU PKS terhadap perubahan tersebut, hingga rekomendasi penyesuaian draf RUU TPKS terhadap kebutuhan korban kekerasan seksual.

Meskipun menyoroti satu isu yang sama, CNNIndonesia.com dan Detik.com jelas memiliki perbedaan perspektif dalam melihat perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS. Perbedaan perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil untuk diberitakan, sisi mana dari peristiwa yang akan ditonjolkan atau bahkan dihilangkan, aktor siapa yang akan difokuskan dalam pemberitaan, dan hendak di bawah ke mana berita tersebut. Menurut Sobur (2006, hal. 163) pengambilan keputusan dalam menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu itu tentu melibatkan nilai dan ideologi para jurnalis yang terlibat dalam proses produksi berita.

Karena perbedaan perspektif itu pula, tidak mengherankan jika kemudian satu isu atau peristiwa yang sama diberitakan secara berbeda oleh media yang berbeda dan *frame* yang terbangun dalam berita menjadi berbeda pula. Entman (1991, hal. 7) mengungkapkan bahwa *frame* berita sejatinya dibangun dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita. Karena itu, *frame* yang dibangun jurnalis dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra, dan gambar tertentu yang memberi makna tertentu dari teks berita. Kosa kata itu

ditekankan dalam teks sehingga menonjol dibandingkan bagian lain dalam teks. Proses itu dilakukan dengan pengulangan, penempatan yang mencolok, dan menghubungkan dengan bagian lain dalam teks berita sehingga lebih menonjol, lebih mudah dilihat, diingat, dan lebih mempengaruhi khalayak.

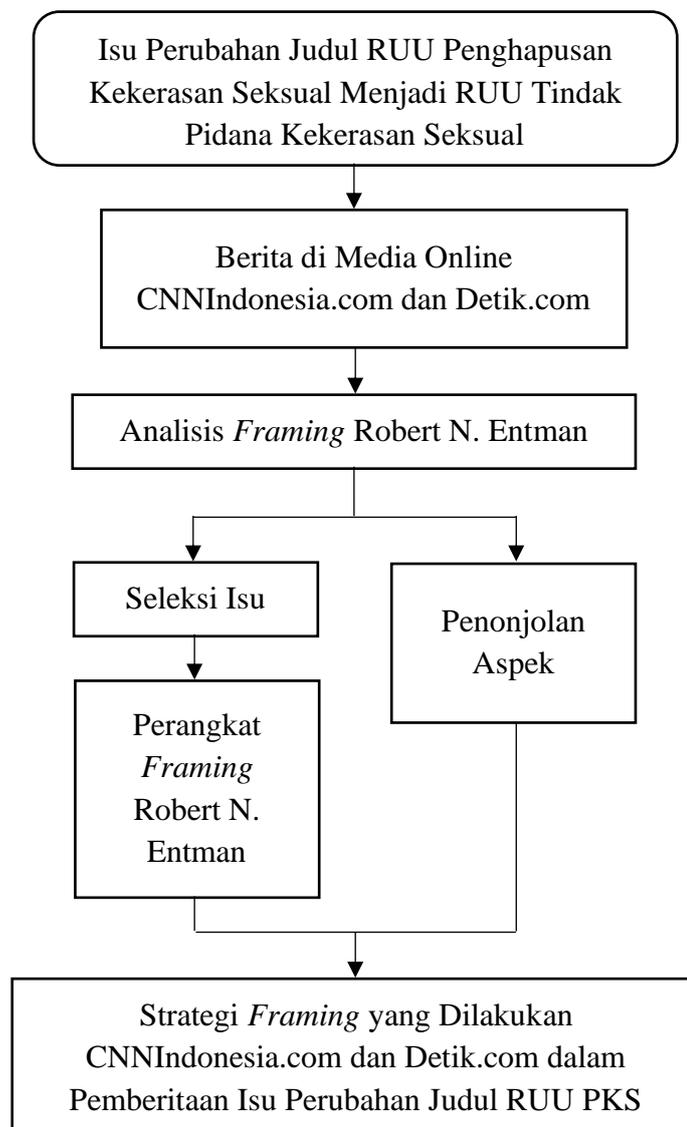
Dalam konteks perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS, untuk mengetahui bagaimana cara pandang atau perspektif yang digunakan jurnalis dalam menyeleksi dan menuliskan berita terkait isu tersebut, maka pendekatan yang dapat dipakai adalah melalui *framing*.

Entman (Eriyanto, 2015, 221) melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek. Dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lainnya, dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, seperti penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. (Eriyanto, 2015, hal 221).

Sementara proses seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta yang terkandung dalam isu atau peristiwa yang juga tidak dapat dilepaskan dari bagaimana fakta itu dipahami, dimaknai, dan didefinisikan oleh jurnalis sebelum disajikan dalam berita. Dalam menjalankan proses ini, Entman (Eriyanto, 2015, hal. 233) menyebut ada empat strategi yang sering dilakukan oleh media, yang membawa konsekuensi tertentu atas realitas yang dibentuk oleh media. Keempat strategi itu,

yakni: identifikasi masalah (*problem identification*), identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*), evaluasi moral (*make moral judgement*), dan rekomendasi penyelesaian masalah (*treatment recommendation*).

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, maka kerangka penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1.1. Kerangka Konseptual Penelitian

E. Definisi Operasional

1. Rancangan Undang-undang Penghapusan Kekerasan Seksual atau selanjutnya disingkat RUU PKS adalah rancangan undang-undang tentang hukum penghapusan kekerasan seksual di Indonesia yang disusun oleh Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) dan Forum Pengada Layanan sejak tahun 2014 hingga tahun 2016. Draf awal RUU P-KS per Oktober 2016 terdiri dari 16 bab dengan 184 pasal, kemudian per Januari 2017 diperbaharui menjadi 15 bab yang terdiri dari 152 pasal.
2. Rancangan Undang-undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual atau selanjutnya disingkat RUU TPKS adalah rancangan undang-undang hasil perubahan dari RUU PKS yang disusun oleh Tenaga Ahli Badan Legislatif (Baleg) DPR RI pada 30 Agustus 2021. Draf awal RUU TPKS per 30 Agustus 2021 terdiri atas 11 bab dengan 43 pasal, kemudian per November 2021 diperbaharui menjadi 12 bab yang terdiri dari 75 pasal.
3. Berita adalah produk utama jurnalistik, berupa teks yang menerangkan suatu isu atau peristiwa tertentu, baik dilengkapi gambar atau grafis, dan dipublikasikan oleh media daring dalam hal ini CNNIndonesia.com dan Detik.com. Berita tentang perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS dalam penelitian ini adalah berita yang dipublikasikan pasca diubahnya judul RUU PKS dalam rapat pleno penyusunan draf RUU P-KS yang digelar oleh Badan Legislasi DPR RI pada 30 Agustus 2021.

4. Media *online* atau dikenal dengan istilah media daring (dalam jaringan) adalah media berbasis web yang memungkinkan adanya proses produksi sekaligus distribusi informasi melalui jaringan internet.
5. CNNIndonesia.com adalah media *online* yang mengedepankan keakuratan informasi dan keberagaman sudut pandang dalam pemberitaannya kepada khalayak, termasuk berita tentang perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS.
6. Detik.com adalah media *online* yang mengutamakan kecepatan dan tingginya jumlah produksi berita untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi, termasuk berita tentang perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS.
7. Analisis *framing* adalah metode penelitian untuk menganalisis pembingkaihan media terhadap realitas (berupa peristiwa, fenomena, relasi antar individu atau kelompok, dan lain-lain) yang diberi makna, dikonstruksi dengan metode tertentu, dan menghasilkan pesan-pesan tertentu ke dalam teks-teks berita untuk ditampilkan kepada khalayak.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 6 (enam) bulan, terhitung dimulai pada Juni hingga November 2022. Objek penelitian merupakan berita yang dipublikasikan oleh media *online* CNNIndonesia.com dan Detik.com mengenai isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS).

CNNIndonesia.com dan Detik.com dipilih dikarenakan merupakan dua media *online* yang menduduki sepuluh peringkat tertinggi menurut SimiliarWeb 2021. CNNIndonesia.com menduduki peringkat ke-8 dalam kategori *Top Website Ranking For News and Media in Indonesia* dengan peringkat situs web ke-27 menurut SimiliarWeb (2021). Hal tersebut diukur dengan melihat *monthly visitor* (pengunjung bulanan) rata-rata sebanyak 3.6 juta pengunjung dan *monthly unique visitor* (pengunjung unik bulanan) sebanyak 1.7 juta pengunjung. Durasi kunjungan untuk situs web *cnnindonesia.com* mencapai 8 menit 24 detik dengan kunjungan halaman sebanyak 3.00 halaman per kunjungan. Data yang disajikan oleh SimiliarWeb merupakan data hasil dari analisis *traffic* untuk *cnnindonesia.com* dalam waktu tiga bulan, terhitung dari Oktober hingga Desember 2021. Artinya, total kunjungan situs web *cnnindonesia.com* mencapai 10.78 juta pengunjung.

Sementara itu, Detik.com berada di peringkat ke-2 dalam kategori *Top Website Ranking For News and Media in Indonesia* dengan peringkat situs web ke-9 menurut SimiliarWeb (2021). Detik.com memiliki *monthly visitor* (pengunjung bulanan) rata-rata sebanyak 15.7 juta pengunjung dan *monthly unique visitor* (pengunjung unik bulanan) sebanyak 3 juta pengunjung. Durasi kunjungan untuk situs web *detik.com* mencapai 24 menit 5 detik dengan kunjungan halaman sebanyak 6.10 halaman per kunjungan. Data yang disajikan oleh SimiliarWeb merupakan data hasil dari analisis *traffic* untuk *detik.com* dalam waktu tiga bulan, terhitung dari Oktober hingga Desember

2021. Artinya, total kunjungan situs web *detik.com* selama periode tersebut mencapai 47.03 juta pengunjung.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Kriyantono (2016, hal. 69) mengemukakan tujuan penelitian jenis deskriptif adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu. Dengan menggunakan penelitian jenis deskriptif, diharapkan peneliti mampu mencapai tujuan penelitian yang telah ditentukan sekaligus menjawab rumusan masalah penelitian.

Penelitian ini juga dipadukan dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan prinsip epistemologinya, pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang melibatkan interaksi subjektif antara peneliti dengan situasi yang diteliti demi menghasilkan pemahaman tentang suatu realitas (Kriyantono, 2016). Menurut Mulyana (2007, hal. 4), pendekatan kualitatif memandang realitas sebagai produk konstruksi secara sosial, yang berdasarkan pada kesepakatan bersama. Hasil konstruksi tersebut juga dipengaruhi sifat hubungan antara peneliti dengan yang diteliti, serta kendala-kendala situasional di antara keduanya. Mulyana (2007, hal. 4) juga menyebutkan salah satu karakteristik pendekatan kualitatif adalah bersifat interpretatif (menggunakan banyak penafsiran), pendekatan ini melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (holistik) mengenai fenomena yang ia teliti.

Untuk dapat mendukung penelitian ini, paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradigma konstruksionis. Peter L. Berger sebagaimana dikutip Eriyanto (2015) mengemukakan bahwa paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil konstruksi. Begitu pula dengan pemberitaan tentang isu atau peristiwa tertentu. Pemberitaan tersebut tidak begitu saja langsung ditampilkan ke hadapan khalayak. Media terlebih dahulu melakukan proses konstruksi yang terdiri dari proses seleksi isu dan upaya penonjolan aspek tertentu sehingga makna dari pemberitaan tersebut lebih mudah ditanamkan ke dalam benak khalayak. Para ahli menyebut proses tersebut dengan istilah *media-framing*. Dengan menggunakan paradigma konstruksionis, peneliti akan melihat bagaimana media *online* CNNIndonesia.com dan Detik.com mengembangkan pemberitaannya berdasarkan cara memahami dan memaknai isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS). Selanjutnya, peneliti akan menganalisis bagaimana isu perubahan tersebut dikonstruksi oleh media yang bersangkutan dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Kriyantono (2006, hal. 95) mendefinisikan teknik pengumpulan data sebagai cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun dalam penelitian ini, jenis data yang akan digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan penjabaran sebagai berikut:

a. Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi yang bertujuan untuk menggali data-data secara sistematis dan teoritis. Data primer yang dikumpulkan adalah berita mengenai isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) di media *online* CNNIndonesia.com dan Detik.com selama periode 30 Agustus hingga 10 September 2021.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui literatur terkait, berupa buku, jurnal, dokumen, dan penelitian-penelitian yang relevan, termasuk yang ditemukan melalui internet yang bisa dijadikan sebagai bahan acuan untuk menunjang penelitian ini.

4. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini merupakan keseluruhan berita mengenai isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) yang dipublikasikan oleh CNNIndonesia.com dan Detik.com selama periode 30 Agustus hingga 10 September 2021. Tanggal 30 Agustus 2021 dipilih karena merupakan tanggal diubahnya judul RUU PKS menjadi RUU TPKS dalam rapat pleno penyusunan draf RUU PKS yang digelar oleh Badan Legislasi DPR RI. Sementara itu, pembatasan tanggal 10 September 2021 dipilih untuk melihat bagaimana

selanjutnya media akan mengembangkan pemberitaannya pasca perubahan tersebut.

Berita dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode pencarian Google dengan memasukkan kata kunci “Perubahan Judul RUU PKS Site:CNNIndonesia.com/Detik.com”. Untuk memastikan tidak ada item berita yang terlewat, dilakukan pula pencarian berita secara langsung di situs web *cnnindonesia.com* dan *detik.com* dengan menggunakan kata kunci “Perubahan RUU PKS”. Pencarian berita dimulai pada 10-26 Oktober 2021. Dari pencarian tersebut ditemukan 11 (sebelas) item berita dari portal berita CNNIndonesia.com dan 6 (enam) item berita dari portal berita Detik.com. Dengan demikian, total berita yang dikumpulkan dalam penelitian ini sejumlah 17 berita yang dianggap memenuhi kriteria, yaitu: berita yang dipublikasikan dalam periode 30 Agustus hingga 10 September 2021 dan berita yang membahas isu tentang perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS.

Adapun keseluruhan dari berita yang telah dikumpulkan melalui proses dokumentasi tersebut dicantumkan dalam Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.1. Item Berita CNNIndonesia.com

No	Judul Berita	Tautan	Tanggal Publikasi
1	“RUU PKS Diusulkan Ganti Nama Tanpa Kata Penghapusan”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210831001456-32-687554/ruu-pks-diusulkan-ganti-nama-tanpa-kata-penghapusan	31 Agustus 2021
2	“KOMPAKS: RUU PKS Ganti Nama	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210903131110-32-689315/kompaks-	3 September 2021

	Jadi TPKS, 85 Pasal Hilang”	ruu-pks-ganti-nama-jadi-tpks-85-pasal-hilang	
3	“DPR Ungkap Alasan Hapus 5 Jenis Kekerasan Seksual di RUU PKS”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210906161857-12-690458/dpr-ungkap-alasan-hapus-5-jenis-kekerasan-seksual-di-ruu-pks	7 September 2021
4	“Beda Definisi Kekerasan Seksual di RUU PKS dan RUU TPKS”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210907070311-32-690612/beda-definisi-kekerasan-seksual-di-ruu-pks-dan-ruu-tpks	7 September 2021
5	“Daftar Pasal RUU PKS yang Hilang Usai Diubah Jadi RUU TPKS”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210907122706-32-690823/daftar-pasal-ruu-pks-yang-hilang-usai-diubah-jadi-ruu-tpks	7 September 2021
6	“DPR Didesak Jelaskan Aturan Rinci Soal Kekerasan Seksual”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210907202833-32-691097/dpr-didesak-jelaskan-aturan-rinci-soal-kekerasan-seksual	8 September 2021
7	“YLBHI Soroti DPR Hapus Kekerasan Seksual di RUU PKS”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210907163038-20-690985/ylbhi-soroti-dpr-hapus-5-kekerasan-seksual-di-ruu-tpks	8 September 2021
8	“RUU PKS Ganti Judul, Hak Korban Dinilai Dikesampingkan”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210907140113-12-690861/ruu-pks-ganti-judul-hak-korban-dinilai-dikesampingkan	8 September 2021
9	“RUU PKS Diganti, Definisi Pemeriksaan Menjadi Samar”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210908154055-32-691525/ruu-pks-diganti-definisi-pemeriksaan-dinilai-jadi-samar	9 September 2021
10	“Komnas Perempuan Minta 6 Penyempurnaan	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210910190356-32-692712/komnas-perempuan-minta-6-penyempurnaan	10 September 2021

	RUU TPKS Ke Baleg RI”	penyempurnaan-ruu-tpks-ke-baleg-dpr	
11	“DPR Klaim RUU TPKS Mudahkan Aparat Usut Kekerasan Seksual”	https://www.cnnindonesia.com/nasional/202109091002552-32-691851/dpr-klaim-ruu-tpks-mudahkan-aparat-usut-kekerasan-seksual	10 September 2021

Sumber: hasil olah data penelitian

Tabel 1.2. Item Berita Detik.com

No	Judul Berita	Tautan	Tanggal Publikasi
1	“Judul RUU PKS Diganti, Draf Baru Hanya Akui 4 Jenis Kekerasan Seksual”	https://news.detik.com/berita/d-5708477/judul-ruu-pks-diganti-draf-baru-hanya-akui-4-jenis-kekerasan-seksual	3 September 2021
2	“RUU PKS : Judul Diganti, ‘Perkosaan’ Jadi ‘Pemaksaan Hubungan Seksual’”	https://news.detik.com/berita/d-5708303/ruu-pks-judul-diganti-perkosaan-jadi-pemaksaan-hubungan-seksual	3 September 2021
3	“Kecaman Dimana-mana Saat RUU PKS Salin Rupa”	https://news.detik.com/berita/d-5709226/kecaman-dimana-mana-saat-ruu-pks-salin-rupa	3 September 2021
4	“Ketua Panja Jelaskan Alasan RUU PKS Tak Kunjung Tuntas tapi Malah Ganti Nama”	https://news.detik.com/berita/d-5713014/ketua-panja-jelaskan-alasan-ruu-pks-tak-kunjung-tuntas-tapi-malah-ganti-nama	7 September 2021
5	“Alasan Baleg Ubah Nama RUU Penghapusan Kekerasan Seksual: Biar Membumi”	https://news.detik.com/berita/d-5716006/alasan-baleg-ubah-nama-ruu-penghapusan-kekerasan-seksual-biar-membumi	9 September 2021
6	“Komnas Perempuan Dukung Judul RUU PKS Diganti, Ini Alasannya”	https://news.detik.com/berita/d-5717696/komnas-perempuan-dukung-judul-ruu-pks-diganti-ini-alasannya	10 September 2021

Sumber: hasil olah data penelitian

5. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis teks media, salah satu teknik analisis data yang dapat digunakan adalah metode analisis *framing*. Sobur (2004) mengungkapkan, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengonstruksi pesan. Awalnya, analisis *framing* sering digunakan untuk melihat *frame* (bingkai berita) dalam surat kabar. Seiring dengan perkembangan media baru, analisis *framing* juga banyak digunakan untuk melihat bagaimana media berbasis daring mengonstruksi suatu isu menjadi sebuah kenyataan sosial melalui bingkai-bingkai pesan yang dibentuk.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis *framing* yang diformulasikan oleh Robert N. Entman untuk mengetahui bagaimana strategi pembingkaiian CNNIndonesia.com dan Detik.com dalam isu perubahan judul RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (PKS) menjadi RUU Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) selama periode 30 Agustus hingga 10 September 2021 dan membingkainya dalam teks berita.

Pembingkaiian media dalam berita, menurut Entman (1993) menjadi penentu arah bagi audiens media dalam memperhatikan, memahami, dan mengingat suatu isu atau peristiwa bahkan mempengaruhi mereka untuk mengevaluasi dan menindaklanjuti isu atau peristiwa tersebut. Maka dari itu, bagi Entman, menganalisis metode pembingkaiian media menjadi penting untuk dilakukan karena bingkai-bingkai pesan dalam teks berita memiliki pengaruh nyata pada kognisi audiens, meskipun tidak mungkin memiliki efek universal.

Selanjutnya, bingkai-bingkai dalam teks berita yang telah didokumentasikan dalam penelitian ini dapat diselidiki melalui dua dimensi *framing* yang dikemukakan Entman, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek. Dalam menonjolkan aspek dari suatu isu, media menggunakan berbagai strategi wacana, seperti penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemilihan kata, pemakaian grafis dan sebagainya. Sementara itu, seleksi isu dapat dibedah menggunakan perangkat *framing* yang dikemukakan oleh Entman (1993), yaitu: *define problems* (pendefinisian masalah), *casual interpretation* (interpretasi terhadap penyebab masalah), *make moral judgement* (evaluasi moral pada masalah), dan *treatment recommendation* (rekomendasi yang ditawarkan terhadap/untuk menyelesaikan masalah).

Di dalam setiap berita tersebut, bisa jadi terdapat salah satu atau bahkan keseluruhan perangkat *framing* Entman. Dengan menggunakan perangkat *framing* Entman, bisa diketahui bagaimana isu atau peristiwa yang sama bisa dimaknai secara berbeda oleh media. Pemahaman dan pemaknaan yang berbeda tersebut bisa ditandai dari pemakaian label, kata, kalimat, grafis, dan penekanan tertentu dalam narasi berita.

Tabel 1.3. Perangkat Analisis *Framing* Entman

No	Tahapan	Deskripsi
1	<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
2	<i>Casual Interpretation</i> (Interpretasi terhadap Penyebab Masalah)	Isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab? Siapa aktor yang dianggap sebagai

		penyebab perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS?
3	<i>Make Moral Judgement</i> (Evaluasi Moral terhadap Masalah)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi suatu tindakan?
4	<i>Treatment Recommendation</i> (Rekomendasi yang ditawarkan terhadap/untuk menyelesaikan masalah)	Penyelesaian apa yang ditawarkan media untuk mengatasi masalah isu perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi perubahan judul RUU PKS menjadi RUU TPKS?

Sumber: hasil olah data penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa dan Media Massa

Harold D. Lasswell, seorang ahli Ilmu Politik berkebangsaan Amerika Serikat, menggagas suatu konsep sederhana untuk membantu sarjana Ilmu Komunikasi dalam memahami istilah komunikasi itu sendiri. Menurut pandangan Lasswell, untuk memahami komunikasi dan proses-proses yang berlangsung di dalamnya, seseorang perlu mengidentifikasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. *Who* (siapa)?
2. *Says what* (mengatakan apa)?
3. *Through which channel* (melalui saluran mana)?
4. *To whom* (kepada siapa)?
5. *With what effect* (dengan efek seperti apa)?

Pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan di atas pada akhirnya mengacu pada unsur-unsur dasar yang senantiasa dilibatkan dalam setiap proses komunikasi, yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dari komunikasi yang terjalin. Konsep komunikasi yang digagas oleh Lasswell sebenarnya relevan jika diterapkan dalam mendeskripsikan komunikasi massa.

Suprpto (2006) berpendapat, unsur-unsur yang tercakup dalam suatu bentuk komunikasi, termasuk komunikasi massa dapat dibedah untuk mengetahui ciri-ciri atau karakteristik dari bentuk komunikasi tersebut sehingga akan lebih

mudah untuk dipahami. Untuk memahami lebih jauh mengenai komunikasi massa, Suprpto (2006) mengidentifikasi karakter komunikasi massa berikut:

1. Sifat komunikator, karena media massa merupakan lembaga organisasi, maka komunikator dalam komunikasi massa, seperti wartawan, sutradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan. Media massa merupakan organisasi yang rumit, pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil kerja kolektif.
2. Sifat pesan. Pesan yang disampaikan melalui media massa adalah bersifat umum (publik). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk kelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal tentang segala hal, dan dari berbagai tempat di seluruh dunia. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (*transient*), yaitu hanya untuk sajian seketika saja.
3. Sifat media massa, yaitu serempak dan cepat. Serempak (*simultanety*) berarti bahwa keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang amat besar jumlahnya. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak secara serempak dapat menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu, sifat dari media massa adalah cepat (*rapid*), yang berarti memungkinkan pesan yang disampaikan pada banyak orang dalam waktu yang cepat.
4. Sifat komunikan, yaitu komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Jumlah besar yang

dimaksud hanya dalam periode waktu yang singkat saja dan tidak dapat diukur beberapa total jumlahnya. Bersifat heterogen artinya khalayak berasal dari latar belakang dan pendidikan, usia, suku, agama, pekerjaan. Faktor yang menyatukan khalayak yang heterogen ini adalah minat dan kepentingan yang sama. Anonim berarti bahwa komunikator tidak mengenal siapa khalayaknya, apa pekerjaannya, berapa usianya, dan lain sebagainya.

Lalu bagaimana dengan efek komunikasi massa? Efek komunikasi massa sejatinya dapat ditinjau dari perubahan-perubahan yang dialami komunikan (audiens media massa) sebagai pihak yang menerima terpaan informasi. Perubahan-perubahan tersebut terbentuk dan dapat diamati dari (tiga) tingkatan efek berikut:

1. Efek kognitif (*cognitive effect*) timbul pada diri khalayak yang sifatnya informatif bagi dirinya sehingga terdapat perubahan pada yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif (*affective effect*) timbul dan dapat diamati apabila ada perubahan pada yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati meliputi tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku yang dilakukan setelah terjadinya efek kognitif dan efek afektif terhadap khalayak.

Media Massa

Dalam bentuk yang paling sederhana, komunikasi massa menurut Bittner (Ardianto, 2014) didefinisikan sebagai proses mengkomunikasikan pesan melalui

media massa kepada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi massa harus atau pasti menggunakan media massa. Sejalan dengan pendapat Bittner, Praktio (Siragih, 2018, hal. 82) mengatakan bahwa media merupakan sarana melakukan komunikasi, sehingga komunikasi massa tidak terlepas dari media massa. Media massa di sini digunakan untuk menunjukkan penerapan suatu alat teknis (media) yang menyalurkan atau merupakan wadah komunikasi massa.

Menurut Muhtadi (Saragih, 2018, hal. 82) menyebutkan setidaknya ada lima hal yang menunjukkan sifat dari media massa, yaitu:

1. Komunikasinya bersifat melembaga
2. Berlangsung satu arah
3. Meluas dan serempak
4. Menggunakan peralatan teknis atau mekanis
5. Terbuka

Definisi lain mengenai media massa juga pernah dibuat oleh Siragih (2018, hal. 81). Siragih mengatakan bahwa media massa merupakan sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktifitas jurnalistik. Siragih berpendapat, publik menggunakan istilah media massa dalam mereferensi tempat dipublikasinkannya suatu berita. Sehingga setiap berita dalam jurnalistik bisa menjadi tidak bermakana tanpa mendapat dukungan atau dipublikasikan melalui media. Jadi, menurut Siragih media massa merupakan tempat untuk menyampaikan berita sebagai bacaan bagi masyarakat atau publik.

Sementara itu, Burgin (Habibie, 2018, hal. 79) mengartikan media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak. Lalu dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

Dari definisi-definisi media massa yang dijabarkan sebelumnya, tersirat fungsi dari media massa itu sendiri. Secara lebih jauh McQuail (2005, hal. 97-98) menyebutkan beberapa fungsi media massa dari sisi sosial, yaitu:

1. Fungsi informasi, berupa:
 - a. Memberikan informasi mengenai peristiwa dan kondisi di masyarakat dan dunia
 - b. Menunjukkan relasi kuasa
 - c. Memfasilitasi inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
2. Fungsi korelasi, berupa:
 - a. Menjelaskan, menafsirkan, dan mengomentari makna peristiwa dan informasi.
 - b. Memberikan dukungan untuk otoritas dan norma yang telah ditetapkan.
 - c. Bersosialisasi.
 - d. Mengoordinasikan kegiatan yang terpisah.
 - e. Membangun konsensus.
 - f. Menetapkan urutan prioritas dan menandakan status relatif.
3. Fungsi keberlanjutan, berupa:

- a. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui subkultur dan perkembangan budaya baru.
- b. Menempa dan memelihara nilai bersama
4. Fungsi hiburan, berupa:
 - a. Memberikan hiburan, pengalihan, dan sebagai sarana relaksasi.
 - b. Mengurangi ketegangan sosial.
5. Fungsi mobilisasi berupa berkampanye untuk tujuan politik, perang, pengembangan ekonomi, pekerjaan, dan agama.

Adapun Avery dan Sanford (Siragih, 2018, 82) menguraikan tiga fungsi dan kewajiban yang semestinya dijalankan oleh media massa secara umum, yaitu sebagai berikut:

1. *The surveillance of the environment*, artinya mengamati lingkungan.
2. *The correlation of the part of society in responding to the environment*, artinya mengadakan korelasi antar informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, artinya menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

B. Media Baru dan Konvergensinya

Perkembangan dan pembangunan infrastruktur teknologi komunikasi terjadi secara cepat dan menciptakan suatu media baru. Istilah media baru (*new media*) mulai diperbincangkan sejak akhir tahun 1980-an untuk menjelaskan perubahan signifikan dalam pola produksi, distribusi, dan konsumsi informasi yang

ditunjang oleh perangkat-perangkat teknologi terutama internet. Internet di sini tidak dimiliki, dikendalikan, atau diatur oleh pihak mana pun. Internet hanyalah sebuah jaringan komputer yang saling berhubung secara internasional dan beroperasi sesuai dengan protokol yang disepakati.

Internet sebagai bagian dari media baru memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan media konvensional seperti surat kabar, majalah, film, radio, ataupun televisi. Livingstone (McQuail, 2005, hal. 138) mengungkapkan internet memiliki kemampuan untuk mengombinasikan sifat interaktifitasnya dengan fitur-fitur inovatif untuk keperluan komunikasi massa sehingga internet mampu menciptakan konten yang tak terbatas, menjangkau audiens secara luas, dan memungkinkan komunikasi terjadi secara global. Kondisi ini menurut Flew (Chebii & Were, 2014, hal. 2) telah mengarah pada pembentukan komunitas virtual yang melampaui batas-batas geografis sekaligus menghilangkan pembatasan sosial. Lebih lanjut, Cairncross (Chebii & Were, 2014, hal. 2) menyebut kondisi ini dengan *death of distance* (atau matinya jarak) karena media baru secara radikal memutuskan hubungan antara tempat fisik dan tempat sosial, membuat lokasi fisik menjadi kurang penting bagi hubungan sosial.

Selanjutnya, untuk lebih memahami perbedaan media baru dengan media konvensional, McQuail (2005, hal. 142-143) membagi media baru ke dalam empat kategori berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteksnya, yaitu sebagai berikut:

1. *Interpersonal Communication Media* (Media Komunikasi Interpersonal) yang terdiri dari telepon, *handphone* (berkembang menjadi *smartphone/gadget*), dan

e-mail. Di era digital ini, aplikasi *chatting* seperti WhatsApp, Telegram, dan fitur *direct message* beberapa *platform* media sosial juga bisa dimasukkan dalam kategori ini.

2. *Interactive Play Media* (Media Bermain Interaktif) seperti *video game* atau *game mobile* dan permainan lain yang bisa dimainkan dengan komputer, laptop, dan *gatget* yang terhubung dengan internet.
3. *Information Search Media* (Media Pencarian Informasi) yang lebih mengacu pada internet atau *world wide web (www)* yang dianggap sebagai sumber data dengan ukuran, aktualitas, dan aksesibilitas yang belum pernah ada. Contohnya mesin pencari Google dan Yahoo, portal berita *online*, *platform* media sosial (terutama Instagram, Facebook, dan Twitter), atau YouTube.
4. *Collective Participatory Media* (Media Partisipasi Kolektif) yang mengacu pada penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, dan pengalaman. Contohnya penggunaan media sosial, salah satunya Quora. Di sini yang dilihat tidak semata-mata tentang alat, tetapi juga dapat menimbulkan afeksi dan perasaan emosional.

Keberadaan media baru telah melembaga dalam masyarakat kita. Sifatnya yang ada di mana-mana membuat media baru lebih mudah diterima sebagai perangkat komunikasi personal dalam masyarakat. Media baru telah mengubah bagaimana individu menggunakan media, terutama dalam metode pertukaran informasi dan perilaku konsumsi. Sejalan dengan itu, Ganley (dalam Kurnia, 2005, hal. 294) secara tegas mengatakan bahwa media baru memungkinkan individu memainkan peranan yang lebih aktif sebagai warga negara sekaligus sebagai

konsumen karena media baru telah meningkatkan akses warga negara biasa menjadi lebih terinformasi secara politis yang memungkinkan peningkatan demokrasi.

Perkembangan media baru selanjutnya menekan pihak-pihak berkepentingan (seperti pemerintah, perusahaan, praktisi, hingga masyarakat) untuk memahami internet dan menggunakannya sesuai dengan tujuan khusus mereka. Dalam ruang lingkup perusahaan media, perkembangan media baru dan internet telah merombak media dari bentuk sarana jamak (*multiplatform*) menjadi sebuah sarana tunggal yang dimungkinkan oleh digitalisasi. Satu hal yang kemudian tidak dapat dihindari adalah terjadinya konvergensi. Tapsell (2015) memandang konvergensi sebagai proses perusahaan media yang sebelumnya terspesialisasi dalam satu platform (seperti cetak, radio, televisi, atau *online*) menjadi dan membentuk konglomerat media *multiplatform* yang lebih besar.

Tidak ada definisi pasti tentang konvergensi media karena setiap ahli mendefinisikannya dengan cara yang berbeda-beda. Namun, kita dapat memahami konvergensi media melalui proses konvergensi yang pernah dipetakan oleh Jankins (Mello, 2009, hal. 878) ke dalam lima tahapan yang mencakup: *Pertama*, konvergensi teknologi, di mana berbagai bentuk media menemukan jalannya ke format digital. *Kedua*, konvergensi ekonomi yang ditonjolkan oleh integrasi vertikal dan horizontal antar perusahaan media. *Ketiga*, konvergensi sosial, untuk memahami “apa yang terjadi di dalam kepala seorang pengguna” saat ia belajar navigasi teknologi dan informasi baru. *Keempat*, konvergensi budaya yang muncul sebagai bentuk baru cara bercerita yang berkembang dari persimpangan berbagai media. *Kelima* dan terakhir, konvergensi global yang terjadi karena adanya

perbenturan budaya media yang menciptakan pengertian baru “*global village*” oleh McLuhan.

Sementara itu, dalam pemahaman yang sederhana, konvergensi media dapat dipahami sebagai suatu proses di mana percakapan, hiburan, berita, dan media lainnya disatukan dan disampaikan secara elektronik (Mello, 2009, hal. 878). Dalam konvergensi, konten diproduksi dengan komputer, lalu didistribusikan dan dikonsumsi dalam bentuk digital (Mello, 2009, hal. 878). Sebagai contoh, konvergensi memungkinkan audiens untuk menonton episode terbaru anime *Attack on Titan* melalui aplikasi Netflix atau IQIYI yang terinstal di *smartphone* atau laptop pribadi mereka yang terhubung ke internet. Bisa dikatakan, konvergensi media telah mengubah dua aspek utama media, yaitu bagaimana media beroperasi (secara rasional) dan bagaimana konsumen media mengakses konten (Nugroho, Siregar, & Laksmi, 2012, hal. 116).

Lim (Nugroho, Siregar, & Laksmi, 2012, hal. 111) berpendapat, konvergensi media pada akhirnya mendorong media itu sendiri pada proses demokratisasi yang sejatinya menjadi ladang subur bagi tumbuhnya korporatisasi dalam industri media. Hal ini saling berkesinambungan dengan kondisi masyarakat di tengah siklus informasi yang berputar semakin cepat. Diketahui bahwa sejauh ini masyarakat dengan beragam kelas sosialnya telah berada dalam tataran “masyarakat informasi”. Term tersebut digunakan untuk menggambarkan suatu kondisi masyarakat yang meletakkan informasi sebagai kebutuhan mutlak. Informasi di sini dipandang sebagai komoditas yang bernilai ekonomis dan bermakna strategis (Kurnia, 2005).

C. Jurnalisme *Online*

John V. Pavlik, seorang akademisi dan penulis dari Rutgers University menerangkan ruang lingkup jurnalisme dengan cermat. Menurutnya, jurnalisme mengacu pada proses pengumpulan atau pelaporan informasi terkini atau berita dari berbagai sumber, seperti mewawancarai orang, membaca atau meninjau dokumen, dan melakukan pengamatan langsung terhadap peristiwa, tempat, atau manusia. Proses lebih lanjut juga mencakup kegiatan mengedit dan memeriksa fakta dari informasi atau berita tersebut sebelum mendistribusikannya melalui kerja penyiaran atau penerbitan, baik disajikan dalam bentuk cerita, ataupun menafsirkan fakta tersebut melalui analisis atau opini (Pavlik, 2009, hal. 643).

Bagaimana pun, kehadiran internet sebagai bagian yang terpisahkan dengan media baru secara berangsur-angsur mengubah dan membentuk wajah jurnalisme hari ini. Menurut Mark Deuze (1999, hal. 373), untuk memahami lebih jauh bagaimana cara internet mengubah jurnalisme, ada tiga poin utama yang perlu dilihat. *Pertama* adalah internet berpotensi membuat peran jurnalis sebagai kekuatan perantara dalam demokrasi yang menjadi berlebihan. *Kedua*, internet menawarkan beragam sumber daya kepada para profesional media dan kemungkinan teknologi tak terbatas untuk bekerja dengannya. *Ketiga*, internet menciptakan jenis jurnalismenya sendiri, yang disebut jurnalisme digital atau lebih tepatnya jurnalisme *online*.

Adanya jurnalisme *online* kemudian mendorong banyak peneliti untuk mempelajari jenis jurnalisme baru tersebut. Setiap peneliti mengembangkan definisi jurnalisme *online* secara berbeda-beda. Sejauh ini, karena jurnalisme *online*

merupakan produk internet maka pendefinisianya senantiasa mengandung dimensi teknologi. Jurnalisme *online* dianggap telah mengaburkan batas-batas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Irawan (Suciwati dan Puspita, 2018, hal. 28) mengatakan ”perkawinan” antara jurnalisme konvensional dan teknologi komunikasi, dalam hal ini internet, yang ditetapkan oleh standar *word wide web (www)*, sebagai jurnalisme *online*. Sehingga, jurnalisme *online* menurutnya merupakan proses pelaporan dan penyampaian informasi atau fakta yang didistribusikan melalui internet.

Para peneliti juga mengamati karakteristik jurnalisme *online* untuk membedakannya dengan jurnalisme konvensional. Deuze (2003) mengklasifikasikan karakteristik jurnalisme *online* dalam tiga kata kunci utama, yaitu:

1. *Interactivity* (interaktivitas) yang mengacu pada adanya keterbukaan partisipasi audiens untuk menanggapi, berinteraksi, atau menyesuaikan setiap berita atau konten lain yang dipublikasikan,
2. *Hypertextuality* (hipertekstualitas) mengacu pada cara yang digunakan jurnalis untuk menghubungkan berita ke berita atau konten lain yang sejenis melalui penyediaan *hyperlink* (rujukan berita),
3. *Multimediality* (multimedia) yang mengacu pada bagaimana menggunakan seluruh teknologi yang dimiliki untuk memproduksi berita dalam berbagai format, seperti menyatukan gambar, video, audio, animasi, desain grafis, dan teks dalam suatu berita yang dipublikasikan secara *online*.

Sementara itu, Foust dalam Muliawanti (Suciwati dan Puspita, 2018, hal. 24) menguraikan tujuh kekuatan jurnalisme *online* sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Audiens leluasa dalam memilih berita (*audience control*)
2. Setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (*nonlienarity*)
3. Berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (*storage and retrieval*)
4. Jumlah berita yang disampaikan menjadi lebih lengkap (*unlimited space*)
5. Informasi dapat disimpan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*)
6. Redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar animasi, foto, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*capability*)
7. Memungkinkan adanya interaksi (*interctivity*)

Perubahan terhadap jurnalisme yang didorong oleh kemajuan teknologi turut memberikan pengaruh radikal pada perkembangan jurnalisme di Indonesia. Suciwati dan Puspita (2018, hal. 28) dalam pengamatannya terhadap jurnalisme *online* di Indonesia, mengkategorikan tiga fase perkembangan jenis jurnalisme baru tersebut.

Fase awal disebut juga fase memindahkan berita pada media cetak ke situs berita. Fase ini dimulai pada tahun 1995 oleh Republika.co.id yang menyajikan berita melalui internet pada Agustus 1995, lalu disusul Kompas.com pada

September 1995. Kala itu, jurnalisme online di Indonesia belum mengenal pelaporan dan penyampaian berita secara *real time*.

Selanjutnya adalah fase pelaporan yang mengejar kecepatan. Fase ini berlangsung pada tahun 1998 atau bertepatan dengan era reformasi Indonesia. Fase ini dimulai ketika Detik.com mulai melakukan pelaporan dan penyajian berita secara *real time* dan *up to date*. Karakteristik *real time* dan *up to date* artinya berita disajikan dengan segera dan dekat dengan waktu kejadian. Dengan karakteristik ini, berita yang dilaporkan telah mengalami perbedaan kecepatan dengan berita koran. Langkah yang ditempuh Detik.com kemudian mendorong kehadiran media *online* lain dengan karakter sejenis, seperti Okezone.com pada 2007, Inilah.com pada 2008, dan Vivanews.com (yang selanjutnya berganti nama menjadi Viva.co) pada 2008. Pada fase ini pula, terjadi perubahan penyajian berita, yang semakin mengutamakan kesegeraan (*immediacy*) atau kecepatan menyampaikan informasi sebagai akibat transformasi medium, industri, dan organisasi di era media baru.

Terakhir, fase ketiga atau disebut fase multimedia dan *multiplatform*. Pada fase ini, jurnalisme *online* tidak lagi sekadar mengandalkan dan mengejar kecepatan dalam melaporkan berita melainkan juga menyajikannya dalam bentuk data infografis dan visual interaktif. Praktik jurnalisme *online* semacam ini dijalankan salah satunya oleh Tirto.id. Transformasi lain yang terjadi dalam fase ini juga terlihat pada penggunaan media sosial yang tidak lagi sebatas medium mempromosikan atau membagikan link berita, tetapi juga medium untuk melaporkan dan menyajikan berita melalui format videografis yang merupakan perpaduan antara foto, dan grafis yang dikemas bergerak (video).

Dalam pengamatan Suciwati dan Puspita (2018, hal. 28) media *online* pada fase ini juga mengembangkan kolom opini yang awalnya hadir melalui surat kabar. Pada kolom opini ini, media *online* memberikan keleluasaan kepada penulis luar yang bukan merupakan wartawan untuk menuliskan opini atau pendapatnya mengenai isu tertentu. Bahkan media *online* juga menyediakan forum diskusi bagi warga sebagai ruang untuk berpendapat atau melaporkan berita. Selain itu, ada juga media *online* yang mengkhususkan penyajian pendapat untuk isu spesifik seperti Magdalene yang fokus pada advokasi perempuan.

Situs *content aggregator* juga semakin berkembang dalam fase ketiga ini, salah satunya Line Today. Situs semacam ini sebenarnya mulai berkembang pada fase kedua yang ditandai dengan keberadaan situs-situs yang menduplikasi berita-berita atau membagikan *link-link* dari portal berita resmi. Selain situs yang memang bekerja sama dengan situs berita seperti Yahoo!, ada pula situs yang tidak meminta izin ketika mengunggah ulang berita-berita tersebut sehingga mengakibatkan persoalan etika dan bahkan hukum.

Transformasi menuju jurnalisme *online* yang dilakukan oleh suatu industri media tentu semakin mengubah bagaimana pekerja media melakukan pekerjaannya. Tapsell (2015) menyebutkan, dalam kondisi ini jurnalis telah berganti nama menjadi “penyedia konten” dan editor sebagai kurator dari konten tersebut. *Reuters Institute* (dalam Muliawanti, 2018, hal. 82) juga menyebutkan, dalam mengoptimalkan media sosialnya jurnalis diharuskan untuk belajar dan bekerja dengan tim *info-graphics* atau tim berita visual untuk menemukan kembali cara bercerita di *platform* digital. Lalu belakangan ini, ketika video singkat menjadi

populer di kalangan pengguna media sosial, jurnalis dituntut memiliki kecakapan dalam meringkas suatu peristiwa besar ke dalam video pendek berdurasi satu hingga tiga menit saja dan dipublikasikan ke Tiktok, fitur *reels* Instagram, atau fitur *short* Youtube sebagai sumber informasi pengguna.

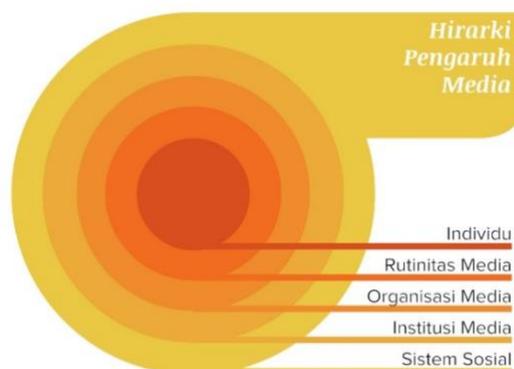
Pola kerja jurnalis di era digital yang mengutamakan keringkasan dan kecepatan dalam memproduksi dan menyebarkan berita selanjutnya menimbulkan permasalahan-permasalahan nyata terhadap jurnalisme *online*. Kualitas suatu berita dalam ranah *online* sering kali dikesampingkan. Jurnalis kesulitan dalam menyeimbangkan antara pemberitaan yang *up to date* dan kedalaman informasi pemberitaan tersebut. Akibatnya, profesionalitas jurnalisme *online* menjadi dipertanyakan dan dibanding-bandingkan dengan prinsip-prinsip jurnalisme konvensional.

D. Konstruksi Realitas oleh Media

Media adalah agen konstruksi realitas. Suatu isu atau peristiwa terkandung di dalamnya realitas yang kompleks, acak, dan penuh dimensi. Namun, melalui pemberitaannya, realitas itu dibuat menjadi sederhana, teratur, dan berarti sebelum disajikan kepada khalayak. Penyajian tersebut, menurut Eriyanto (2015, hal. 77), dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas sehingga membentuk makna yang lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Konsekuensinya, aspek-aspek lain yang tidak disajikan dengan tata cara tersebut atau bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Apa yang baru saja dikemukakan di atas dapat dilihat sebagai usaha yang dilakukan media dalam mengonstruksi realitas sosial. Untuk memahami lebih jauh bagaimana konstruksi realitas oleh media, *National Association for Media Literacy Education's* sebagaimana dikutip Suryawati (2019) menguraikan enam prinsip dasar konstruksi realitas oleh media. Prinsip pertama adalah semua pesan media dibangun. *Kedua*, setiap media memiliki karakteristik, kekuatan, dan keunikan “membangun bahasa” yang berbeda. *Ketiga*, pesan media diproduksi untuk satu tujuan. *Keempat*, semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai. *Kelima*, manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media. *Keenam*, media dan pesan media dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, nilai, perilaku, dan proses demokrasi.

Setiap media massa pasti memiliki kebijakan cara pandang tersendiri yang senantiasa dilibatkan dalam mendefinisikan realitas, isu, atau peristiwa. Tak heran jika kemudian ditemukan satu isu atau peristiwa yang sama tetapi dikonstruksi secara berbeda sehingga menghasilkan berita yang juga berbeda. Mengenai kecenderungan atau perbedaan media massa dalam memproduksi berita atau konten lain kepada khalayak, Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese, sebagaimana dikutip dalam Adiprasetyo (2015) membuat suatu model yang dinamakan *hierarchy of influence* (hierarki pengaruh) terhadap isi pemberitaan media massa. Mulai dari lingkaran terkecil, pada level individu pelaku media; rutinitas media; organisasi media; institusi media; hingga lingkaran terluar, sistem sosial.



Gambar 2.1. *Hierarchy of Influence* oleh Shoemaker dan Reese
Sumber: remotivi.or.id

1. Pengaruh individu-individu pelaku media. Terdapat beberapa variabel yang diidentifikasi Shoemaker dan Reese. *Pertama*, adalah latar belakang dan karakteristik dari pelaku media (gender, etnis, orientasi seksual, kelas sosial, dan latar belakang pribadi yang berkaitan dengan status sosial ekonomi, karir, serta pendidikan). *Kedua*, nilai-nilai dan kepercayaan yang dipegang pelaku media (misalnya agama: orientasi religius, sikap politik). *Ketiga*, adalah “peran” dan “bingkai etis” (bagaimana jurnalis memproduksi berita) yang dipilih pelaku media dalam situasi tertentu.
2. Pengaruh rutinitas media. Rutinitas media terbentuk oleh tiga unsur, yaitu sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*), dan audiens (*customer*). Rutinitas ini bisa dipengaruhi oleh kegiatan seleksi-seleksi yang dilakukan oleh komunikator, termasuk tenggat (*deadline*) dan rintangan waktu yang lain, keterbatasan tempat (*space*), struktur piramida terbalik dalam penulisan berita, dan kepercayaan reporter pada sumber-sumber resmi dalam berita yang dihasilkan (Sobur, 2005, hal. 139).

3. Pengaruh organisasi media. Individu pekerja media dan rutinitas tunduk pada struktur dan kebijakan organisasi atau institusi yang merangkum mereka. Pemegang kekuasaan organisasi tertinggi suatu media dipegang oleh pemilik media, entah perseorangan atau korporasi. Kuasa organisasi ini tampil, misalnya, melalui perekrutan editor, serta seleksi/promosi individu-individu yang dianggap loyal untuk menempati posisi strategis dalam penentuan berita.
4. Pengaruh institusi sosial. Media adalah bagian dari institusi sosial yang terhubung dengan kelembagaan sosial lain yang memiliki kuasa tertentu. Relasi tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi isi media. Sobur (2006) menyebutkan pengaruh ini meliputi lobi dari kelompok kepentingan terhadap isi media, *pseudoevent* dari praktisi *public relation* dan pemerintah yang membuat peraturan-peraturan di bidang pers.
5. Pengaruh sistem sosial. Shoemaker dan Reese meletakkan sistem sosial sebagai struktur yang menghubungkan antara masyarakat secara umum dengan institusi yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri. Shoemaker dan Reese menyederhanakan empat sub-sistem, yaitu ideologi, ekonomi, politik, dan kultural. Ideologi di sini diartikan sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat.

E. Teori Agenda Setting

Teori *agenda setting* mulai dirintis oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw sejak tahun 1968. Kedua ahli yang pernah mengajar di Universitas Carolina Utara tersebut melakukan uji empiris terhadap teori ini pada kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat (Nasionalita, 2015, hal. 156). Penelitian ini

berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita mengenai isu kampanye oleh media massa dengan bagaimana berita itu dinilai oleh khalayak sebagai isu-isu yang penting. Temuan McCombs dan Shaw tersebut kemudian dituangkan dalam tulisan mereka yang berjudul *The Agenda Setting Function of Mass Media* yang telah diterbitkan dalam *Public Opinion Quarterly* pada tahun 1972 (Ritonga, 2018, hal. 34).

McCombs dan Shaw dalam Nuruddin (Ritonga, 2018, hal. 34) memandang media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari *news agenda* kepada *public agenda*. Hingga pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat. Kemampuan media massa yang terbilang kuat dalam membentuk persepsi khalayak terhadap realitas yang kemudian disebut sebagai *agenda setting*.

Agenda setting pada dasarnya menggambarkan pengaruh yang kuat dari media massa. Pengaruh ini salah satunya dibentuk dengan teknik penonjolan yang secara tidak langsung memberikan petunjuk tentang mana isu yang lebih penting. Karena itu, teori *agenda setting* mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media massa terhadap suatu isu dengan perhatian yang diberikan khalayak terhadap isu tersebut. Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Begitu pun sebaliknya, apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Menurut Nasionalita (2015, hal. 158) dalam proses *agenda setting*, isu-isu tertentu yang hendak ditonjolkan media massa dalam pemberitaannya tidak lepas

dari proses seleksi yang melewati sejumlah pintu (*gates*). Pintu (*gates*) itu diawasi oleh individu atau sekelompok orang yang nantinya akan memutuskan berita yang layak untuk dimuat. Mereka inilah yang memainkan peran dalam membentuk realitas yang ada di khalayak. De George (Nasionalita, 2015, hal. 158) mengatakan *gatekeeper* media massa biasanya akan menentukan bobot penyajian isu berdasarkan besarnya ruang yang disediakan, penonjolan berita (melalui *headline*, lokasi penempatan halaman), dan cara isu tersebut dibahas secara detail atau umum.

Wanta dan Ghanem (Ansor, 149, 2011) berpendapat proses seleksi dan penonjolan itulah yang mendorong khalayak untuk belajar mengenai isu-isu yang dianggap penting. Khalayak mempelajari banyak dari media melalui berita. Tidak hanya mengenai detail faktual mengenai isu-isu publik, peristiwa, atau kepribadian seseorang, tetapi juga mendapatkan perspektif mengenai apa yang secara relatif penting dan berbagai macam elemen berita setiap harinya.

Pada prosesnya, *agenda setting* beroperasi melalui tiga sub area, yaitu agenda media (*media agenda*), agenda publik (*public agenda*), dan agenda kebijakan (*policy agenda*) (Nasionalita, 2015, hal. 159). Pada agenda media, media massa menentukan isu yang dianggap penting, mendefinisikannya, dan menekankannya dalam berita. Biasanya agenda media disusun berdasarkan urutan prioritas pemberitaan. Sementara itu, agenda publik merupakan sub area yang mencoba memahami bagaimana opini publik dipengaruhi oleh konten media massa, utamanya berita yang disajikan. Terakhir, agenda kebijakan yang berkaitan dengan relasi antara opini publik yang berkembang dengan kebijakan, keputusan, dan aksi dari elite pembuat kebijakan.

F. Analisis *Framing* Robert N. Entman

Konsep analisis *framing* yang digagas oleh Robert N. Entman pernah dituangkan dalam jurnalnya yang berjudul *Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm* pada 1993 silam. Dalam jurnal tersebut, Entman (1993) menuliskan bahwa konsep *framing* secara konsisten menawarkan cara untuk menggambarkan kekuatan sebuah teks yang dikomunikasikan. “Kekuatan” di sini dibangun dengan dua cara utama, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Entman menyebutnya dengan istilah *selection and salience*.

Penyeleksian isu berkaitan dengan proses pemilihan fakta yang selalu mengarah pada dua kemungkinan, yaitu fakta apa yang dipilih dan fakta apa yang dibuang; bagian mana yang ditekankan dalam realitas dan bagian mana yang tidak akan ditekankan; atau bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan. Konsekuensi logis dari proses penyeleksian ini adalah suatu peristiwa akan selalu dilihat dari sisi tertentu saja. Bisa jadi sisi tertentu tersebut merupakan refleksi dari perspektif jurnalis yang bekerja menyeleksi fakta sebab jurnalis memiliki perspektifnya sendiri dalam melihat dan memahami suatu peristiwa (Eriyanto, 2015, hal. 81). Namun, perlu dipahami bahwa perspektif jurnalis dalam memaknai suatu peristiwa juga tak terlepas dari pengaruh langsung atau tidak langsung dari institusi media dan rutinitas kerja di dalamnya. Media memiliki seperangkat aturan, pola kerja, dan aktivitas masing-masing yang mengontrol dan mengharuskan jurnalis untuk melihat peristiwa dalam kemasan tertentu dan mengemasnya dalam kemasan tertentu pula. Dengan pemahaman ini,

adalah wajar jika kemudian satu peristiwa yang sama dipahami dan dikonstruksi secara berbeda antara media yang satu dengan media yang lain.

Selanjutnya adalah penonjolan aspek. Penonjolan aspek berkaitan dengan proses menyajikan fakta yang telah dipilih sebelumnya. Penyajian ini dapat dipahami dengan melihat dua strategi yang senantiasa dipakai oleh media. *Pertama*, bagaimana fakta tersebut ditulis. Dalam hal ini, pemilihan kata, penyusunan kalimat, *lead*, hubungan antarkalimat, dan penggunaan proposisi tertentu ditentukan. Lengkap dengan penambahan foto, ilustrasi, atau gambar lainnya yang dianggap akan mendukung atau memperkuat penonjolan. *Kedua*, bagaimana fakta tersebut ditekankan atau ditonjolkan dalam pemberitaan. Bentuk penekanan dan penonjolan ini bisa beragam, seperti penempatan yang mencolok (seperti menempatkan di *headline*, halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa, generalisasi, simplifikasi, atau asosiasi terhadap simbol budaya yang akrab di benak khalayak (Eriyanto, 2015, hal. 81).

Sobur (2006) berpendapat, pola penonjolan tersebut tidak dapat dimaknai sebagai bias, tetapi secara ideologis sebagai strategi wacana: upaya menyuguhkan pada khalayak tentang pandangan tertentu agar pandangannya lebih diterima. Aspek tertentu yang disajikan secara menonjol, tentu akan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar daripada aspek lainnya. Jika demikian, aspek yang ditonjolkan tersebut juga memiliki kemungkinan lebih besar untuk diingat, diperhatikan, dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Tabel 2.1. Dua Aspek *Framing* Versi Entman

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (<i>included</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek dari isu ditampilkan, wartawan memilih isu aspek tertentu dari suatu realitas.
Penonjolan Aspek	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa/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, 2015, hal. 222

Dengan demikian, membuat *frame* dalam pandangan Entman (1993) adalah menyeleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kasual, evaluasi moral, dan/atau merekomendasikan penanganannya. Pembuat *frame*, dalam hal ini adalah jurnalis yang dianggap tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Gitlin (Eriyanto, 2015) berpendapat, melalui *frame*, jurnalis mengemas peristiwa yang kompleks menjadi peristiwa yang dapat dipahami, dengan perspektif tertentu dan lebih menarik perhatian khalayak.

Entman (1993) selanjutnya mengembangkan empat perangkat *framing* untuk membantu kita mengetahui bagaimana cara pandang atau ideologi media dalam mengonstruksi realitas atau peristiwa, bagaimana realitas atau peristiwa yang sama dikemas secara berbeda oleh jurnalis sehingga menghasilkan berita yang secara radikal berbeda, yaitu sebagai berikut:

a. *Define Problem*

Elemen ini disebut juga *master frame* atau bingkai yang paling utama. Elemen ini menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh jurnalis. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami? Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

b. *Casual Interpretation*

Elemen ini untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung akan dipahami secara berbeda pula.

c. *Make Moral Judgement*

Elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dengan khalayak.

d. *Treatment Recommendation*

Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh jurnalis. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Tabel 2.2. Perangkat Analisis *Framing* Entman

No	Tahapan	Deskripsi
1	<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
2	<i>Casual Interpretation</i> (Interpretasi terhadap Penyebab Masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
3	<i>Make Moral Judgement</i> (Evaluasi Moral terhadap Masalah)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi suatu tindakan?
4	<i>Treatment Recommendation</i> (Rekomendasi yang ditawarkan terhadap/untuk menyelesaikan masalah)	Penyelesaian apa yang ditawarkan media untuk mengatasi masalah itu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: Eriyanto, 2015, hal. 223-224