

**Analisis Framing Gerakan Sosial menolak Rancangan Kitab
Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) Dalam Akun
Instagram @gejayanmemanggil**

OLEH:

ALDI ASHAR MAPPA



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**Analisis Framing Gerakan Sosial menolak Rancangan Kitab
Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) Dalam Akun
Instagram @gejayanmemanggil**

OLEH:

ALDI ASHAR MAPPA

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Framing Gerakan Sosial Menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) Dalam Akun Instagram @gejayanmcmanggil

Nama Mahasiswa : Aldi Ashar Mappa

Nomor Pokok : E31113305

Makassar, 11 Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing I

Drs. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196312101991031002

Pembimbing II

Dr. Arianto, S.Sos.,M.Si
NIP. 197307302003121002

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. H. Moch. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 19631210 199103 1002



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldi Ashar Mappa
Nomor Induk Mahasiswa : E31113305
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Framing Gerakan Sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) Dalam Akun Instagram @gejayanmemanggil**" adalah **BENAR** merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan benar.

Makassar, 30 November 2020



Aldi Ashar Mappa

E31113305

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahman dan rahimnya, atas segala kuasa dan kehendaknya, atas segala rezeki materi dan immateri yang diberikan sehingga karya ini dapat penulis selesaikan dengan bertanggung jawab. Shalawat kepada yang mulia baginda Nabi Muhammad SAW, tiada yang lebih patut untuk dijadikan panutan melebihi beliau, nur dari segala nur, kota segala ilmu, *Allahumma Shalli Ala Muhammad Wa Ala Ali Sayyidina Muhammad*. Juga, salam dan damai kepada seluruh makhluk dalam kehidupan, semoga senantiasa hidup dalam harmoni yang manunggal.

Pertama, karya ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, semoga dapat menjadi cahaya bagi diri dalam artian berimplikasi pada sikap dan perbuatan penulis. Kedua, semoga karya ini dapat bernilai manfaat bagi perkembangan peradaban, pemikiran dan pergerakan di Sulawesi Selatan. Meskipun, dalam karya ini, penulis sadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan pemahaman penulis, tetapi penulis percaya bahwa proses belajar sudah semestinya demikian, selalu merasa kurang terhadap pengetahuan adalah ciri manusia pembelajar.

Selanjutnya secara khusus saya ingin berterima kasih kepada orang – orang yang saya syukuri dapat hidup bersesama dengan mereka, yaitu:

1. Ibu, motivasi dan alasan terbesar saya harus sarjana, berkat doanya yang saya yakini mustajab sehingga saya bisa sampai pada titik ini

2. Seluruh jajaran dosen serta staf Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin tanpa terkecuali, yang telah meluangkan waktu untuk membagikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Hasanuddin.
3. KOSMIK, Keluarga kecil berisi orang – orang dengan pemikiran dan hati yang besar, maaf tidak saya sebutkan satu – satu untuk menghindari kata pengantar ini lebih tebal dari pada Bab I sampai V. Terima kasih telah memberikan masa muda yang bermakna.
4. Bang Anca, Kak Harwan, Kak Madi, Kak Aco, Kak Igar, Kak Hajir, Kak Akram. Adalah kesyukuran terbesar mengenal mereka, dari mereka saya tahu bahwa manusia itu cangguh, terima kasih telah menekan saklar akal saya.
5. Kedai Kopi, terima kasih atas kopi gratis tiap kali kerja skripsi, sukses dan lancar jaya.

Demikian, semoga yang disebutkan dan tidak disebutkan senantiasa dirahmati oleh Allah SWT. Semoga damai dan sejahtera selalu menyertai kalian.

Makassar, 27 Agustus 2020

Penulis

ABSTRAK

ALDI ASHAR MAPPA. *Analisis Framing Gerakan Sosial Menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) Dalam Akun Instagram @gejayanmemanggil (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Arianto).*

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk Mengetahui framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang-Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun instagram Gejayan memanggil. (2) Untuk mengetahui bentuk framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dari pandangan Aliansi Rakyat Bergerak .

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu mulai bulan April 2020 sampai dengan bulan juni 2020. Penelitian ini dilakukan berdasarkan observasi awal melalui media sosial Instagram @gejayanmemanggil. Postingan yang diteliti adalah gambar yang diunggah pada bulan september 2019 hingga November 2019.

Data primer diperoleh dari hasil observasi pada akun media sosial Instagram @gejayanmemanggil dan wawancara dengan narasumber yang bertindak sebagai actor-aktor di dalam Aliansi Rakyat bergerak. Data sekunder diperoleh dari postingan yang ada di sosial media serta dokumentasi aliansi rakyat bergerak, dokumen, dan literatur yang terkait dengan Framing Gerakan sosial menolak RKUHP

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui framing gerakan sosial menolak RKUHP pada postingan di akun instagram @gejayanmemanggil . analisis framing sebagai alat analisis untuk menjelaskan bagaimana framing gerakan sosial menolak RKUHP dengan menggunakan model analisis framing William A. Gamson dan Modigliani, yaitu: Core Frame sebagai ide sentral, Condensing Symbols (Framing Device dan Reasoning Device).

Berdasarkan hasil penelitian ini, Framing gerakan sosial menolak RKUHP pada akun Instagram gejayanmemanggil ditinjau dari perangkat pbingkai (framing devices) dan perangkat penalaran (Reasoning devices), RKUHP dibingkai dengan penggunaan berbagi elemen untuk mengarahkan RKUHP sebagai sesuatu yang harus ditolak pengesahannya dan kemudian direvisi dengan melibatkan sipil.

Framing Gerakan Sosial yang dibentuk oleh Aliansi Rakyat Bergerak ditinjau dari tiga jenis frame gerakan sosial yaitu ; agregate frame, consensus frame, dan collective action frame membentuk sebuah framing menolak RKUHP sebagai bentuk menolak ketidakadilan sosial maupun jaminan hukum.

ABSTRACT

ALDI ASHAR MAPPA. Framing Analysis of Social Movements Rejecting the Draft Criminal Code (RKUHP) in the @gejayanmemanggil Instagram account (Supervised by Sudirman Karnay and Arianto).

The objectives of this study are: (1) To determine the framing of social movements rejecting the Draft Criminal Code (RKUHP) in the Instagram account Gejayan summoned. (2) This is to determine the form of social movement framing against the Draft Criminal Code (RKUHP) from the perspective of the Mobile People's Alliance.

This research was conducted for 2 months, from April 2020 to June 2020. This research was conducted based on preliminary observations through social media Instagram @gejayanmemanggil. The posts under study are images uploaded from September 2019 to November 2019.

Primary data was obtained from observations on the social media account Instagram @gejayanmemanggil and interviews with sources who acted as actors in the moving People's Alliance. Secondary data were obtained from posts on social media as well as documentation of mobile people's alliances, documents, and literature related to social movement framing against the RKUHP

This study uses a qualitative approach to determine the framing of social movements rejecting the RKUHP on posts on the @gejayanmemanggil Instagram account. framing analysis as an analytical tool to explain how social movement framing rejects the Criminal Code using William A. Gamson and Modigliani's framing analysis model, namely: Core Frame as a central idea, Condensing Symbols (Framing Device and Reasoning Device).

Based on the results of this study, the social movement framing rejects the RKUHP on the Instagram account of calling it in terms of framing devices and reasoning devices, the RKUHP is framed with the use of sharing elements to direct the RKUHP as something that must be rejected and then revised by involving civil.

The Social Movement Framing which was formed by the Mobile People's Alliance in terms of three types of social movement frames, namely; the aggregate frame, consensus frame, and collective action frame form a framing rejecting the RKUHP as a form of rejecting social injustice and legal guarantees.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI | iiI |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 9 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 10 |
| D. Kerangka Konsep | 11 |
| E. Metode Penelitian | 20 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 23 |
| A. New Media | 23 |
| B. Media Sosial..... | 26 |

| | |
|---|-----------|
| C. Framing | 34 |
| D. Framing Gerakan Sosial | 41 |
| BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 52 |
| A. Profil Aliansi Rakyat Bergerak | 52 |
| B. Akun Instagram @gejayanmemanggil | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 57 |
| A. Hasil Penelitian | 47 |
| B. Pembahasan | 84 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 91 |
| A. Kesimpulan..... | 91 |
| B. Saran..... | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 93 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Negara Pengguna Instagram Terbesar..... | 3 |
| Gambar 1.2 | Aksi Menolak RKUHP dalam Aksi Gejayanmemanggil..... | 6 |
| Gambar 1.3 | Postingan pada akun Instagram @gejayanmemanggil..... | 7 |
| Gambar 1.4 | Poster seruan Aksi menolak RKUHP pada akun Instagram @Gejayanmemanggil..... | 9 |
| Gambar 1.5 | Kerangka Konsep | 20 |
| Gambar 1.6 | Model Analisis Framing William A. Gamson dan Modigliani.. | 23 |
| Gambar 2.1 | Perangkat Framing Model Gamson dan Modigliani | 52 |
| Gambar 3.1 | Aliansi Rakyat Bergerak dalam aksi #Gejayanmemanggil..... | 56 |
| Gambar 3.2 | Halaman Utama Instagram @gejayanmemanggil..... | 58 |
| Gambar 4.1 | Halaman Instagram @gejayanmemanggil | 86 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Pengertian Analisis Framing menurut para ahli..... | 49 |
| Tabel 4.1 Elemen <i>Metaphors</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 61 |
| Tabel 4.2 Elemen <i>Metaphors</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 64 |
| Tabel 4.3 Elemen <i>Cathphrases</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 65 |
| Tabel 4.4 Elemen <i>Exampler</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 67 |
| Tabel 4.5 Elemen <i>Exampler</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 69 |
| Tabel 4.6 Elemen <i>Depictios</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 70 |
| Tabel 4.7 Elemen <i>Visual Image</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 71 |
| Tabel 4.8 Elemen <i>Rppts</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil | 73 |
| Tabel 4.9 Elemen <i>Appeal to principle</i> dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil..... | 75 |

Tabel 4.10 Elemen *Appeal to principle* dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil..... 77

Tabel 4.11 Elemen *Appeal to principle* dalam framing gerakan sosial postingan akun Instagram gejayanmemanggil..... 79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi masyarakat. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu, dan ruang, yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Dampak dari perkembangan teknologi internet menyebabkan bermunculannya media-media sosial yang memudahkan khalayak dalam berinteraksi. Media sosial adalah salah satu media yang memimpin perubahan dramatis struktur komunikasi dari konsumsi komunikasi massa ke era komunikasi digital yang interkatif (Khang & Ye, 2012: 281).

Media sosial hadir untuk memudahkan proses berkomunikasi. Proses berkomunikasi yang biasanya dilakukan secara tatap muka, dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan dengan didukung oleh media-media sosial yang ada seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path dan media sosial lainnya.

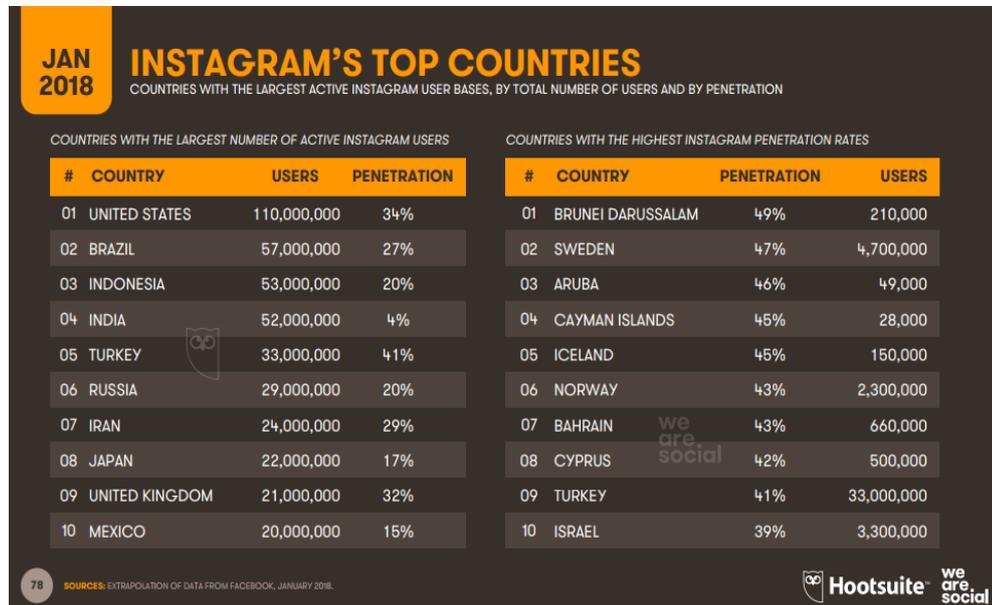
Menurut Marina (2016:4) Media sosial yang kini sedang banyak digemari adalah Instagram. Instagram menjadi sarana ekspresi diri seseorang melalui bentuk visual dan salah satu media sosial yang memberi sarana kepada pengguna

untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Selain dapat membagikan foto, pengguna juga dapat memposting video berdurasi 60 detik.

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto ke pengguna lainnya. Foto yang diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album mobile phone. Namun seiring dengan banyaknya penggunaan Instagram maka banyak pula aplikasi-aplikasi yang muncul dan menunjang ide-ide kreatif untuk para pengguna Instagram. Selain itu juga munculnya Instagram dengan versi yang semakin hari semakin canggih dan beragam mampu membuat Instagram menjadi wadah atau sarana para penggunanya untuk berkreasi tidak hanya pada foto sebagaimana biasanya. Namun juga para pengguna Instagram memungkinkan ide dan kreatifitasnya dengan mengunggah bermacam-macam gambar pada akun media sosial Instagram.

Indonesia menempati salah satu negara terbesar dalam penggunaan sosial media Instagram. Indonesia dalam peringkat pengguna Instagram mencapai 53 juta orang itu artinya hampir seluruh pengguna ponsel pintar di Indonesia adalah pengguna Instagram. Dalam hal ini, Indonesia menempati peringkat ketiga dunia setelah Amerika Serikat, dan Brazil.

Gambar 1.1 Negara Pengguna Instagram Terbesar



(Negara terbesar menggunakan Instagram (Grafik: wearesocial.com)).

Selain fungsi sarana aktualisasi dan ekspresi diri, pengguna, sosial media juga telah membuat gerakan sosial lebih mudah dilakukan. Untuk melakukan gerakan sosial, tidak harus berkumpul puluhan atau ratusan ribu orang di lapangan. Mobilisasi bisa dilakukan secara online, dan dukungan seseorang terhadap sebuah isu bisa dilakukan dengan melakukan share atau klik dukungan.

Dalam satu dekade terakhir, gerakan sosial politik meluas dan meningkat di berbagai belahan dunia. Arab Spring yang menyapu Tunisia, Mesir, hingga Syria; Revolusi Payung di Hongkong, hingga aksi radikal yang dikomando ISIS di berbagai belahan dunia adalah beberapa contohnya. Bentuk mobilisasi juga makin beragam. Mulai dari aksi spontan tanpa komando seperti Occupy Wall Street, jejaring transnasional yang terdesentralisasi layaknya Women's March, hingga

aksi yang diorganisasi oleh aktivis dan NGO seperti Earth Hour dan kampanye perubahan iklim.

Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa media digital punya peran dalam gerakan sosial hari ini. Hal ini berkebalikan dari keyakinan bahwa era digital melemahkan gerakan kolektif, karena ia membuat manusia jadi semakin individual. Menurunnya jumlah serikat pekerja serta minimnya minat pada parpol/ormas pada era digital tidak bisa serta merta dianggap menunjukkan bahwa masyarakat apolitis. Hal ini juga bisa mengindikasikan bahwa partisipasi masyarakat dilakukan dalam bentuk yang berbeda.

Pada banyak hal gerakan-gerakan sosial belum berhasil memperjuangkan apa yang menjadi hak mereka, seperti yang ditunjukkan penelitian Silaen (2006) tentang gerakan perlawanan komunitas lokal yang dinilai gagal merebut dan menguasai kembali PT Indorayon yang telah mengambil alih tanah-tanah adat milik masyarakat di Daerah Porsea, Toba Samosir. Ada banyak factor yang menjadi penyebab kegagalan, diantaranya adalah semakin berkurangnya kemampuan actor-aktor pendukung perjuangan walaupun sudah menggunakan symbol-simbol budaya karena Negara telah melakukan control atau campur tangan dengan mempersempit ruang public yang dapat membangun jejaring dan untuk membukanya perlu dikemukakan wacana otonomi dan kebebasan individu, kolektivitas, dan identitas.

Ahli komunikasi melihat keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh keberhasilan dalam mengemas isu atau dikenal dengan framing. Semua gerakan sosial pasti melakukan proses framing, dan akan menentukan keberhasilan atau

kegagalan dari gerakan sosial. Framing akan menentukan apakah seseorang merasa menjadi bagian dari isu dan masalah yang diperjuangkan, dan bersedia secara bersama-sama melakukan tindakan kolektif. Snow, Rochford, Worden, dan Benford (1986) mencatat suksesnya gerakan sosial terletak pada sejauh mana mereka memenangkan pertempuran atas arti. Hal ini berkaitan dengan upaya para actor perubahan memengaruhi makna dalam kebijakan public. Pembentukan framing ini tergantung dari bagaimana ICT (information communication technology) mampu mewadahnya sehingga dapat membentuk ruang public tanpa campur tangan Negara.

Kemampuan media sosial dalam dalam memassifkan memobilisasi dukungan terhadap sebuah isu gerakan sosial dapat kita lihat pada fenomena demonstrasi yang terjadi Indonesia seperti pada gerakan penolakan pengesahan Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) oleh Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia (DPR RI). Kabar bahwa Dewan Perwakilan Rakyat mengesahkan hasil revisi Undang-Undang tentang Komisi Pemberantasan Tidak Pidana Korupsi pada 17 september 2019 membuat anggota kelompok diksusi kultur resah. Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi yang baru memberikan kewenangan penuh kepada presiden menentukan dewan pengawas, yang mengontrol para komisioner.

DPR berencana mengesahkan beberapa rancangan lagi, yang sama bermasalahnya, pada 24 September 2019. Puluhan Lembaga Swadaya Masyarakat serta Aliansi gerakan sosial kultural yang semula berfokus pada isu masing-masing menjadi bergandengan tangan. Menentang keinginan Dewan Perwakilan

Rakyat mengesahkan berbagai revisi dan Rancangan undang-undang. Salah satu gerakan yang populer menentang keinginan DPR tersebut adalah Aksi Gejayan Memanggil yang digagas oleh Aliansi Rakyat Bergerak di Yogyakarta.

Gambar 1.2 Aksi Menolak RKUHP dalam aksi Gejayanmemanggil

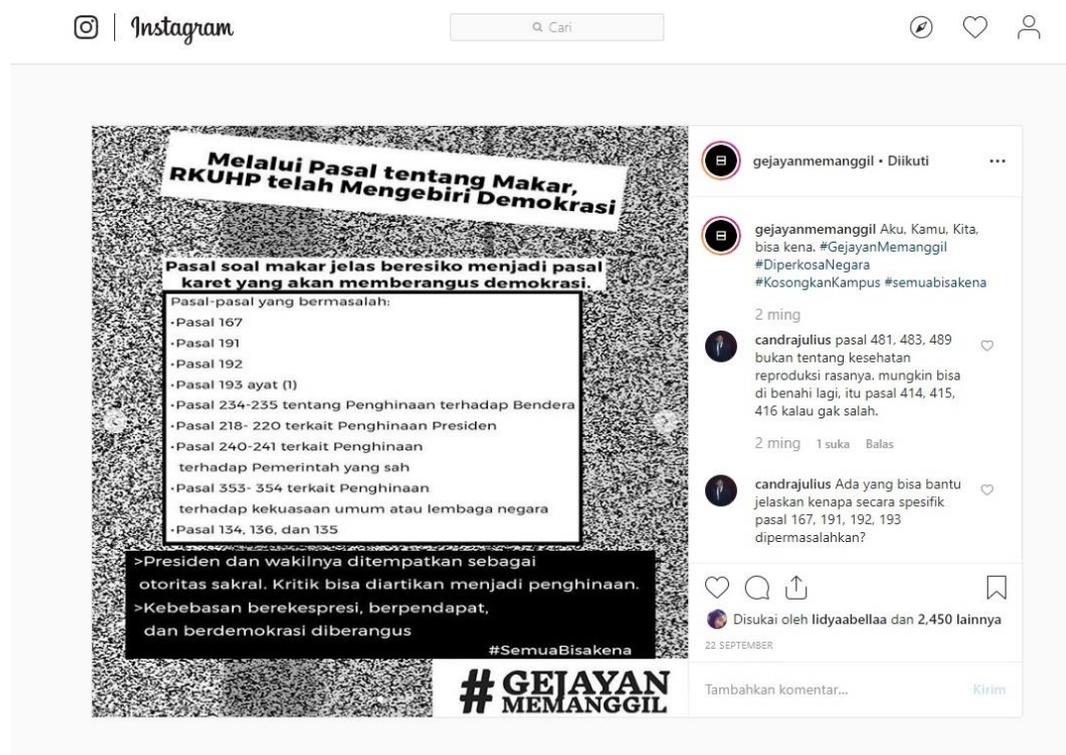


(Sumber : nasional.tempo.co)

Aksi mahasiswa ini tengah menjadi perbincangan hangat warganet hingga masuk daftar trending media sosial seperti Twitter dengan tagar #GejayanMemanggil. Isu yang akan disuarakan terkait kondisi politik-hukum di Indonesia saat ini seperti RKUHP, UU KPK, RUU ketenagakerjaan serta RUU Pertahanan. Aksi mahasiswa ini tengah menjadi perbincangan hangat warganet hingga masuk daftar trending media sosial seperti Twitter dengan tagar #GejayanMemanggil. Isu yang akan disuarakan terkait kondisi politik-hukum di Indonesia saat ini seperti RKUHP, UU KPK, RUU ketenagakerjaan serta RUU Pertahanan.

. Demo Gejayan Memanggil dan mosi tidak percaya menjadi trending topic di Twitter Indonesia pada Senin (23/9/2019). Hingga pukul 14.16 WIB ada 7.583 tweet soal #GejayanMemanggil dan 15.100 tweet dengan menggunakan hashtag #MosiTidakPercaya. Dua tagar ini muncul karena demo Gejayan di Yogyakarta yang digagas Aliansi Rakyat Bergerak. Gejayan Memanggil adalah aksi untuk menunjukkan sikap aliansi terhadap peristiwa yang terjadi di Indonesia belakangan ini. Salah satunya menolak pengesahan Revisi Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP),

Gambar 1.3 Postingan pada akun Instagram @gejayanmemanggil



(Sumber : akun media sosial instagram @gejayanmemanggil)

Aksi Gejayan Memanggil yang digagas oleh Aliansi Rakyat Bergerak berlangsung dua kali yaitu pada tanggal 23 september 2019, dan pada tanggal 30 september 2019. Dalam setiap pelaksanaan aksi Gejayan Memanggil, Aliansi

Rakyat bergerak selaku penggagas mampu melaksanakan aksi yang diikuti oleh ribuan peserta aksi yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat, baik dari elemen mahasiswa, seniman, pelajar, LSM, maupun warga masyarakat jogja yang tanpa kelompok dan aliansi. Dalam banyak kasus gerakan penolakan RUU kontroversi di berbagai daerah di Indonesia yang berujung bentrok dengan pihak aparat keamanan, Aksi gejayan memanggil yang berlangsung selama dua kali mampu berjalan dengan Aksi damai tanpa ada gesekan dengan pihak aparat keamanan seperti yang terjadi di kota-kota lain. Hal ini tidak terlepas dari bagaimana Aliansi Rakyat bergerak sebagai aktor penggerak gerakan Gejayan memanggil dalam membingkai gerakan sosial tersebut sebagai aksi damai nirkekerasa.

Gambar 1.4 Poster seruan Aksi menolak RKUHP pada akun instagram @gejayanmemanggil



(Sumber : akun media sosial instagram @gejayanmemanggil)

Dalam memobilisasi Massa, selain pertemuan langsung dengan beberapa elemen, Aliansi Rakyat Bergerak memaksimalkan media komunikasi baik Instagram, twitter, maupun website mereka dalam menyebarkan informasi serta gagasan aksi damai mereka. Kajian dari Aliansi pun menjadi bahan bacaan bagi setiap golongan maupun individu agar memahami setiap inti persoalan yang akan disuarakan di Aksi Gejayan memanggil. Untuk itu, peneliti ingin meneliti Framing Gerakan Sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun media sosial Instagram @gejayanmemanggil dengan menggunakan analisis framing model William A. Gamson dan Andre Modigliani, dan bentuk framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun instagram @gejayanmemanggil dari pandangan Aliansi Rakyat Bergerak.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun instagram @gejayanmemanggil?
2. Bagaimana bentuk framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun instagram @gejayanmemanggil dari pandangan Aliansi Rakyat Bergerak?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam akun instagram Gejayan memanggil
2. Mengetahui bentuk framing gerakan sosial menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dari pandangan Aliansi Rakyat Bergerak?

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian tentu diharapkan akan memiliki manfaat baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Oleh karena itu, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di lembaga pendidikan Universitas Hasanuddin khususnya di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP mengenai Analisis Framing.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan tentang kualitas layanan komunikasi serta untuk penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi.

b. Bagi Aliansi Rakyat Bergerak

Menumbuhkan kembali semangat untuk menggali potensi pola gerakan sosial dan strategi membangun framing gerakan sosial yang setiap kelompok dan organisasi punya cara tersendiri dalam membingkai gerakan sosialnya.

E. Kerangka Konseptual

Instagram

Menurut Randolph (2015:2) Instagram di era sekarang ini sangat di minati karena media sosial ini lebih fokus pada foto dan video yg berdurasi pendek di bandingkan media sosial lain yang berfokus pada kicauan, perkataan atau status sehingga Instagram lebih mudah di gunakan dan di nikmati, di tambah para artis lokal maupun manca Negara serta klub – klub olah raga international saat ini telah memiliki akun Instagram sehingga para penggemar dapat mengetahui kegiatan idolanya melalui foto dan video yang di unggah akun tersebut. Para pengguna Instagram bisa mengunggah foto atau video yang unik dan menarik baik itu dirinya, orang lain, bangunan atau sebuah momen sehingga para pengguna Instagram lain dapat melihatnya dan membuat akunnya menjadi lebih terkenal.

Namun, Zuckerberg meyakinkan Systrom bahwa Instragram akan lebih kuat di bawah payung Facebook daripada beroperasi sebagai pemain independen. Zuckerberg mengatakan bahwa Instragram akan berfungsi sebagai perusahaan independen di bawah Facebook, janji yang belum pernah dibuatnya pada setiap target akuisisi lainnya.

Hasil survey data statistik pengguna internet Indonesia tahun 2016 yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa Instagram merupakan konten media sosial yang memiliki urutan kedua yang sering dikunjungi sebesar 19,9 juta pengguna atau 15%.

Gerakan Sosial

Gerakan sosial adalah seperangkat keyakinan dan tindakan yang tidak terlembaga (noninstitutionalized) yang dilakukan sekelompok orang untuk memajukan atau menghalangi perubahan di dalam sebuah masyarakat (Mirsal, 2004:6-7 dalam Sadikin, 2005). Gerakan sosial adalah tindakan atau agitasi terencana yang dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat yang disertai program terencana dan ditujukan pada suatu perubahan atau sebagai gerakan perlawanan untuk melestarikan pola-pola dan lembaga masyarakat yang ada (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Gerakan sosial diartikan sebagai sebarang aksi kolektif dengan orientasi konflikual yang jelas terhadap lawan sosial dan politik tertentu, dilakukan dalam konteks jejaring lintas kelembagaan yang erat oleh aktor yang diikat rasa solidaritas dan identitas kolektif yang kuat melebihi bentuk-bentuk ikatan dalam sebuah koalisi dan kampanye bersama (Pendahuluan oleh Wibowo dalam Sujatmiko, 2006).

Atas dasar pemahaman tersebut, Achwan (1999) mencoba membagi dua tipe gerakan sosial, yaitu gerakan sosial lama dan gerakan sosial baru. Gerakan sosial lama lebih memfokuskan pada keresahan Ekonomi, sedangkan gerakan sosial baru memfokuskan pada kaitan isu-isu simbolik dan kebudayaan dengan

identitas. Gerakan sosial lama menyandarkan pada ideology politik tertentu, sedangkan gerakan sosial baru menerima pluralisme ide serta cenderung mengembangkan pandangan pragmatis dalam upaya menciptakan system partisipasi politik seluas-luasnya dalam proses pengambilan keputusan. Gerakan sosial baru lebih menaruh perhatian pada life politics dibandingkan emancipatory politics seperti pada gerakan sosial lama. Oleh karenanya, keanggotaan gerakan sosial baru bersifat terbuka tanpa menghiraukan latar belakang kelas sosial, etnisitas, politik, maupun agama.

Gerakan Sosial Baru

Gerakan sosial baru merupakan sebuah struktur jejaring banyak pemikiran yang merupakan produk transformasi mendalam gerakan sosial di era post—industry atau dapat dikatakan gerakan transasional. Gerakan ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemanusiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta keberadaan yang layak di masa depan (Melucci dalam Singh, 2002).

Gerakan sosial baru berusaha mencari jawaban atas pertanyaan yang terkait dengan perdamaian, perlucutan senjata, polusi nuklir, perang nuklir; yang berhubungan dengan ketahanan planet, ekologi, lingkungan; dan hak-hak manusia. Karenanya sejumlah tujuan dan targetnya berlokasi di wilayah lintas masyarakat kemanusiaan global. Kebanyakan gerakan sosial baru memberi perhatian konsepsi ideologis mereka pada asumsi bahwa masyarakat sipil tengah meluruh dimana ruang sosialnya mengalami penciutan dan yang 'sosial' dari

masyarakat sipil tengah digerogeti oleh kemampuan kontrol negara. Ekspansi negara dalam panggung kontemporer ini, bersesuaian dengan ekspansi pasar. Negara dan pasar dilihat sebagai dua institusi yang sedang menerobos masuk ke dalam nyaris seluruh aspek kehidupan warga. Sehingga gerakan sosial ini berusaha menyerukan sebuah kondisi yang adil dan bermartabat bagi konsepsi kelahiran, kedewasaan, dan reproduksi makhluk manusia yang kreatif dan berseiring dengan alam (Singh, 2002).

Gerakan sosial baru secara radikal mengubah paradigma Marxis yang menjelaskan konflik kontradiksi dalam istilah 'kelas' dan konflik kelas. Pikiran akademisi kiri menyajikan gugatan pada sistem paparan marxis materialis tentang gerakan dan perubahan dalam masyarakat (Martin, 2001). Gugatan ini muncul akibat dari disingkirkannya isu-isu gender, ekologi, ras, kesukuan, dsb. Latar belakang kelas tidak menentukan aktor ataupun penopang aksi kolektif, hal ini sesuai dengan pendapat Melucci dikutip Martin (2001) dimana 24 gerakan sosial baru lebih didasarkan kepada identitas yang melekat bukan sistem kelas.

gerakan sosial baru pada umumnya mengabaikan model organisasi serikat buruh dan model politik kepartaian.

Berdasarkan hal tersebut, menurut Taurine dikutip Sztompka (2004) ciri-ciri gerakan sosial baru adalah :

1. Terfokus pada isu, kepentingan, dan bidang-bidang pertentangan sosial baru, sebagai reaksi invasi politik, ekonomi, ekologi, teknologi, dan

birokrasi dalam seluruh sektor kehidupan manusia. Konsentrasi gerakan ini terfokus pada kualitas, identitas kelompok, dll.

2. Keanggotaannya tidak dikaitkan dengan kelas khusus tertentu tetapi lebih saling berpotongan dengan pembagian kelas tradisional, mengungkap masalah penting yang dihadapi anggota berbagai kelas yang berlainan.
3. Organisasi gerakannya terdesentralisir dengan jaringan kerja yang meluas dan longgar, tidak kaku, dan hierarkis.

Pada tahap tertentu gerakan sosial baru, dimana gerakan tersebut memiliki rentang yang luas dalam jumlah anggota hingga jutaan (yang tentunya memiliki derajat pengorganisasian yang relatif tinggi membentuk suatu institusi yang mampu mengakomodir proses gerakan sosial itu sendiri.

Menurut Tindall (2002), organisasi gerakan sosial baru (new social movement organization) adalah organisasi yang didirikan dalam rangka membangun gerakan sosial dan berbeda beda derajat formalitasnya dan bentuk institusinya. Organisasi ini merupakan aktor utama dalam gerakan sosial kontemporer ("organization which are dedicated to fostering social change, and which may vary in the degree to which they are formalized and institutionalized-are key actors in contemporary social movement").

Framing

Dalam konteks komunikasi, framing dipandang sebagai sebuah teori dan sebuah proses. Hal ini ditegaskan dalam *Dictionary of Mass Communication* yang menyatakan bahwa framing adalah teori atau proses

tentang bagaimana pesan memperoleh perspektif, sudut pandang, atau bias. Sebagai salah satu teori komunikasi massa, teori framing kerap kali dikaitkan dengan teori Agenda Setting, karena kedua teori tersebut berbicara tentang bagaimana media mengalihkan perhatian khalayak dari kepentingan sebuah isu ke dalam apa yang ingin diproyeksikan dan digunakan untuk mengetahui efek media.

Adapun yang menjadi dasar teori framing adalah bahwa suatu media memusatkan perhatian pada peristiwa tertentu dan kemudian menempatkannya ke dalam sebuah bidang makna. Sedangkan, sebagai sebuah proses, framing terletak pada empat unsur komunikasi atau komponen-komponen komunikasi atau elemen-elemen komunikasi yaitu pengirim, penerima, pesan, dan budaya. Teori framing bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai skema bagaimana setiap individu memandang dunia.

Teori framing kini berkembang menjadi sebuah teori penting yang dapat diterapkan pada beberapa bidang utamanya dalam masyarakat media transnasional. Pengetahuan tentang teori framing sangat penting dalam perencanaan kampanye di media salah satunya dalam gerakan di media sosial.

Framing Gerakan Sosial

Ahli komunikasi melihat keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh keberhasilan dalam mengemas isu atau dikenal dengan framing. Semua gerakan sosial pasti melakukan proses framing, dan akan menentukan keberhasilan atau kegagalan dari gerakan sosial. Framing akan menentukan apakah seseorang

merasa menjadi bagian dari isu dan masalah yang diperjuangkan, dan bersedia secara bersama-sama melakukan tindakan kolektif. Snow, Rochford, Worden, dan Benford (1986) mencatat suksesnya gerakan sosial terletak pada sejauh mana mereka memenangkan pertempuran atas arti.

Gamson (1992:1-8) mengidentifikasi tiga jenis frame yang muncul berkaitan dengan gerakan sosial.

1. aggregate frame. Frame ini merujuk kepada upaya mendefinisikan isu atau peristiwa sebagai masalah bersama. Keberhasilan gerakan sosial sangat tergantung kepada apakah isu yang diperjuangkan dipandang sebagai masalah bersama oleh public.
2. consensus frame, yang berkaitan dengan proses identifikasi individu sebagai bagian dari public. Apakah individu teridentifikasi dengan isu tersebut.
3. collective action frame. Aspek ini berkaitan dengan konstruksi bahwa masalah hanya bisa diatasi dengan cara melakukan aksi protes secara bersama-sama supaya kekecewaan atau kemarahan tersebut bisa didengar oleh pengambil kebijakan, dan suatu kebijakan bisa diubah. Oleh karena itu, actor perubahan memiliki tugas penting mencapai perjuangan melalui pembentukan framing atas masalah-masalah sosial dan ketidakadilan yang diperjuangkan.

Analisis Framing Model William A. Gamson dan Andre Modigliani

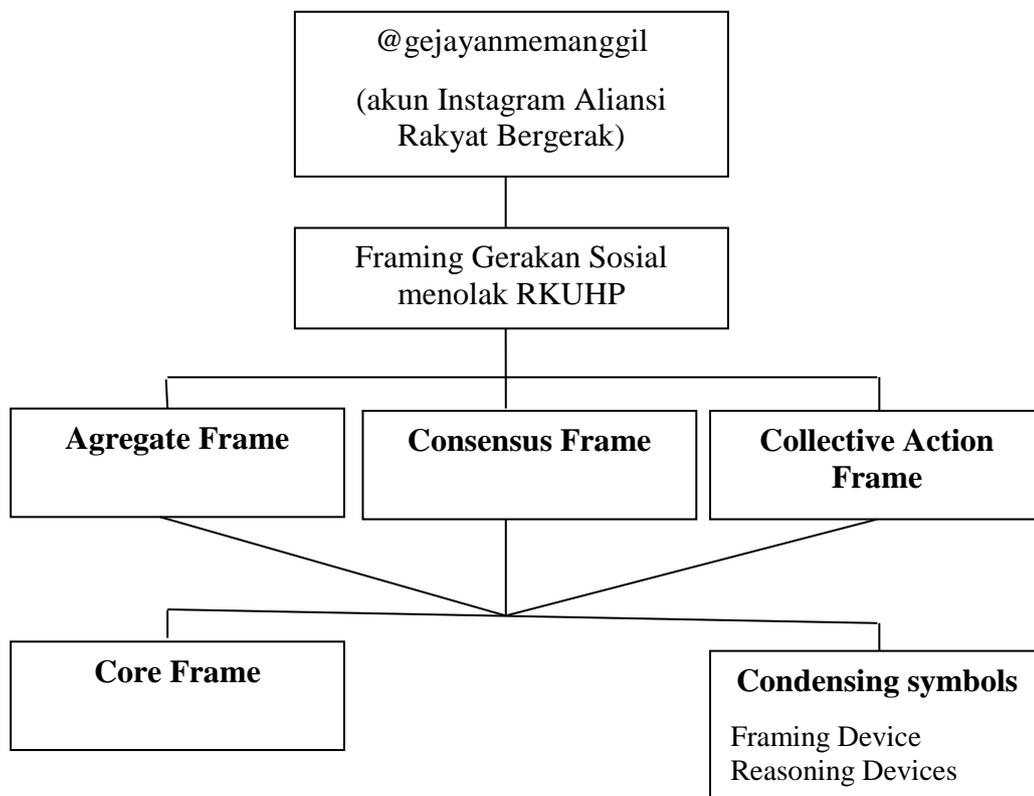
Didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media—berita dan artikel, terdiri atas *package* interaktif yang mengandung makna tertentu. Di dalam *package* ini terdapat dua struktur, yaitu *core frame* dan *condensing symbols*. Struktur pertama merupakan pusat organisasi elemen-elemen ide yang membantu komunikator untuk menunjukkan substansi isu yang tengah dibicarakan. Sedangkan struktur yang kedua mengandung dua substruktur, yaitu *framing devices* dan *reasoning devices*. *Frame* merupakan inti sebuah unit besar wacana publik yang disebut *package*. *Framing analysis* yang dikembangkan Gamson dan Modigliani memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi (*interpretatif package*) saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu.

Adapun dimensi framing yang dipergunakan sebagai berikut: Dalam pandangan Gamson, framing dipahami sebagai seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu. Ide sentral ini akan didukung oleh perangkat wacana lain sehingga antara satu bagian wacana dengan bagian lain saling kohesif - saling mendukung. Misalnya dari pemakaian kalimat, kata, metafora, dan sebagainya, yang semua elemen tersebut saling mendukung, saling isi mengisi menuju satu titik pertemuan: ide sentral dari suatu berita. Metaphors: perumpamaan atau mengandaian. Catchphrases: frase yang menarik kontras, menonjol, dalam suatu wacana, Ini umumnya berupa jargon atau slogan. Exemplar: mengaitkan bingkai

dengan contoh, uraian (perbandingan) yang memperjelas bingkai. Depiction: penggambaran suatu isu yang bersifat konotatif, umumnya berupa kosa kata, leksikon untuk melabeli sesuatu. Visual Image: berupa gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Roots: analisis kausal atau sebab akibat. Appeals to principle: premis dasar, klaim-klaim moral. Consequences: efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.

Kerangka konseptual penelitian ini selanjutnya bisa dilihat pada Gambar di bawah ini.

Gambar 1.5 Kerangka Konsep



F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi Kualitatif, jenis penelitian diklasifikasikan berdasarkan :

a. sifat

penelitian ini bersifat deskriptif yaitu untuk mendeskripsikan framing gerakan sosial menolak RKUHP di akun media sosial Instagram @gejayanmemanggil.

b. Penerapan

Penelitian ini merupakan penelitian dasar untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya studi analisis framing dan gerakan sosial.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 2 bulan yaitu mulai bulan April 2020 sampai dengan bulan juni 2020. Penelitian ini dilakukan berdasarkan observasi awal melalui media sosial Instagram @gejayanmemanggil. Postingan yang penulis akan teliti adalah gambar yang diunggah pada bulan september 2019 hingga November 2019. Bulan September dan November merupakan bulan dimana bulan September merupakan bulan dimana pertama kalinya akun Instagram @gejayanmemanggil memulai postingan pertama penolakan RKUHP, dan bulan November merupakan bulan terakhir akun instagram @gejayanmemanggil memposting konten terakhir penolakan terkait RKUHP.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil observasi pada akun media sosial Instagram @gejayanmemanggil dan wawancara dengan narasumber yang bertindak sebagai actor-aktor di dalam Aliansi Rakyat bergerak ,

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari postingan yang ada di sosial media serta dokumentasi aliansi rakyat bergerak, dokumen, dan literatur yang terkait dengan Framing Gerakan sosial menolak RKUHP.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data yang mengacu pada pendekatan kualitatif yang dimana untuk mengetahui framing gerakan sosial menolak RKUHP pada postingan di akun instagram @gejayanmemanggil . Sebab itu, penulis akan menggunakan analisis framing sebagai alat analisis untuk menjelaskan bagaimana framing gerakan sosial menolak RKUHP dengan menggunakan model analisis framing William A. Gamson dan Modigliani, yaitu: Core Frame sebagai ide sentral, Condensing Symbols (Framing Device dan Reasoning Device).

Gambar 1.6 Model Analisis Framing William A. Gamson dan Modigliani

| Core Frame | |
|------------------------|--------------------------|
| Framing Devices | Reasoning Devices |
| Metaphors | Roots |
| Exemplars | Appeal to principle |
| Catchprases | Consequences |
| Depictions | |
| Visual Images | |

(Sumber : Buku Analisis Framing, Eriyanto : 2002)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. New Media

Pada era komunikasi interaktif saat ini, *new media* yang merupakan media yang sangat berkembang. Media yang dimaksudkan disini mencakup media digital, jaringan teknologi informasi dan komunikasi pada akhir abad ke-20. *New media* atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110).

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Pakar komunikasi Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa (2011) menjelaskan, ciri utama utama media baru yaitu:

- A. Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas).
- B. Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan.
- C. Interaktivitasnya.
- D. Kegunaan beragam sebagai karakter yang terbuka.
- E. Sifatnya yang ada di mana-mana.

Media baru memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. Bidang Pendidikan.

Dapat dijadikan sebagai sarana untuk belajar dan saling bertukar informasi dan dapat digunakan untuk mencari sebuah sumber informasi baru, seperti Wikipedia, serta sekarang sudah ada system baru yang disebut E-Learning yang tentu saja semakin memudahkan system pembelajaran.

2. Bidang Bisnis.

Berguna sebagai perantara jual beli secara online, sehingga memudahkan para penjual dan pembeli untuk dapat bertransaksi dengan cepat dan mudah. Bisa mengetahui semua harga pasar dalam melakukan usaha dan dapat melihat kondisi pasar dalam melakukan usaha yang sedang hits.

3. Bidang Sosial.

Media baru sangat berpengaruh besar dalam hal seperti ini atau yang biasa disebut jejaring sosial, contohnya facebook, twitter, what's up, youtube, dll. Dapat digunakan sebagai media untuk hiburan atau bersenang-senang, contohnya game online, dll.

4. Bidang Informasi.

Sebuah arus informasi yang dapat dicari dengan mudah dan cepat karena dapat diakses di mana saja dan kapan saja tanpa terbatas ruang dan waktu. Media baru *memegang* peranan yang sangat penting dalam hal ini, karena dapat berfungsi sebagai pemberi informasi atau memberitahukan kabar-kabar yang terbaru untuk para semua pembacanya, contohnya adalah kompas.com dan detikcom.

5. Bidang Pekerjaan.

Sebagai media yang digunakan untuk mencari, memberitakan, dan memuat sebuah lowongan pekerjaan yang dapat memudahkan para pencari kerja untuk melamar pekerjaan yang mereka inginkan, contohnya adalah jobdesk. Sebagai media komunikasi yang sangat efisien dan kita dapat melakukan komunikasi dengan orang lain walaupun berada di tempat yang jauh sekalipun, bahkan dapat melakukan tatap muka dengan aplikasi video conference.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai politik yang dikemas dalam bentuk humor. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media ekspresi pendapat yang paling mudah untuk dijangkau.

Menurut Chris Brogan (2010:11) dalam bukunya yang berjudul *Media sosial 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan media sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.

Selain itu, media sosial menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur.

Definisi lain media sosial Menurut Thoyibie (2010), media sosial adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.

Media sosial mampu menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan kemampuan media ini manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan

kapanpun, tanpa peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam.

Media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya kecil bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang besar dalam sedetik bisa menjadi kecil dengan media sosial.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan didapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autisme, dll.

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll.

2. Fungsi Media Sosial

Media sosial memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat, peranan tersebut tidak terlepas dari informasi yang saling ditukarkan dan mempunyai makna dan pada akhirnya memberikan fungsi-fungsi bagi penggunaannya, dimana fungsi tersebut antara lain:

- a. Memberi informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat, menunjukkan adanya hubungan kekuasaan, serta memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.

- b. Memberi informasi tentang korelasi yang bersifat menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, melakukan sosialisasi, dan membentuk konsensus.
- c. Memberi informasi tentang hal yang berkesinambungan meliputi peningkatan dan pelestarian nilai-nilai; mengekspresikan budaya dominan dan mengakui budaya khusus.
- d. Memberi hiburan untuk meredakan ketegangan social, mengalihkan perhatian dan saran relaksasi.
- e. Mobilisasi untuk mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan pekerjaan dan agama (Mc Quail, 2011).

Penggunaan Social Media yang harus dilakukan oleh pengguna (*user*) sebaiknya memerhatikan empat C: *Content*, *Context*, *Connectivity*, dan *Conversation*. Pertama *content* yang diunggah kedalam sebuah *website* jejaring sosial, konten tersebut harus mempunyai nilai-nilai tertentu seperti nilai seni, nilai historis, konten yang sifatnya menginformasikan, mendidik, dsb. Konten tersebut dapat berupa: foto, video, blogspot, artikel, dll.

Berikutnya yang kedua *context* disini merupakan tools untuk pendistribusian dari content yang dibuat, seperti di dalam sebuah blog, jejaring sosial, bookmarking site, media sharing seperti youtube, flickr, dsb.

Selanjutnya ketiga *connectivity* tidak lain adalah sharing dari content yang diunggah dengan tujuan untuk menghubungkan dengan user lain yang mempunyai minat yang sama.

Sehingga tahapan akhir yang keempat adalah *conversation* dimana setelah terhubung dengan pengguna lain diharapkan dapat melakukan percakapan secara kontinu dengan menggunakan Twitter, menulis *wall* di Facebook, dan jenis jejaring sosial lainnya (Safko, 2009).

Media sosial menjadi populer digunakan karena kekuatan hubungan, komunikasi, jaringan dan interaktivitas yang dirasakan oleh pengguna. Mereka menggunakan media sosial untuk hubungan personal di dalam pertemanan, untuk kepentingan politik dan untuk mendukung kesuksesan bisnis tertentu ataupun inti dari bisnis tersebut adalah media sosial itu sendiri.

Menurut Lon Safko (2009), media sosial terbagi menjadi beberapa kategori yaitu *social networking*, *publish*, *photo sharing*, audio, video, *microblogging*, *livecasting*, *virtual worlds*, *gaming*, *productivity applications*, *aggregator*, RSS, *search*, *mobile*, dan interpersonal.

Blog adalah kependekan dari *Weblog*, istilah yang pertama kali digunakan oleh Jorn Barger pada bulan Desember 1997. Jorn Barger menggunakan istilah *Weblog* untuk menyebut kelompok *website* pribadi yang selalu update secara kontinu dan berisi *link-link* ke *website* lain yang mereka anggap menarik disertai dengan komentar-komentar mereka sendiri.

Selanjutnya terdapat *Micro-Blogging* dapat berupa teks yang terdiri dari 140 karakter, photo dan video yang berdurasi 10 detik, fungsi dari *MicroBlogging* ini tetap sama dengan Blog biasa, yaitu untuk membahas suatu topik tertentu, akan tetapi karena kapasitas dari konten ini sangat sedikit maka penggunaan akan kontennya sangatlah tematik dan spesifik saja, seperti

konten yang berisi kehidupan sehari-hari saja, perkembangan bisnis saja, berita otomotif, kegiatan-kegiatan politik terbaru, dan lain-lain. (Mc Quail, 2011).

Didalam *Microblogging* ini pengguna juga dapat terkoneksi dengan teman-teman yang diinginkan contoh-contohnya adalah: Twitter, Plurk, Pownce, Jaiku, Avatars, united, Bebo, Facebook, LinkedIn, MySpace, Orkut, Skyrock, Netlog, Hi5, Gigli, LiveConnector.

Produksi informasi yang awalnya bersifat elitis, atau berasal dari sedikit orang kemudian didistribusikan ke banyak orang, sekarang menjadi masalita atau bergerak dari banyak orang menuju ke lebih banyak orang lagi. Kemunculan media baru membuat semua orang dapat menjadi pengisi dan penyebar konten informasi, bukan hanya sekedar penerima saja. Hal ini jelas menggambarkan perubahan yang sangat besar dalam komunikasi karena adanya media sosial.

Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter merupakan sarana baru untuk menjangkau publik dimana mereka berinteraksi dengan teman-teman mereka, dan dalam cara yang jauh lebih efisien dari sebelumnya. Setiap perintah perhatian puluhan juta orang setiap. Sebagai contoh, Facebook merupakan media sosial yang memiliki pengguna terbanyak di dunia, yakni hampir mendekati angka 2 miliar pengguna aktif. Instagram memiliki 600 juta pengguna di akhir tahun 2016 dan YouTube yang mendapat lebih dari 100 juta video setiap hari.

Dengan memanfaatkan teman koneksi di situs-situs sosial menawarkan kesempatan untuk menerobos hiruk-pikuk media. Di situs seperti Facebook, orang-orang terpercaya menyebarkan pesan-pesan. Teknologi sosial dapat membantu advokasi, penyuluhan, kampanye serta sosialisasi kebijakan instansi pemerintah.

Sangat penting untuk dicatat bahwa hubungan yang mengarah jangka panjang pada publik paling berdedikasi datang melalui layanan publik yang baik dan komunikatif. Ini juga dapat difasilitasi melalui teknologi sosial. Namun teknologi bukanlah pengganti untuk hubungan manusia inti yang mendorong citra pemerintah- melainkan merupakan peningkatan dan amplifikasi dari mereka ke koneksi personal.

Fakta bahwa citra personal masih harus dipegang untuk semua instansi pemerintah dengan menggunakan alat-alat media baru. Media sosial hanya sebuah bab dalam cerita berkesinambungan dari media baru. Media sosial muncul sebagai kategori untuk mendokumentasikan meningkatnya platform interaktif, saluran dan layanan yang memberi jalan untuk demokratisasi informasi.

3. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut (Nasrullah, 2015) yaitu: (1) Jaringan (*network*); (2) Informasi (*information*); (3) Arsip (*archive*); (4) Interaksi (*interactivity*); (5) Simulasi sosial (*simulation of society*); (6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*).

Menurut Juju dan Sulianta, media sosial memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media tradisional, yaitu:

a. Transparansi

Segalanya tampak keterbukaan karena elemen dan materinya memang ditujukan untuk konsumsi publik atau sekelompok orang.

b. Dialog dan Komunikasi

Di dalamnya akan terjalin suatu hubungan yang sepenuhnya berupa komunikasi, misalnya antara *brand* dengan para penggemarnya.

c. Jejaring Relasi Hubungan

Antara elemen-elemen penyusun akan terjalin dan juga relasi ini akan terbentuk pula antara individu atau kumpulan individu atau suatu perwakilan yang dimotori oleh individu.

d. Multi Opini

Setiap orang akan berargumen dan setiap orang memiliki pandangan yang relatif, entah itu benar, salah satu berada dalam *grey area* ini tertuang dalam wujud komunikasi sebagai medianya.

e. Multi Form

Wujudnya dapat berupa social media *press release*, *video news*, internet dan elemen penyusun lainnya, komunitas jejaring sosial sebagai influencer atau kombinasi diantaranya (Juju & Sulianta, 2010).

Media Society merupakan kelompok masyarakat yang peduli terhadap media massa dan dinamika media sosial. Sementara media sosial adalah sebuah media baru yang memiliki fleksibilitas dan penyebaran informasi. McQuail menjabarkan karakter media sosial yaitu interaktif, menjembatani perbedaan, otonomi, menghibur dan bersifat personal. Dari karakteristik tersebut terlihat bahwa media sosial dapat dijadikan andalan dalam berkomunikasi secara efektif, efisien dan progresif.

Penggunaan media sosial dalam berkomunikasi adalah penting terutama ketika organisasi ataupun instansi pemerintah berupaya membentuk citra dirinya. Media sosial harus dapat menggunakan simbol-simbol, strategi penyampaian pesan serta fungsi pemberitaan yang sejalan dengan tuntutan masyarakat.

Alat komunikasi utama pada semua platform media sosial adalah pesan biasa, pesan singkat-tweet, update status, update video, atau foto-yang dikirim pengikut organisasi secara berurutan di Instagram, Facebook, Twitter, atau Youtube. Sebagai hasilnya penelitian terbaru media sosial ini, di keduanya konteks umum organisasi (Lovejoy & Saxton, 2012), sebaik dalam konteks advokasi organisasi, akhirnya fokus pada pesan asli organisasi yang dikirimkan. Misalnya, dalam sebuah studi dari tweet (pesan twitter) yang dikirim oleh 150 organisasi advokasi besar, Guo dan Saxton (2014)

menemukan taktik advokasi yang paling umum tercermin dalam tweet adalah pendidikan umum dan lobi dengan sumbangsi beberapa penelitian, membangun koalisi, acara publik / Aksi langsung, dan pendaftaran pemilih dan pendidikan. Ada beberapa contoh dari advokasi media, lobi administrasi, lobi langsung, atau advokasi peradilan.

Lebih lanjut studi di atas, akademisi belum menguji, kemampuan penyuluhan melalui media sosial. Berbagai pendekatan, potensial bisa dicapai, seperti melihat dampak perubahan sikap atau kebijakan. Tidak diragukan lagi, akademisi komunikasi dan hubungan masyarakat telah menemukan alternatif yang menarik: meneliti hubungan antara pesan media sosial organisasi dan reaksi khalayak langsung yang diwujudkan dalam bentuk tindakan seperti menyukai, memberi komentar, atau berbagi pesan organisasi di facebook atau retweet (berbagi) atau sukai (pengarsipan) pesan di Twitter (Saxton & Waters, 2014).

C. Instagram

Berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, Inc., merupakan sebuah teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di

dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata 'insta' berasal dari kata 'instan', seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan 'foto instan'. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, Sedangkan untuk kata 'gram' berasal dari kata 'telegram', dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Meskipun merupakan aplikasi baru, pengguna Instagram telah mencapai 1 juta orang pada Desember 2010. Awal Januari 2011 Instagram menambahkan Hashtags untuk lebih memudahkan pengguna menemukan foto yang mereka cari. Sebulan berselang, Instagram mengumumkan kemajuan finansial sebesar US\$7 juta berkat dukungan para investor. Kesepakatan tersebut membuat nilai jual Instagram melonjak ke angka US\$ 25 juta. Hal ini semakin menguatkan posisi Instagram sebagai salah satu aplikasi yang paling

banyak diminati. Terbukti pada Juni 2011 mereka mengumumkan telah memiliki sekitar 5 juta pengguna. Belum genap satu tahun semenjak peluncurannya atau pada Agustus 2011, tercatat sebanyak 150 juta foto diunggah ke Instagram.

Pada bulan September di tahun yang sama, mereka meluncurkan versi 2.0 di App Store dengan menambahkan fitur baru. Jumlah pengguna pun semakin meningkat menjadi 10 juta. Kini, pengguna Instagram di iOS diklaim melebihi 30 juta. Pada awal April 2012 lalu, mereka merilis aplikasinya dalam versi Android. Sesuai dugaan, hanya dalam waktu satu hari Instagram Android diunduh sebanyak 1 juta kali. Nilai jual mereka pun mencapai US\$500 juta (Rp4,5 triliun). Beberapa penghargaan sempat diraih oleh Instagram dan para punggawanya. Berikut beberapa penghargaanannya:

- Runner-up "Best Mobile App" 2010 oleh TechCrunch
- Kevin mendapat peringkat ke-66 dalam "The 100 Most Creative People.
- "Best Locally Made App" di SF Weekly Web Awards.
- Terpilih sebagai "App of the Year 2011" oleh Apple.

1. Fitur-fitur dalam instagram

Pengikut / Followers / Teman

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti (following) akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut (followers) akun Instagram miliknya. (Pengikut disini berarti teman).

Mengunggah Foto

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam device tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

Efek Foto

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam fitur tersebut.

Judul Foto

Setelah foto tersebut diposting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri atau pun ke jejaring sosial lainnya.

Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat mengikuti pengguna dalam

perbincangannya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat mengikutkan pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto.

Label Foto

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”. Dengan demikian bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan.

Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam device mereka tersebut. Dengan demikian iDevice tersebut dapat mendeteksi lokasi dimana para pengguna Instagram tersebut berada.

Tanda Suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di dalam Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain.

Popular

Bilamana sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang dimana tempat tersebut menjadi sebuah kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut pun juga dapat bertambah lebih banyak juga.

Instagram Direct

Layanan Instagram Direct memang menjadi salah satu fitur terbaru Instagram. Pada dasarnya, fitur ini memungkinkan penggunaanya berkirim pesan secara pribadi. Sayangnya, masih belum banyak orang memanfaatkan fitur ini. Caranya juga simpel, di home Instagram, tap ikon inbox di pojok kanan atas. Setelah itu Anda bisa mengirim foto langsung, lengkap dengan caption ke orang yang Anda hendak kirim.

2. Peraturan di Instagram

Sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari Instagram, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting di dalam Instagram adalah dimana mereka sangat melarang keras untuk foto-foto yang berbau pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta ijin terlebih dahulu.

3. Fungsi utama Instagram

Sama halnya dengan situs pertemanan lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fungsi utama sebagai media sosial, berikut beberapa fungsi utama dari Instagram:

- Publikasi Kegiatan Sosial
- Publikasi Organisasi

4. Pendiri Instagram

Kevin Systrom (CEO, co-founder)

Kevin lulus dari Stanford University pada tahun 2006 dengan gelar BS dalam Manajemen Science & Engineering. Dia punya selera pertamanya dunia startup ketika ia magang di Odeo yang kemudian menjadi Twitter. Dia menghabiskan dua tahun di Google dan yang terakhir di mana dia bekerja pada tim Pengembangan Perusahaan. Kevin memiliki gairah untuk produk sosial yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan lebih mudah, dan dikombinasikan dengan semangat untuk fotografi Instagram adalah cocok alami.

Mike Krieger (co-founder)

Mike juga lulus dari Stanford University di mana ia belajar Sistem Simbolik dengan fokus di Interaksi Manusia Komputer. Selama undergrad, ia magang di tim PowerPoint Microsoft sebagai PM dan di Foxmarks sebagai pengembang perangkat lunak. Dia menulis tesis Master-nya tentang bagaimana antarmuka pengguna yang lebih baik dapat mendukung kolaborasi dalam skala besar. Ia bekerja di Meebo selama satu tahun setengah sebagai pengalaman pengguna desainer dan sebagai insinyur front-end sebelum bergabung dengan tim Instagram melakukan desain dan pengembangan.

D. Framing Dalam Gerakan Sosial

Frame adalah sebuah skema interpretasi, dimana gambaran dunia yang dimasuki seseorang diorganisasikan sehingga pengalaman tersebut menjadi punya arti dan bermakna (Goffman *dikutip* Yanto, 2002). Menurut Pan dan Kosicki (*dikutip* Yanto, 2002), terdapat dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan.

Pertama, dalam konsepsi psikologi. *Framing* dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Skema adalah teori yang berasal dari bidang keilmuan psikologi yang menjelaskan mengenai bagaimana seseorang menggunakan struktur kognitifnya dalam memandang dunia seseorang, lingkungan dan peristiwa dalam pandangan atau perspektif tertentu. Skema dapat menimbulkan efek yang kuat pada tiga proses dasar: perhatian atau atensi (*attention*), pengodean (*encoding*), dan mengingat kembali (*retrival*) (Baron dan Donn, 2003). *Frame* menawarkan penafsiran atas berbagai realitas sosial yang berlangsung setiap hari.

Kedua dalam perspektif sosiologis, *frame* berfungsi membuat realitas menjadi teridentifikasi, dipahami dan dimengerti dengan label tertentu. Menurut Goffman *dikutip* Yanto (2002), *frame* secara aktif mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan pengalaman hidup seseorang agar orang tersebut dapat memahaminya.

Menurut Snow *dikutip* Klandermans dan Suzanne (2002), *frame* merupakan *interpretative schemata* yang membuat partisipan dalam

menempatkan, menerima dan melabeli suatu hal. Oleh karena itu Klandermans dan Suzanne (2002) berpendapat bahwa *frame* memiliki elemen-elemen yang terdiri dari:

- a. Frame memiliki content.
- b. Frame merupakan struktur kognitif atau skema.
- c. Frame terdapat pada diri individu maupun lingkungan sosialnya. Frame merupakan skema kognitif seorang individu, skema ini berguna dalam membangun aksi kolektif apabila individu tersebut berbagi skema yang ia miliki kepada individu lain yang memiliki skema yang sama dalam suatu aksi yang memiliki suatu pola.
- d. Frame merupakan struktur kognitif seseorang dan hasil pengembangan proses kognitif. Berdasarkan hal ini, penelitian mengenai framing dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu : (1) memandang framing sebagai suatu kegiatan penting dalam mengembang pergerakan dengan menyebarkannya melalui frame alignment processes, dan (2) memandang frame sebagai content dan struktur, yang mengungkapkan intrepertasi partisipan ataupun pemimpinnya mengenai suatu hal dalam suatu waktu.
- e. *Frame are based on text*, *frame* dalam konteks ini dapat ditemukan dalam dokumen tertulis, komunikasi verbal yang terdiri dari percakapan, pidato, slogan, lagu, representasi secara visual yang terdiri dari gambar, ilustrasi kartun dan gabungan dari ketiganya. Sehingga *frame* biasanya dapat

ditemukan melalui wawancara partisipan, analisa dokumen, pidato, slogan, dan lagu.

Menurut Charlotte *dikutip* oleh Klandermans dan Suzanne (2002) elemenelemen *frame* di dalam suatu media komunikasi terdiri dari:

- a. Isu utama,
- b. Solusi yang ditawarkan dalam *frame* atau diagnosis dan prognosis,
- c. Simbol-simbol yang digunakan seperti gambar-gambar, metamorfosa, contoh sejarah, stereotip, dan *catch phrase*,
- d. Argumen pendukung

Menurut Robert N. Entman (*dikutip* Yanto, 2002), *framing* merupakan proses seleksi bagi berbagai realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu menonjol dibandingkan aspek lain. Sedangkan menurut William A. Gamson (*dikutip* Yanto, 2002), *framing* merupakan suatu cara menyampaikan gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa. Cara menyampaikan gugusan ide tersebut terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*), kemasan tersebut merupakan skema atau struktur pemahaman yang digunakan oleh seorang individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ingin disampaikan, serta menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

Analisis framing merupakan salah satu metode analisis media yang biasa digunakan untuk mengetahui isi pesan dari media massa sekarang ini. Analisis framing diterapkan untuk mengetahui cara media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. (Eriyanto, 2012:7).

Eriyanto (2012:11) juga menyatakan, ada dua esensi utama dari framing. Yaitu, bagaimana peristiwa dimaknai. Hal tersebut berhubungan dengan bagian yang tercantum di isi media ataupun tidak. Yang kedua adalah bagaimana fakta itu ditulis. Poin ini berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, dan visual untuk mendukung gagasan.

Ia menambahkan, bahwa analisis framing termasuk ke dalam paradigm konstruksionis. Oleh sebab itu, perlu ada pembahasan paradigm konstruksionis tersebut diterapkan dan dipakai di media. (2012:12).

Hal itu dikarenakan *framing* digunakan media untuk lebih menonjolkan atau lebih menampilkan beberapa aspek tertentu sesuai kepentingan media dan si penciptanya. Dengan seperti itu, masyarakat hanya lebih mengetahui aspek-aspek yang lebih ditonjolkan tersebut.

Sobur (2009:161) menjelaskan pada dasarnya analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Beterson lah orang pertama yang memaparkan konsep ini pada tahun 1955. Pada awalnya, frame diartikan sebagai struktur atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Lalu, Goffman pada tahun 1974 membantunya untuk mengembangkannya sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membawa para pembaca dalam membaca realitas.

Ada pula beberapa model Framing yang berbeda-beda. Berikut ini, beberapa pengertian dari Eriyanto tentang model-model Framing oleh para ahli:

Tabel 2.1. Pengertian Analisis Framing menurut para ahli

| | |
|--|--|
| Robert N. Entman | Proses seleksi dari beberapa aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi yang besar daripada sisi yang lain. |
| William A. Gamson dan Andre Modigliani | Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. |

| | |
|----------------------------------|--|
| Todd Gitlin | Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, penekanan, pengulangan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas. |
| David E. Snow dan Robert Benford | Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu. |
| Amy Binder | Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk |

| | |
|--|---------------------------|
| | mengerti makna peristiwa. |
|--|---------------------------|

(Sumber: Eriyanto, 2012)

Menurut Eriyanto (2012:156), William Gamson adalah salah satu ahli yang paling banyak menulis mengenai framing Gamson adalah seorang sosiolog, namun ia menaruh minat terhadap studi media. Pusat perhatian Gamson terhadap gerakan sosial. Pengamatan awalnya tentang framing berkaitan dengan gerakan sosial. Menurutnya, keberhasilan gerakan sosial terletak pada bagaimana peristiwa dibingkai sehingga menimbulkan tindakan kolektif tersebut dibutuhkan penafsiran dan pemaknaan simbol yang biasa diterima secara kolektif. Maka, tolak ukur keberhasilan dari suatu gerakan sosial tergantung dalam beberapa hal. Salah satunya yaitu keberhasilan dalam mendefinisikan masalah sosial, penjelasan masalah, dan bagaimana masalah itu diselesaikan.

Menurut Gamson, gerakan sosial membutuhkan tiga bingkai *frame*. Pertama: *aggregate frame*. Yaitu pendefinisian isu sebagai masalah sosial. Kedua: *consensus frame*. Yaitu pendefinisian yang berkaitan dengan masalah sosial hanya diselesaikan oleh tindakan kolektif. Ketiga: *collective action frame*. Yaitu pendefinisian yang berkaitan dengan alasan dibutuhkannya tindakan kolektif. (2012:258)

Untuk mengetahui *collective action frame*, bingkai ini juga dibantu oleh sub tiga bingkai lainnya, yaitu: *Injustice frame* yang ditandai dengan konstruksi peristiwa, *Agency frame* berhubungan dengan pembentukan

konstruksi siapa kawana atau lawan, dan Identify frame untuk mengidentifikasi perbedaan individu dengan individu lainnya. Seluruh proses tersebut terlihat memberikan proses dari kelahiran samapai kematangan kesadaran kolektif. (2012:258)

Analisis Framing, Gamson gagasan bersama Andre Modigliani. Mereka menggagas bahwa Analisis framing merupakan cara pandang yang digunakan untuk wartawan menyeleksi isu. Perspektif ini menekankan pada cara menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana isi media tersebut. (2012:261)

Mereka menyebutnya sebagai kemasan (*package*). Mereka beranggapan bahwa frame adalah cara bercerita atau gugusan ide yang terorganisir sedemikian rupa yang menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Kemasan (*package*) merupakan rangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa apa yang relevan. (2012: 262).

Eriyanto menambahkan bahwa dalam model Gamson dan Modigliani ini, keadaan *package* tergantung dari adanya gagasan sentral yang didukung oleh perangkat-perangkat wacana seperti: kata, kalimat, dan bantuan visual gambar atau grafis. Kemudian, semua elemen tersebut mengarah kepada suatu ide dan mendukung ide sentral dari isi media tersebut.

| | |
|---|--|
| Frame Central organizing idea for making sense of relevant event, suggesting what is at issues | |
| Framing device Penggunaan kata, kalimat, dan grafis | Reasoning Device Korelasi antara teks dengan gagasan tertentu |
| 1. <i>Metaphors</i> 2. <i>Catchphrase</i> 3. <i>Exemplar</i> 4. <i>Depictions</i> 5. <i>Visual Images</i> | 1. <i>Roots</i> 2. <i>Appeal to Principle</i> 3. <i>Consequence</i> |

(Gambar 2.1. Perangkat Framing Model Gamson dan Modigliani (Sumber: Eriyanto, 2012: 262))

Adapun penjelasan mengenai delapan unsur dari perangkat framing tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Metaphors* dipahami sebagai cara memindahkan makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata *seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana*. *Metaphors* memiliki arti dan peran ganda; pertama sebagai perangkat diskursif, dan ekspresi mental. Kedua, berasosiasi dengan asumsi atau penilaian, serta memaksa realitas dalam teks untuk membuat sense tertentu.
2. *Catchphrases* adalah bentuk kata atau istilah (frase) yang mencerminkan sebuah fakta yang merujuk pemikiran atau semangat sosial demi mendukung kekuatan tertentu. Dalam sebuah teks atau dialog, wujudnya berupa jargon, slogan, atau semboyan yang ditonjolkan.

3. *Exemplars* adalah cara mengemas atau menguraikan fakta tertentu secara mendalam agar memiliki makna yang lebih untuk dijadikan rujukan. Posisinya menjadi pelengkap dalam kesatuan wacana atau bingkai pada sebuah teks atau dialog mengenai isu tertentu. Tujuannya untuk memperoleh pembenaran isu sosial yang sedang diangkat, bisa berupa contoh, uraian, teori, dan perbandingan yang bisa memperjelas bingkai.

4. *Depictions*, penggambaran fakta atau isu tertentu dengan menggunakan kalimat konotatif, istilah, kata, leksikon untuk melabeli sesuatu supaya tertentu supaya khalayak terarah ke citra tertentu. Dengan tujuan menguatkan harapan, kekuatan, posisi moral, dan perubahan. Serta pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, sehingga mampu menempatkan seseorang atau pihak tertentu pada posisi tidak berdaya karena kekuatan konotasinya mampu melakukan kekerasan simbolik.

5. *Visual images*, adalah perangkat yang dalam bentuk gambar, diagram, grafik, diagram, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mendukung dan menekankan pesan yang ingin ditonjolkan. Misalnya perhatian, penegasan, atau penolakan terhadap isu tertentu. Sifatnya natural, sangat mewakili realitas atau isu tertentu dan erat dengan ideologi pesan terhadap khalayak.

6. *Roots* (analisis kausal), pemberatan isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya hal yang lain. Tujuannya untuk membenarkan penyimpulan fakta berdasarkan hubungan sebab-akibat yang digambarkan atau dijabarkan.

7. *Appeal to Principle* adalah upaya memberikan alasan tentang kebenaran suatu isu dengan menggunakan logika dan klaim moral, pemikiran, dan prinsip untuk mengkonstruksi realitas. Berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran, dan sejenisnya. Fokusnya, memanipulasi emosi agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, serta cara tertentu.

8. *Consequences* adalah konsekuensi yang didapat pada akhir pembedaan tentang suatu isu tertentu dalam teks atau dialog dalam media yang sudah terangkum pada efek atau konsekuensi dalam bingkai.