

**ANALISIS *FRAMING* SOSOK AMBARITA DALAM  
TAYANGAN PROGRAM TELEVISI *THE POLICE TRANS 7***



**OLEH:  
WILDAN MAULANA  
E021171324**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

**ANALISIS *FRAMING* SOSOK AMBARITA DALAM  
TAYANGAN PROGRAM TELEVISI *THE POLICE TRANS 7***

**OLEH :**

**WILDAN MAULANA  
E021171324**

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

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**



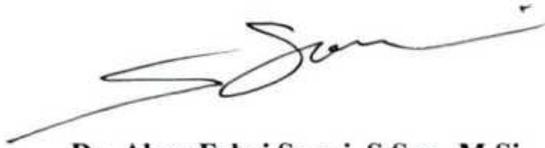
## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis *Framing* Sosok Ambarita Dalam Tayangan  
Program Televisi The Police Trans 7  
Nama Mahasiswa : Wildan Maulana  
NIM : E021171324

Makassar, 5 April 2024

Menyetujui,

Pembimbing I



**Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197312212006041002

Pembimbing II



**Rahmatul Furgan, S.I.Kom., MGMC**  
NIP. 199008122020121006

Mengetahui,

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



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



## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Wildan Maulana

NIM : E021171324

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

### ANALISIS FRAMING SOSOK AMBARITA DALAM TAYANGAN PROGRAM TELEVISI THE POLICE TRANS 7

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 26 April 2024

Yang Menyatakan



Wildan Maulana



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian ini sebagai syarat awal untuk melakukan penelitian skripsi untuk menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. Proposal ini berjudul “Analisis Framing sosok ambarita dalam tayangan program televisi *the police trans 7*”.

Shalawat dan salam tak lupa saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi’I dan tabiut tabi’in yang telah mengantarkan umatnya dari masa yang gelap dan jahil menjadi masa yang terang seperti sekarang. Penyusunan proposal penelitian yang merupakan salah satu syarat menyelesaikan studi ini dapat terlaksana hingga sekarang dengan banyak keterlibatan dan dukungan besar dari banyak pihak.

Penulis berharap agar proposal yang diajukan dapat diterima dan diberi kritik maupun saran yang membangun sehingga penelitian yang akan dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien serta bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis dan semua pihak yang terlibat. Terima kasih.

Makassar, 20 Maret 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI .....	iii
PENYATAAN KEASLIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
D. Kerangka Konseptual .....	11
E. Definisi Konseptual .....	20
F. Metode Penelitian .....	21
G. Teknik Analisis Data .....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Media Massa .....	23
B. Konstruksi Sosial dalam Media .....	28
C. Realty Show .....	42
D. Analisis Framing .....	45
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	49
A. Profil Program The Police.....	49
B. Profil Bripta M.P.A Ambarita.....	52



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Hasil Penelitian .....	62
B. Pembahasan .....	84
BAB V PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN .....	115



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis <i>Framing</i> Model Robert N. Entman.....	52
Tabel 3.2 Judul Dalam Objek Penelitian.....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 <i>Kerangka Konseptual Penelitian</i> .....	2
Gambar1.2 The Entman Framing Analysis Method .....	6



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi opini publik, dan membentuk budaya. Penggunaan media massa sangat luas dan mencakup berbagai jenis media seperti televisi, radio, koran, majalah, dan media *online* (Baran & Davis, 2015)

Media massa biasanya memiliki redaksi yang bertugas untuk mengumpulkan, mengedit, dan mempublikasikan informasi serta berita kepada khalayak. Selain itu, media massa juga dapat memberikan opini dan analisis tentang peristiwa atau isu yang sedang berkembang. Melalui media massa, masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi dan pengetahuan, mengikuti perkembangan terbaru dalam berbagai bidang, dan mengambil keputusan yang lebih baik dalam kehidupannya. (Baran & Davis, 2015)

Peran media yaitu sebagai pembentuk makna (*the meaning construction of the press*). Media massa dalam hal ini memiliki kemampuan untuk membangun realita di lingkungan masyarakat, lalu dapat dimanfaatkan untuk beberapa kepentingan, seperti propaganda politik, promosi, *personal branding*, dan sebagainya. Interpretasi media massa tentang sebuah peristiwa secara radikal dapat

uk dan mengubah interpretasi suatu individu terhadap peristiwa tersebut . Morrison, 1991)



serta dapat mengubah tindakan individu tersebut. Realitas yang ada di media massa dapat dilihat sebagai realitas simbolik karena realitas yang sebenarnya terjadi tidak dapat dijangkau.

Intensitas penggunaan media massa di Indonesia cukup tinggi, terutama di era digital saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat dan telah mengubah pola konsumsi media masyarakat (Marketeers, 2023)

Konstruksi realitas dalam prosesnya didasarkan pada setiap upaya untuk “menceritakan” (mengkonseptualisasikan) suatu peristiwa, situasi, atau objek, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan politik, sebagai upaya membangun realitas. Dapat dikatakan bahwa media merupakan hasil dari berbagai pilihan yang dilakukan oleh pekerja media itu sendiri tentang realitas (David E. Morrison, 1991)

Ruang kerja media massa tidak terlepas dari hakikat dan fakta peristiwa yang dinarasikan, sehingga semua isi media tidak lain adalah realitas yang dikonstruksikan. Pembuat berita di media pada dasarnya mengarang realitas untuk membentuk cerita atau wacana yang bermakna. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa orang yang berada pada ruang kerja media atau jurnalis adalah orang yang paling dapat mengkonstruksi atau menentukan realitas itu sendiri. Pekerja media tersebut dimaknai sebagai *constructor of reality* (David E. Morrison, 1991)

Konstruksi media tidak hanya soal tampilan. McQuail kemudian menyajikan aturan umum untuk semua media, yang menyatakan bahwa kekuatan



mpengaruhi organisasi media memiliki pengaruh yang besar terhadap isi  
ada tiga bidang pengaruh utama dalam organisasi media, antara lain

manajemen, profesional media, dan pendukung teknis atau teknologi. Kemudian ketiga pihak ini berada di tengah medan pertempuran, diantara berbagai rintangan, larangan dan tuntutan, serta berbagai korporasi yang memberi pengaruh dan kekuasaan pada organisasi media (Morrison, 2010).

Engwall (1978) mengungkapkan gagasannya bahwa McQuail mengidentifikasi berbagai jenis hubungan atau relasi yang mempengaruhi fungsi media atau tempat kerja, serta peran organisasi media dan peran komunikasi massa, antara lain hubungan antara media dengan masyarakat, media dengan pemilik, pelanggan dan pemasok, hubungan dengan pemangku kepentingan, hubungan organisasi internal dan hubungan media dengan publik.

Stephen Reese berpendapat bahwa pesan media atau agenda media adalah hasil yang datang dari dalam dan luar organisasi media (Reese, S. D, 2001) Konten media dapat dikatakan sebagai kombinasi dari program internal, keputusan manajemen dan redaksional, dan pengaruh eksternal dari sumber non-media seperti *social influencer*, pejabat pemerintah, pengiklan, dan lainnya (Morrison, 2009).

Media saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Banyak orang telah menghabiskan banyak waktu untuk konten media, kehadiran perkembangan media televisi dan konvergensinya dengan media sosial kini mencapai puncaknya dengan munculnya pemberitaan atau konten investigasi yang tajam dan pemaparan bukti-bukti peristiwa.

Televisi adalah salah satu media massa paling populer di Indonesia.

besar rumah tangga di Indonesia memiliki setidaknya satu televisi. menyediakan berbagai jenis program mulai dari berita, hiburan, olahraga,



hingga acara pendidikan. Beberapa stasiun televisi besar di Indonesia termasuk TVRI, Trans TV, Trans 7, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, Metro TV, dan TVOne.

Jumlah penonton televisi (TV) di perkotaan seluruh Indonesia mencapai 130 juta orang pada tahun 2023 (Marketeers, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media yang populer bagi warga Indonesia. Oleh karena itu, televisi masih punya pengaruh besar dalam menyebarkan sebuah gagasan, pesan atau ideologi yang punya pengaruh dalam perilaku masyarakat.

Media televisi punya beragam cara dalam menyampaikan sebuah pesan. Dibutuhkan sebuah program dalam membingkai sebuah peristiwa atau fenomena yang hendak dibahas. Program televisi sendiri dibedakan dalam dua jenis, yakni program berita dan program non-berita. Program berita, biasanya berisi liputan berbagai peristiwa berita dan informasi lainnya, diproduksi secara lokal oleh stasiun televisi atau oleh suatu jaringan penyiaran lainnya. Contohnya seperti *news*, *talkshow*, atau dokumenter. Sedangkan, program non-berita adalah program yang isinya bukan berita dan cenderung bersifat menghibur para penonton dengan acara yang mereka saksikan seperti sinetron, acara musik atau *reality show*. Aspek hiburan sebenarnya menjadi daya tarik utama masyarakat bertahan menonton sebuah program televisi. Format program non-berita biasanya menjadi pilihan utama khalayak dari usia muda hingga tua karena aspek hiburannya.

Salah satu program non berita yang populer sebagai program televisi saat ini adalah *Reality Show*. *Reality show* adalah jenis program televisi yang



Ilkan kehidupan sehari-hari dari seseorang yang berpartisipasi dalam acara (Murray, S., & Ouellette, L, 2004) *Reality show* umumnya tidak di-script

dan bertujuan untuk memberikan tampilan yang lebih nyata tentang kehidupan dan interaksi para peserta. Jenis program non berita ini punya keunikan tersendiri karena mengkonstruksi sebuah realitas dalam media.

Salah satu program *Reality Show* yang menarik banyak khalayak adalah program yang menampilkan aktivitas kepolisian dalam menangani kriminalitas. *Reality show "The Police"* atau yang dalam bahasa Indonesia dikenal dengan "Patroli" merupakan salah satu acara televisi yang populer di Indonesia. Acara ini menampilkan kegiatan sehari-hari para polisi dalam menjalankan tugas mereka, mulai dari melakukan patroli, menangani kasus, hingga memberikan tindakan preventif kepada masyarakat. Acara ini pertama kali tayang pada tahun 2011 di salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia dan sejak itu terus mendapatkan popularitas. Acara ini telah mencapai musim ke-14 dan diikuti oleh jutaan penonton setiap minggunya. Pada dasarnya "*The Police*" merupakan program televisi Trans 7 yang menyiarkan berbagai kegiatan kepolisian. Program yang bermitra dengan NTMC Polri ini bertujuan untuk melanggengkan dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian.

Dalam kaitan ini, citra polisi di masyarakat sangat dipengaruhi oleh realitas yang terjadi. Penelitian Kontras yang meneliti liputan media dan kasus-kasus yang didukungnya menghasilkan beberapa pengamatan (Kontras, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa budaya kekerasan masih ada di tubuh kepolisian. Insiden kekerasan polisi antara Juli 2021 dan Juni 2022 terdapat 677 insiden kekerasan yang



in polisi. Kekerasan yang dimaksud meliputi, penembakan (456 kasus),  
yaan (83 kasus), penangkapan sewenang-wenang (47 kasus), pembubaran

demonstrasi dengan kekerasan (43 kasus). Akibat kekerasan tersebut, 59 orang tewas, 928 orang luka-luka dan 1.240 orang ditangkap secara sewenang-wenang (Kontras, 2022).

Acara *reality show* semacam ini dapat dilacak asal usulnya di Amerika Serikat. Pada 1988, serikat buruh pekerja kreatif di film dan televisi, *Writers Guild of America, East (WGAE)* dan *Writers Guild of America, West (WGAW)* mogok kerja. Mereka menuntut aturan pembagian hasil lebih adil bagi siapa pun yang naskah dan hasil kerjanya ditayangkan ulang termasuk di luar negeri. Aksi ini tidak berlangsung satu atau dua hari, tapi sampai 153 hari atau lima bulan sejak Maret sampai Agustus (Clark, A, 2018). Peristiwa ini menjadi aksi mogok kerja terlama sepanjang sejarah pekerja kreatif di Amerika Serikat bahkan mungkin di dunia.

Tentu saja perusahaan televisi dan film menjadi tidak terarah. David Letterman, pembawa acara *'The Late Show'* yang tayang harian, harus memutar otak. "Kami tidak punya apa-apa untuk dikerjakan," kata Letterman. "Tidak ada penulis naskah di sini." Letterman kemudian menghabiskan 55 menit berikutnya untuk mencukur rambutnya sendiri di depan penonton studio. Jaringan televisi CBS kemudian membuat program baru bernama "*48 Hours*". Naskahnya pasti minimalis karena seri ini mengungkap kasus kriminal yang sebenarnya terjadi. Jenis serial dokumenter karena dibuat oleh jurnalis.

Pertunjukan berjudul "COPS" akhirnya ditayangkan pada Maret 1989.

Jutaan orang menontonnya selama berminggu-minggu. Fox mungkin tidak ri bahwa salah satu resesi terbesar televisi menyebabkan salah satu paling fenomenal dalam sejarah perusahaan. Sekarang di musim ke-33,



COPS belum mengudara selama lebih dari setahun sejak diakuisisi oleh Fox. Serial ini memiliki total 1.109 episode.

Membangun Citra Polisi Buku terlarisnya "COPS" disertai dengan kritik yang mengikutinya. Pertunjukan itu seharusnya mengagungkan kerja polisi yang tidak tahu malu dan menciptakan citra polisi yang salah di mata publik. Aaron Doyle dalam penjaga foto: *Crime and Policing in Front of the Television Camera* (2017) membantah klaim realitas brutal dan reality show dalam acara semacam itu. Ibarat acara televisi, tentunya ada proses editing sebelum gambar dan suara yang terekam sampai ke mata dan telinga pemirsa. Doyle mengutip Langley yang secara blak-blakan menyatakan bahwa produser sengaja mengabaikan bagian yang dapat melibatkan penonton dalam pertunjukan tersebut. “Ungkapan ‘realitas fiksi’ menyampaikan poin cukup jelas bahwa COPS adalah realitas yang dikonstruksi dengan adanya bias, bukan benar-benar rekaman alami”, catat Doyle.

"Net 86" dan "*The Police*" adalah dua reality show polisi yang eksis di televisi. Keduanya merupakan program acara realitas kriminal yang diproduksi secara kerjasama dengan Kepolisian Negara Indonesia mengenai keseharian beberapa anggota kepolisian. “Net 86” lebih dahulu muncul dengan bernaung dibawah stasiun Net TV pada tanggal 2 agustus 2014. Sedangkan “The Police” tayang perdana pada 15 agusts 2018 melalui stasiun televisi Trans 7. Kedua tayangan ini seringkali memunculkan figur-figur kepolisian sebagai representasi polisi baik dan bersahaja. Salah satu yang figur yang menonjol adalah Ambarita,



merupakan anggota dari Bandit 51 Unit Dalmas Sat Sabhara yang biasa  
in Tim Raimas *Backbone* Polres Metro Jakarta Timur. Dia menjadi

tersohor setelah tampil dalam *reality show* 'The Police' di Trans7. Tim Raimas Backbone juga punya saluran Youtube mandiri yang memiliki lebih dari 1,4 juta pengikut pada Kamis 21 Oktober 2021. Salah satu episode yang memiliki kuantitas atau *views* yang tergolong tinggi di antara episode lain dari tayangan "The Police" adalah berjudul "Karena Orangnya Jujur, Tim Raimas Jadi Asik". Hal ini merupakan alasan utama peneliti memilih episode ini sebagai objek analisis. Selain itu, representasi Polisi sebagai figur atau *person* yang baik dan ramah tergambarkan secara jelas dengan repetisi dan representasi yang jelas untuk menjadi objek kajian. "Net 86" atau "The Police" juga menjadikan anggota Polri yang berprofesi sebagai polisi menjadi polisi moral. Terlalu banyak episode yang menunjukkan seorang petugas polisi memberikan nasihat moral kepada anak muda yang baru saja bermalam di jalan.

Sebagai bentuk diferensiasi dan referensi, peneliti mengkaji beberapa penelitian yang berkaitan dengan institusi kepolisian dalam media. Sebuah penelitian yang mirip dengan yang ada di Amerika Serikat pernah dilakukan. Salah satunya dipimpin oleh Ahmad Raihan dan Pambudi Handoyo dari Universitas Negeri Surabaya. Mereka memilih Polantas sebagai target penelitian karena departemen ini merupakan garda terdepan kepolisian dan paling sering dicitrakan sebagai polisi. "Polantas sebagai etalase citra dari Polri yang seharusnya mampu memberikan citra yang baik di mata masyarakat namun pada nyatanya citra polisi lalu lintas jauh sangat buruk. Polisi lalu lintas selalu diidentikkan dengan suap atau



uhkan saking identiknya menyuap oknum polisi lalu lintas sudah sekanal yang wajar di masyarakat, terutama saat proses tilang", catat Raihan

dan Handoyo dalam artikel berjudul “Representasi Citra Polisi Lalu Lintas dalam Acara 86 NET” (2017). Menurut Raihan dan Handoyo, "Net 86" bertanggung jawab atas *framing* tersebut. Polantas digambarkan sebagai orang yang baik hati, manusiawi, dan peduli yang hanya menjalankan tugas dan peduli pada hukum dan keselamatan. Semua itu tujuan utamanya adalah “berusaha mengubah pandangan masyarakat terhadap polisi utamanya polisi lalu lintas”. “Salah satu yang paling sering ditampilkan adalah representasi sisi humanis petugas seperti menampilkan bagaimana petugas ketika menindak selalu tersenyum. serta ketika diamati dari setiap penindakan selalu ada obrolan basa basi dari petugas yang menanyakan seputar kehidupan pelanggar”, catat keduanya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa media memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat dan dapat disimpulkan bahwa media mampu mempengaruhi, mengubah, dan membentuk pemikiran masyarakat. Media massa membangun media sosial dan merilisnya sebagai berita kepada publik. Proses konstruksi adalah upaya media untuk membuat masyarakat berpikir seperti apa yang seharusnya dipikirkan (Cohen dalam McCombs, 1972). Pendekatan melihat bagaimana media membentuk dan mengkonstruksi realitas disebut analisis *framing* (Eriyanto, 2002).

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini akan menganalisis bagaimana tayangan *The Police* membentuk citra “Polisi Baik” melalui atau menggunakan analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk mengkaji pembedaan

, individu, atau kelompok yang realistis seperti yang ditunjukkan oleh asasa. Peneliti menggunakan teorisasi *Framing* untuk melihat melihat



kecendrungan politis dan ideologi dari produk media *The Police* dan tidak hanya berfokus pada aspek hiburan semata. Produk media massa, khususnya berita tentu saja punya keberpihakan politis, apalagi produk berita *The Police* punya latar hubungan kelembagaan yang erat yakni pihak kepolisian. Oleh karena itu, *The Police* pastinya tidak hanya program normatif yang bebas nilai.

Alasan utama peneliti menggunakan teori *framing* model Robert Entman karena pendekatan multidimensional yang memungkinkan peneliti menganalisis produk media secara lebih komperhensif. Dibandingkan model *framing* lain seperti model Zhong dan Pan dan Kosicki, William A. Gamson dan Modigliani, yang lebih cenderung punya kelebihan pada produk media yang sifatnya tekstual atau linguistik. Selain itu, dalam rangka mengungkap penonjolan maksud politis, pandangan Entman membentuk sepanjang dua dimensi luas yaitu pemilihan pertanyaan dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. *Salience* adalah proses membuat pesan lebih bermakna, menarik, penting atau berkesan bagi audiens. Dalam praktiknya, *framing* dilakukan oleh media dengan memilih isu tertentu dan mengabaikan yang lain serta menekankan aspek isu menggunakan berbagai strategi diskursif—penempatan menonjol, pengulangan, penggunaan grafis yang mendukung dan memperkuat arti penting simbol budaya, generalisasi, serta penyederhanaan saat mendeskripsikan orang yang dilaporkan. Sudut pandang atau sudut pandang inilah yang pada akhirnya menentukan fakta mana yang akan dimasukkan, bagian mana yang akan ditonjolkan dan dihilangkan,

na Anda ingin menempatkan berita Anda.



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi *framing* program TV *The Police Trans 7*?
2. Bagaimana sosok utama, Ambarita ditampilkan dalam tayangan program TV *The Police*?

## C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi *framing* program TV *The Police* dalam tayangan program TV *The Police*
- b. Untuk mengetahui bagaimana sosok Ambarita ditampilkan dalam tayangan program TV *The Police*

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Kegunaan Teoritis

Diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian pada disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam ruang lingkup penelitian analisis *framing*.

#### b. Kegunaan Praktis

Secara umum, dapat menjadi sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama ilmu komunikasi dalam bidang analisis *framing*. Secara khusus, diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian dalam upaya peningkatan studi media massa dengan pendekatan Analisis *Framing*.



## D. Kerangka Konseptual

### 1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang memanfaatkan dan menggunakan media massa, seperti media cetak (koran, majalah, dan lainnya) atau media elektronik (televisi, radio). Komunikasi massa memiliki target yang ditujukan kepada khalayak luas, dimana *audience* memiliki sifat heterogen, anonim, dan juga tersebar. Selain itu, pesan atau informasi yang disampaikan bersifat umum dan sama, serta pesan dapat diterima secara bersamaan, serentak dan sesaat (Rakhmat, 2012:187).

Bittner (1980) berpendapat bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah orang. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka terlihat bahwa hal utama dari komunikasi massa adalah media atau saluran komunikasinya yaitu media massa. Meskipun komunikasi dilakukan namun bukan melalui media massa maka itu tidak termasuk kedalam komunikasi massa (Rakhmat, 2012:186).

Mulyana (2012:83) mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang menggunakan media cetak (koran, majalah) dan elektronik (radio, televisi), komunikasi yang relatif mahal, dikelola oleh lembaga atau orang yang dilembagakan dan diperlihatkan kepada banyak orang secara terdistribusi, anonym, dan heterogen di banyak tempat. Pesan-pesan tersebut bersifat umum dan ditransmisikan dengan cepat dan bersamaan. Berdasarkan

isi komunikasi massa di atas, kita mengetahui bahwa informasi dapat  
dijangkau ke masyarakat dengan sangat cepat dan efektif.



Joseph A Devito dalam Nurudin (2007:11) pernah berpendapat bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, khalayak yang sangat besar. Definisi komunikasi massa yang paling modern dikemukakan oleh Bittner (Rachmat, 2003:188), yaitu komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan kepada banyak orang melalui media massa. Komunikasi massa adalah suatu cara mengkomunikasikan suatu hal yang sama kepada sejumlah besar orang dan dalam waktu yang bersamaan melalui media massa. Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa dapat dilakukan melalui semua media yang ada, yaitu. media cetak, media elektronik, dan media online. Komunikasi massa merupakan sarana penyampaian informasi yang efektif kepada pihak yang ingin menerima informasi. Baik komunikasi individu, maupun komunikasi kelompok dan fungsi utamanya sebagai komunikasi dengan komunitas yang lebih besar.

Selain itu, Gebner (1967) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah produk dan distribusi yang memiliki landasan teknologi dan institusi aliran berita yang terus menerus dan paling umum di antara orang-orang dalam masyarakat industri. Produk yang dimaksud oleh Gebner adalah pesan dalam komunikasi, dimana pesan tersebut akan disebarakan, kemudian di distribusikan kepada masyarakat luas secara berkelanjutan dengan jarak waktu yang konsisten dan tetap. Selain itu, dalam memproduksi dan juga menyebarkan, pesan harus disalurkan melalui suatu lembaga, bukan perorangan, karena perlu

ya penggunaan teknologi dalam menyebarkan pesan komunikasi massa dilakukan oleh masyarakat industri (Romli, 2016:2).



Adapun ciri-ciri komunikasi massa yaitu sebagai berikut (Effendy, 2009:18-21):

1. Komunikasi Massa Satu Arah

Alasan utama mengapa komunikasi massa bersifat satu arah adalah tidak adanya umpan balik komunikator ke komunikator, artinya tidak ada interaksi komunikator-komunikator secara langsung.

2. Komunikator pada Komunikasi Massa Melembaga

Dalam menyampaikan informasi, komunikasi massa tentu harus melalui media massa, di mana media tersebut bersifat lembaga yaitu berada dibawah naungan suatu organisasi atau institusi. Hal tersebut disebabkan karena dalam proses penyebaran informasi harus dilakukan secara meluas, serempak, kemudian harus melalui proses pemilahan, apakah informasi tersebut penting bagi masyarakat atau tidak dan hal tersebut hanya bisa dilakukan oleh suatu lembaga. Sebab di dalam lembaga tersebut terdapat pihak-pihak seperti redaktur pelaksana, juru tataletak, korektor dan lainnya.

3. Pesan pada Komunikasi Massa Bersifat Umum

Pesan atau informasi yang disiarkan menggunakan media massa ditujukan untuk seluruh masyarakat, tidak terkecuali. Demi kepentingan umum dan tidak ditujukan kepada pihak, tokoh, lembaga maupun individu tertentu. Pihak manapun dan kalangan apapun bisa mengakses informasi tersebut tanpa terkecuali.



#### 4. Media Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Keseragaman berarti setiap orang, atau masyarakat akan menerima pesan dengan isi yang sama dalam kurun waktu yang bersamaan, sesaat setelah informasi tersebut disebarkan oleh komunikator, meskipun komunikasi tersebar di berbagai tempat.

#### 5. Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen dan Anonim

Heterogen berarti beraneka ragam di mana semua khalayak, *audience*, atau komunikasi terdiri dari berbagai macam lapisan, *gender*, usia, suku, latar belakang dan agama, serta tersebar secara geografis. Oleh karena itu, media massa akhirnya melakukan pengelompokan dengan mengadakan rubrik atau acara tertentu guna menyajikan informasi yang sesuai dengan kelompok-kelompok tersebut seperti anak-anak, remaja, dewasa dan sebagainya. Selain bersifat heterogen, komunikasi atau khalayak dari komunikasi massa juga bersifat anonim, sebab komunikator tidak mengenal atau mengetahui identitas dari komunikannya, karena komunikasi yang mereka lakukan tidak bersifat tatap muka.

#### 6. Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi daripada Hubungan

Isi pesan merupakan hal yang utama dalam komunikasi massa dibandingkan dengan hubungan, maksudnya adalah pesan yang disampaikan lebih terstruktur dan juga telah direncanakan atau



disusun sebelumnya karena menyangkut dengan kepentingan publik, berbeda dengan komunikasi antarpribadi yang lebih mengutamakan unsur hubungan, seperti terlalu melibatkan emosi (perasaan).

#### 7. Stimulasi Alat Indera yang Terbatas

Alat indera yang digunakan dalam komunikasi massa akan menyesuaikan dengan media apa yang digunakan, sebagai contoh dalam media elektronik seperti televisi tentu manusia akan menggunakan indera pendengaran dan pengelihatan, namun pada radio alat indera yang bisa digunakan hanyalah indera pendengaran, sedangkan dalam surat kabar alat indera yang bisa digunakan hanyalah indera pengelihatan.

#### 8. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Dalam media massa tentu respon atau *feedback* yang diberikan tidak akan bisa langsung diperoleh bahkan tidak jarang respon dari pihak komunikan tidak mendapatkan balasan. Meskipun ada balasan dari komunikator tentu akan melalui proses yang cukup panjang tidak secara langsung sehingga menimbulkan arus balik yang tertunda (*delayed feedback*).

Kemudian terdapat juga beberapa fungsi komunikasi massa. Salah satu tokoh yang menjelaskan mengenai fungsi komunikasi massa adalah Joseph R. Dominick dengan penjelasan sebagai berikut (Effendy, 2009:29-30):



1. Pengawasan (*surveillance*)

Pengawasan di sini mengacu kepada peranan informasi atau berita yang berasal dari media massa. Bagaimana media massa menyampaikan informasi yang berkaitan dan dianggap penting oleh khalayak luas, seperti informasi mengenai bencana alam, mengenai kondisi ekonomi yang tertimpa inflasi maupun serangan militer. Informasi atau berita tentang topik ini termasuk dalam peringatan atau pemantauan kehati-hatian. Selain peringatan pengawasan, ada juga pengawasan instrumental, yaitu penyebaran informasi yang berkaitan dengan kehidupan atau gaya hidup sehari-hari, seperti pemutaran film di bioskop, peluncuran produk baru, dan lainnya.

2. Interpretasi (*interpretation*)

Interpretasi berkaitan dengan bagaimana suatu media massa mengartikan suatu peristiwa atau kejadian tertentu berdasarkan pemahaman dari lembaga penyiaran tersebut, sebab selain menyajikan data dan fakta, media massa juga menyajikan informasi beserta interpretasinya.

3. Hubungan (*linkage*)

Dalam hal ini, hubungan memiliki arti sebagai jembatan penghubung antara komunikan dan komunikator, yang



memiliki kesulitan untuk berkomunikasi secara bertatap muka (langsung), ataupun melalui media perorangan, karena adanya kepentingan atau hal-hal tertentu.

#### 4. Sosialisasi

Dominick berpendapat bahwa sosialisasi adalah transmisi nilai-nilai (*transmission of value*) yang memiliki acuan terhadap bagaimana individu menghadapi maupun meniru tingkah laku atau perilaku dan juga nilai-nilai sebuah kelompok yang telah disebarkan oleh media massa.

#### 5. Hiburan (*Entertainment*)

Media massa tidak hanya berfokus kepada memberikan informasi yang mampu mengedukasi atau mempengaruhi khalayak saja, tetapi juga memberikan hiburan kepada khalayak, seperti melalui film, cerita pendek, ataupun rekaman suara seperti musik yang diputar di radio.

## 2. Program Acara Televisi

Tidak ada yang lebih penting dari sebuah acara atau program, yang merupakan faktor terpenting dan menentukan kesuksesan finansial sebuah stasiun radio dan televisi. Ini adalah program yang membuat penonton merasa seperti penyiar. Pendapatan dan keuntungan penyiar sangat dipengaruhi oleh program mereka (Morissan, 2009:199). Dalam studi ini, program “*The Police*”

rkan oleh Net TV nasional. Berikut merupakan kategori program televisi:



a. Program Televisi Berdasarkan Jenisnya

Menurut Morissan (2009:208-219) berbagai jenis program televisi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian utama berdasarkan jenisnya, yaitu:

1) Program Informasi

Siaran informasi adalah semua jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan informasi tambahan (informasi) kepada masyarakat. Program berita bukan hanya program berita di mana pembawa acara atau penyiar membacakan berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi, termasuk talk show (diskusi), misalnya wawancara dengan selebriti, orang terkenal atau orang lain. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu *hard news* dan *soft news*.

a) *Hard News*

Berita atau berita adalah setiap informasi penting atau menarik yang menurut sifatnya perlu segera disampaikan oleh media penyiaran agar diketahui oleh masyarakat secepat mungkin. Media televisi biasanya secara rutin menyajikan *hard news* yang disiarkan dalam sebuah program berita. *Hard news* disajikan dalam siaran berita yang durasinya bervariasi dari beberapa menit (misalnya berita terkini)



hingga 30 menit, bahkan siaran berita berjam-jam. *Hard news* dapat dibagi menjadi beberapa jenis pesan, yaitu: *straight news*, *features*, dan *infotainment*.

b) *Soft News*

Segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara detail, namun tidak harus segera disebarluaskan, disebut *news* atau *soft news*. Program dalam kategori *Soft News* antara lain *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.

2) Program Hiburan

Program hiburan adalah segala jenis program yang ditujukan untuk menghibur masyarakat dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan meliputi teater, permainan, musik, dan pertunjukan.

a) Drama

Kata “drama” berasal dari kata Yunani “*dromai*”, yang berarti bertindak atau berbuat (*action*). Program teater adalah pertunjukan yang menyajikan cerita tentang kehidupan atau karakter satu orang atau lebih (tokoh), diperankan oleh banyak pemain (seniman), dan melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program teater antara lain sinema elektronik (sinetron) dan film layar lebar.



b) Permainan

*Game* atau pertunjukan permainan adalah suatu jenis program di mana sekelompok orang, baik secara individu maupun dalam tim (kelompok), saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Program ini juga dapat direncanakan dengan partisipasi publik. *Game* adalah salah satu produksi televisi yang paling sederhana. Acara permainan biasanya memerlukan biaya produksi yang relatif rendah tetapi dapat menjadi acara televisi yang sangat populer. Program permainan dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu *quiz show*, ketangkasan, dan *reality show*.

c) Musik

Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu video klip atau konser. Program musik ala konser bisa dibawakan di lapangan (*outdoor*) atau di studio (*indoor*). Acara musik di televisi saat ini sangat ditentukan oleh kemampuan seorang artis untuk menarik penonton. Tidak hanya berdasarkan kualitas suara, tetapi juga bagaimana mengemas visual dengan lebih menarik.

d) Pertunjukan

Pertunjukkan adalah program yang menampilkan kemampuan (*performance*) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio, di dalam ruangan (*indoor*) ataupun di luar ruangan (*outdoor*).



Pada dasarnya, acara TV *The Police* "Karena Orang Jujur, Tim Raimas Jadi Asik" adalah jenis program informasi. Program TV "*The Police*" adalah program berita sederhana yang dikategorikan sebagai jenis film dokumenter.

b. Program Televisi berdasarkan Formatnya

Format acara TV adalah perencanaan dasar dari konsep acara TV yang menjadi dasar kreativitas dan perencanaan produksi, dipecah menjadi beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan penonton program (Naratama, 2004:63). Format program TV terdiri dari tiga bagian: drama, non-drama, dan berita olahraga.

1) Fiksi (Drama)

Fiksi atau drama adalah suatu bentuk program televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui imajinasi kreatif dari drama atau cerita fiksi yang dirancang dan diciptakan kembali. Format yang digunakan adalah interpretasi dari kisah hidup yang diintegrasikan ke dalam rangkaian narasi dalam beberapa adegan. Contoh: drama percintaan (*love story*), tragedi, horor, komedi, legenda, aksi (*action*), dan sebagainya.

2) Non-Fiksi (Non-Drama)

Non-fiksi atau non-drama adalah suatu bentuk acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari, tanpa perlu penafsiran ulang dan tanpa menjadi dunia fantasi. Non-drama bukanlah rangkaian cerita fiksi oleh masing-masing aktor individu.



Dengan demikian, format program non-dramatis adalah rangkaian acara kreatif yang menekankan unsur hiburan dengan banyak aksi, gaya, dan musik. Contoh: *talk show*, konser musik, dan *variety show*.

### 3) Berita dan Olahraga (*News-sport*)

Berita dan olahraga merupakan salah satu bentuk program televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta tentang peristiwa dan kejadian dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai faktual dan aktual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independen. Contoh: berita ekonomi, liputan siang, dan laporan olahraga (Naratama, 2004:66).

### 4) *Reality Television*

Sering kita dengar kata *reality show* ini merupakan salah satu gaya atau aliran dalam pertelevisian yang menampilkan kehidupan seseorang. Ada tiga jenis program *reality television* atau *reality show*. Pertama, *reality show* ini menempatkan penonton sebagai pasif yang mengikuti aktivitas profesional atau personal seseorang. Kedua, *hidden camera* atau kamera tersembunyi, ini merupakan kamera video yang diletakkan tersembunyi dan digunakan untuk merekam orang dan aktivitasnya tanpa mereka mengetahui atau menyadarinya. Ketiga, *reality game show*, suatu *reality show* yang memfilemkan partisipan kemudian ditiru oleh Spike TV dengan judul '*The Joe Schmo Show*'.



### 3. Konstruksi Realitas Media

Konstruksi realitas pertama kali dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka *The Social Construction of Reality: A Tratise in the Sociological of Knowledge* (1996). Mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi di mana setiap individu menciptakan realitas yang menjadi miliknya dan dialami secara kolektif secara terus menerus dan subjektif (Bungin, 2008:13). Isi teori konstruksi sosial adalah transmisi informasi yang cepat dan sangat luas, sehingga proses konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan lancar. Oleh karena itu, berita adalah konstruksi media sosial dan bukan realitas sosial yang ada. Menurut Berger & Luckman, ada tiga bentuk realitas sosial, antara lain:

1. Realitas Sosial Objektif

Realitas sosial objektif adalah definisi kompleks dari realitas fenomena sosial (termasuk ideologi dan kepercayaan), seperti tindakan dan perilaku sehari-hari yang sering ditemui individu sebagai fakta.

2. Realitas Sosial Simbolik

Realitas sosial simbolik merupakan ekspresi dari bentuk-bentuk simbolis dari realitas objektif yang umum diketahui publik dalam bentuk karya seni, fiksi, dan berita media.

3. Realitas Sosial Subjektif

Realitas sosial individu, yang dihasilkan dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi individu tentang realitas, yang dibangun melalui proses internalisasi. Realitas subjektif



setiap individu menjadi dasar partisipasi dalam proses eksternalisasi, atau dalam proses interaksi sosial dengan individu lain dalam suatu struktur sosial.

Setiap peristiwa adalah realitas sosial objektif dan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan dimaknai sebagai realitas sosial subjektif oleh wartawan dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Wartawan membangun realitas subjektif sesuai pilihan dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang disajikan di media. Penampakan realitas dalam media merupakan realitas yang disebut realitas, yang diterima oleh masyarakat sebagai realitas sosial yang objektif karena media seharusnya mencerminkan realitas sebagaimana adanya.

Teori dan pendekatan teori konstruksi telah diubah seiring perkembangan teknologi. Realitas media dikonstruksi melalui proses objektifikasi, internalisasi dan eksternalisasi. Maka dari itu, keunggulan dan karakteristik media massa telah memperkuat proses konstruksi sosial atas realitas. Menurut Bungin (2008:195-201) terdapat fase-fase dalam proses konstruksi sosial media massa, yaitu:

1. Tahapan Menyiapkan Materi Konstruksi

Dalam menyiapkan materi konstruksi yang dikerjakan oleh redaksi media massa, terdapat tiga hal penting dalam persiapan materi konstruksi sosial, yaitu:



- a) Keberpihakan media massa terhadap kapitalisme. Media massa biasanya digerakkan oleh kekuatan kapital sebagai mesin penghasil uang.
- b) Keberpihakan semu kepada masyarakat. Keberpihakan yang dimaksud adalah tentang empati, simpati, dan keterlibatan komunitas, meskipun pada akhirnya semua hanya perihal menjual berita dan meningkatkan peringkat untuk keuntungan media itu sendiri.
- c) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Diwakili oleh kepentingan publik dalam arti sebenarnya dari kata tersebut adalah opini dari semua media massa.

## 2. Tahapan Sebaran Konstruksi

Dalam tahap ini, media massa secara terus menerus menyajikan informasi terkait suatu peristiwa kepada masyarakat sehingga masyarakat selalu mengonsumsi informasi tersebut. Hal inilah yang menjadikan penyebaran konstruksi oleh media bersifat satu arah. Prinsip dasar sosialisasi melalui media massa adalah semua informasi harus sampai ke masyarakat secara cepat dan akurat berdasarkan agenda media. Hal yang dianggap penting oleh media, juga dianggap penting oleh publik (Bungin, 2008:198).

## 3. Tahapan Pembentukan Konstruksi Realitas

Bungin (2008:198) menjelaskan bahwa tahapan pembentukan konstruksi realitas terbagi menjadi dua fase, yaitu fase konstruksi



realitas, di mana terjadi pembentukan konstruksi: konstruksi realitas membenaran, keinginan untuk mengkonstruksi media massa sebagai pilihan konsumen. Sedangkan tahap kedua adalah pembentukan konstruksi citra, pembentukan konstruksi didasarkan pada dua model, yaitu: model *good news* dan model *bad news*.

#### 4. Tahapan Konfirmasi

Pada tahap konfirmasi, media dan masyarakat memberikan jawaban atau argumen terhadap keputusan mereka untuk berpartisipasi dalam proses konstruksi. Bagi media, fase konfirmasi sangat penting sebagai bagian dari respon atas keprihatinan yang dikonstruksikan secara sosial. Sedangkan bagi masyarakat, langkah ini merupakan bagian dari penjelasan mengapa mereka terlibat dalam proses konstruksi sosial (Bungin, 2008:200).

#### 4. Analisis *Framing*

*Framing* adalah suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana wartawan menggunakan perspektifnya dalam menyeleksi isu dan menuliskannya menjadi sebuah berita, wartawan memiliki kuasa dalam menentukan fakta apa saja yang ingin ditunjukkan ataupun disembunyikan (Eriyanto, 2012:79). Sementara itu, analisis *framing* adalah analisis yang berfokus pada bagaimana media membingkai dan mengemas pesan. Pembingkaihan pesan harus melalui proses, yaitu konstruksi.



Secara umum, proses ini dilakukan dengan memilih peristiwa tertentu untuk dilaporkan dan menekankan aspek-aspek tertentu dari peristiwa tersebut melalui kata-kata, gambar, pengucapan, dan sarana lainnya (Eriyanto, 2002).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis makna *framing* adalah analisis untuk menemukan bagaimana media membentuk realitas melalui proses konstruksi di mana realitas sosial dapat diinterpretasikan dan dikonstruksi dengan makna-makna tertentu (Eriyanto, 2012:3).

Ada beberapa model analisis kerangka, salah satunya adalah Robert N. Entman yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Entman, *framing* dapat dibagi menjadi dua tingkatan; (a) pemahaman mental, digunakan untuk mengolah informasi sebagai bagian dari sebuah teks, (b) berita, digunakan untuk membangun pemahaman tentang suatu peristiwa. Konsep yang didefinisikan oleh Entman bahwa *framing* mengacu pada penekanan suatu ide tertentu tentang suatu peristiwa dengan memberikan definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana (Eriyanto, 2002:224). Menurut Entman, *framing* dalam berita dapat dilakukan dengan empat cara atau biasa disebut dengan empat perangkat *framing* Robert N. Entman:

#### 1. Pendefinisian Masalah (*Define Problems*)

Pendefinisian sebagai elemen pertama dilakukan dengan melihat dan memaknai sebuah peristiwa atau isu. Peristiwa ataupun isu dapat dimaknai secara berbeda sehingga realitas yang dihasilkan juga akan berbeda.



## 2. Perkiraan Penyebab Masalah (*Diagnose Causes*)

Elemen ini bertujuan untuk menentukan siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa tersebut. Alasan ini bisa apa (*what*) atau siapa (*who*). Maka dengan menunjukkan apa ataupun siapa yang menjadi penyebabnya akan menjelaskan dan memberikan pengertian mengenai terjadinya sebuah peristiwa.

## 3. Pengambilan Keputusan Moral (*Make Moral Judgement*)

Elemen ini digunakan untuk mengeluarkan argumen maupun tanggapan setelah dilakukannya pendefinisian masalah. Karena setelah mendefinisikan masalah, perlu adanya keputusan pemberian nilai moral yang kuat untuk ditunjukkan dalam membenarkan maupun mendukung gagasan yang telah dibuat.

## 4. Penyelesaian Masalah (*Treatment Recommendation*)

Elemen ini digunakan untuk melihat apa yang diinginkan dan diterima pemasok, serta penentuan cara penyelesaian masalah.

Kemudian menurut Entman, *framing* dapat dibagi menjadi dua dimensi utama, yaitu:

### 1. Seleksi Isu

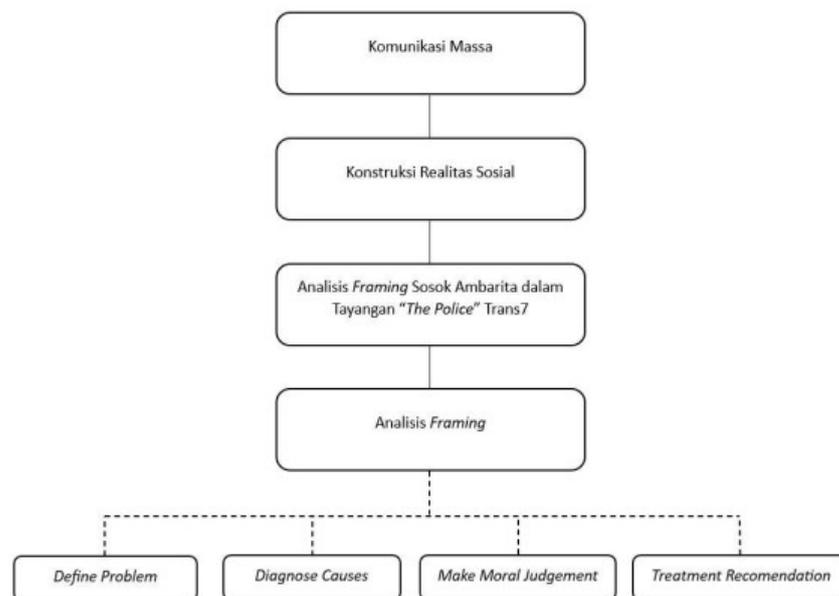
Pada proses ini dilakukan berdasarkan asumsi wartawan yang melihat berita sesuai dengan sudut pandangnya. Dua kemungkinan yaitu bagaimana realitas akan ditekankan (*included*) dan bagaimana yang tidak akan diberitakan (*excluded*).



## 2. Penonjolan Aspek

Proses ini adalah tentang bagaimana fakta dipilih dan disajikan kepada publik. Ketika fakta dipilih, penekanan diberikan melalui cara-cara tertentu seperti pengulangan, penempatan yang mencolok, penggunaan grafik untuk memperkuat fakta, penggunaan judul untuk mendeskripsikan orang atau peristiwa yang diberitakan, generalisasi, penyederhanaan, asosiasi dengan simbol budaya, dan penggunaan kata-kata menarik, dan lainnya (Eriyanto, 2012:81).

Dari kerangka yang telah dijabarkan, peneliti kemudian mengolah alur penelitian demi melakukan penelitian secara sistematis.



**Gambar 1.1** Kerangka Konseptual Penelitian  
*Sumber: Peneliti*



**isi Konseptual**

unikasi Massa

Bentuk komunikasi yang memanfaatkan dan menggunakan media massa, yaitu media cetak (koran, majalah, dan lainnya), atau media elektronik (televisi, radio, dan lainnya). Komunikasi massa memiliki target yang ditujukan kepada khalayak luas, di mana *audience* memiliki sifat heterogen, anonim, dan juga tersebar.

## 2. Program Acara Televisi

Rancangan dasar konsep acara TV yang menjadi dasar kreativitas dan perencanaan produksi dirinci menjadi berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

## 3. Konstruksi Realitas Media

Proses sosial melalui tindakan dan interaksi di mana setiap individu secara terus menerus dan subjektif menciptakan realitas yang dimiliki dan dialami bersama.

## 4. Analisis *Framing*

*Framing* merupakan suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana wartawan menggunakan perspektifnya dalam menyeleksi isu, menyusun, dan menuliskannya menjadi sebuah berita. Wartawan memiliki kuasa dalam menentukan fakta apa saja yang ingin ditunjukkan ataupun disembunyikan.

## F. Metode Penelitian

### 1. Waktu dan Objek Penelitian



Penelitian ini akan dilaksanakan dari Juni – Oktober. Adapun objek dalam penelitian ini adalah tayangan *The Police* dengan mengambil beberapa sampel episode untuk dianalisis.

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Whitney (dalam Nazir, 1988) yaitu penelitian untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat. Sementara penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkrip wawancara dan observasi (Poerwandari, 2005). Metode dengan analisis *framing* dalam penelitian ini pada bersifat kualitatif interpretatif. Peneliti akan mengidentifikasi dan menganalisis konstruksi “Polisi Baik” Pada Program TV *The Police* “Karena Orangnya Jujur, Tim Raimas Jadi Asik”.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan kebutuhan penelitian, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan tahap-tahap sebagai berikut:

### a) Dokumentasi

Dokumentasi menyediakan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data penelitian ini diperoleh dari siaran pada program televisi *The Police*. Data yang diteliti berupa monolog tuturan atau kata-kata polisi yang disiarkan, yang menjadi bahan dalam kerangka analisis *framing* menggunakan model Robert



Entman. Dalam menentukan episode sebagai objek penelitian, peneliti melakukan filterisasi berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Ambarita sebagai figur yang mendominasi dalam tayangan atau episode tersebut.
2. Episode yang mencerminkan penanganan kasus hukum yang kontradiktif dan kontroversional dari segi hukum.
3. Episode yang diambil berdasarkan empat tahun terakhir sehingga masih relevan sebagai diskursus.

b) Observasi

Observasi dilakukan dengan menyaksikan secara seksama tayangan *The Police*.

c) Studi Pustaka

Studi tinjauan pustaka bertujuan untuk memperoleh informasi teoritis terkait penelitian ini dari berbagai sumber, yang kemudian ditelaah dan dianalisis untuk membantu penelitian ini.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Membaca frame-frame yang dibuat oleh Polri dalam acara televisi *The Police*, peneliti menggunakan teknik analisis *framing* Robert N. Entman. Entman membagi modelnya menjadi empat bagian: identifikasi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi perawatan.



Ide *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Beterson pada tahun 1955. *ng* dipahami sebagai struktur konseptual atau seperangkat keyakinan yang

mengatur pandangan, kebijakan, dan wacana politik serta memberikan kategori standar untuk menilai realitas (Sobur, 2012:162). Pada tahun 1974, Goffman mengembangkan konsep membagi perilaku individu dalam membaca realitas menjadi blok-blok. *Framing* pada hakikatnya adalah pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu percakapan untuk menekankan suatu keadaan pikiran tertentu atas peristiwa yang sedang dibicarakan (Entman dalam Birowo, 2004:181).

*Framing* dapat digunakan secara sederhana untuk menyusun dan membaca realitas yang dikonstruksi oleh media. Subjek melewati beberapa proses dalam presentasinya, yang akhirnya menjadi presentasi lengkap yang dikonsumsi audiens. Pada dasarnya *framing* adalah cara melihat bagaimana media bercerita tentang peristiwa dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2012:10). Metode ini menunjukkan bagaimana peristiwa Entman mendefinisikan *framing* sebagai sekumpulan aspek realitas yang berbeda yang diterima dan membuat peristiwa tersebut lebih terlihat dalam teks komunikasi. *Framing* mencegah publik untuk memahami objektivitas berita. Pembingkai dapat dilakukan dengan mengambil gambar atau sudut pandang peristiwa, menyunting dan menyajikan peristiwa dalam teks yang disajikan.

Proses *framing* melibatkan berbagai kepentingan yang mungkin berasal dari pemilik atau pemegang saham media besar, pengiklan atau lembaga penekan lainnya seperti pemerintah, agama dan lain-lain. Dalam hal ini minat

1 dari Polri dan program televisi *The Police*. Entman juga melibatkan



penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga pihak tertentu menerima bagian yang lebih besar daripada yang lain (Sobur, 2012:67).

Menurut Entman, *framing* dilakukan dengan empat cara (Sobur, 2012:172). Pertama, masalah harus diidentifikasi, yaitu bahwa peristiwa dipandang positif dan negatif. Kedua, interpretasi kausal, yaitu yang dianggap sebagai penyebab masalah. Ketiga, penilaian moral, yaitu penilaian terhadap sebab-sebab masalah; dan keempat, rekomendasi pengobatan, yaitu memberikan cara untuk memecahkan masalah dan terkadang memprediksi hasil.



Tahapan	<i>Framing Robert N. Entman</i>	
1	<i>Problem Identification</i>	Peristiwa dilihat sebagai sesuatu yang mana positif dan yang mana negatif
2	<i>Causal Interpretation</i>	Siapa/apa yang dianggap penyebab Masalah
3	<i>Moral Evaluation</i>	Penilaian atas penyebab masalah
4	<i>Treatment Recommendation</i>	Menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang memprediksikan hasilnya

**Tabel 3.1** Analisis *Framing* Model Robert N. Entman

Pengidentifikasian masalah atau langkah pengenalan masalah merupakan tonggak sejarah dalam konteks sebuah teks media. Pada tahap ini, peneliti harus sampai pada inti masalah yang sedang dibahas. Masalahnya adalah interpretasi redaksi (Polri dan program televisi *The Police*) dalam menanggapi kejadian tersebut. Diagnosis penyebabnya dan temukan akar masalahnya. Mendiagnosis akar penyebab masalah terjadi ketika insiden yang dipahami oleh penerbit ditulis untuk menyoroti sesuatu yang diyakini sebagai akar penyebab masalah. Dalam teks media, nalar tidak hanya dimaknai sebagai siapa (*who*), tetapi juga sebagai apa (*what*).

Langkah ketiga adalah penilaian moral atau evaluasi moral. Masalah yang diidentifikasi di sini dan penyebab yang diketahui kemudian diperkuat oleh gagasan lain. Tujuan dari ide ini adalah untuk membenarkan masalah yang diangkat oleh editor. Gagasan adalah argumen dan kutipan dari seseorang yang sesuai dengan masalah dan diketahui publik.



Yang terakhir adalah solusi penerbit atau rekomendasi perawatan untuk masalah ini. Pada langkah ini sikap yang diambil redaksi dijadikan sebagai masukan, sebagai solusi permasalahan. Tentu saja, solusi yang

ditawarkan oleh penjual bergantung pada masalah yang diangkat, penyebab masalah dan juga penguatan masalah dengan ide lain.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Media Massa

Media massa merupakan kekuatan penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat modern. Penggunaan alat penerima televisi dan radio telah memfasilitasi penyebaran kegiatan kerusuhan sipil, seperti demonstrasi anti-pemerintah, kerusuhan, dan pemogokan umum, melalui jaringan distribusi media massa. Media massa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu penting, menggambarkan serangkaian keyakinan, nilai, dan tradisi tertentu sebagai kenyataan, dan membentuk budaya modern. Pemboman terus-menerus terhadap pesan-pesan dari berbagai sumber melalui media massa tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga suasana hati, sikap, dan perasaan tentang apa yang penting dan tidak penting bagi individu dan komunitas. Media massa telah memungkinkan aktor, penyanyi, dan elit sosial menjadi terkenal sehingga menciptakan konsep selebriti. Media massa mencerminkan dan menciptakan budaya, yang disebut budaya termediasi (Oralkan, 2019). Perusahaan menggunakan saluran media massa untuk mengkomunikasikan ide-idenya dan melakukan kampanye branding, menjangkau khalayak luas melalui berbagai saluran komunikasi. Media massa unyai dampak yang cukup besar terhadap persepsi, sikap, dan perilaku rakat, sehingga membentuk pandangan dunia mereka. Tingkat bilitas dan daya tarik saluran informasi mempengaruhi kesenjangan



pengetahuan di masyarakat. Konflik sosial dan keberagaman dalam suatu komunitas juga dapat berdampak pada kesenjangan pengetahuan. Media massa mempengaruhi kesenjangan pengetahuan di masyarakat dengan memanfaatkan berbagai teknologi seperti film, radio, rekaman musik, televisi, surat kabar, dan benda-benda fisik seperti jurnal dan buku untuk berkomunikasi dengan khalayak yang luas. Secara keseluruhan, media massa merupakan jenis teknologi media yang dirancang untuk berkomunikasi dengan khalayak yang luas. Ini berdampak signifikan pada masyarakat dengan mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku.

Media massa memainkan peran yang kuat dalam membentuk persepsi masyarakat dan mempengaruhi berbagai aspek masyarakat (Ahuja & Banerjee, 2021). Liputan media yang luas mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap dampak dan risiko kebijakan, dan akibatnya mempengaruhi reaksi masyarakat terhadap peristiwa dan usulan kebijakan (Swinen & Francken, 2006). Salah satu contoh pengaruh ini adalah bagaimana liputan media membentuk persepsi publik terhadap informasi ilmiah dan menerjemahkannya ke dalam kebijakan, teknologi baru, dan risiko (Lee et al., 2013). Media mempunyai tanggung jawab untuk memberikan informasi ilmiah yang akurat kepada masyarakat untuk mempengaruhi pembuat kebijakan agar mengambil keputusan yang tepat. Media massa berpotensi mempengaruhi perilaku dan persepsi terkait kesehatan (Gregg et al., 2017). Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa liputan media dapat memengaruhi cara individu memandang risiko kesehatan dan efektivitas strategi

itan tertentu. Lebih jauh lagi, media massa dapat membentuk opini di rakat dan menentukan batasan apa yang boleh dibicarakan dan bagaimana



cara membicarakannya (Agustina, 2021). Selain itu, media massa mempunyai kapasitas untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai isu. Implikasi ini menyoroti perlunya pelaporan yang bertanggung jawab dan manajemen aktif atas peluncuran strategi dan kebijakan kesehatan masyarakat. Liputan media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi agenda kebijakan (Cavazos & Rutherford, 2010). Cara media meliput isu-isu tertentu dapat sangat mempengaruhi opini publik dan selanjutnya berdampak pada agenda pemerintah. Selain itu, media massa mempunyai kemampuan untuk menyampaikan informasi mengenai isu-isu tertentu dan membantu membentuk opini publik (Agustina, 2021). Secara keseluruhan, pengaruh media massa terhadap masyarakat tidak dapat disangkal. Media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat, membentuk persepsi publik, agenda kebijakan, dan batasan wacana publik. Media massa berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat dan mempengaruhi berbagai aspek masyarakat.

Salah satu cara utama media massa mempengaruhi masyarakat adalah melalui pembentukan persepsi masyarakat. Media membentuk persepsi masyarakat dengan menyajikan informasi secara selektif, membingkai isu dengan cara tertentu, dan menonjolkan perspektif atau narasi tertentu. Media massa mempunyai kekuatan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi kriteria dan atribusi sebab akibat yang digunakan

masyarakat dalam mengambil keputusan. Liputan media massa berpotensi mempengaruhi opini publik dan membentuk agenda pemerintah dengan



menyebarkan informasi mengenai isu-isu tertentu (Cavazos & Rutherford, 2010). Informasi ini dapat membantu membentuk opini publik dan mempengaruhi keputusan kebijakan. Selain itu, pemberitaan media massa juga dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap kebijakan tertentu.

Berbagai jenis media massa memiliki tingkat pengaruh yang berbeda-beda terhadap masyarakat. Misalnya, televisi dan radio secara historis dianggap sebagai media yang kuat karena kemampuannya menjangkau khalayak luas dan mengontrol narasi. Sebaliknya, dengan maraknya internet dan media sosial, individu kini memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan dapat secara aktif terlibat dalam diskusi dan berbagi sudut pandang mereka. Hal ini menyebabkan lanskap media menjadi lebih beragam dan terdesentralisasi, dimana para influencer dan individu memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik dan menantang narasi arus utama. Pengaruh media massa lebih dari sekadar penetapan agenda (Jacobs & Shapiro, 1994). Hal ini juga melibatkan bagaimana politisi dan elit lainnya dapat menggunakan media untuk mempengaruhi opini publik melalui pidato dan tindakan mereka. Mereka dapat secara strategis menggunakan liputan media untuk membentuk dan memanipulasi opini publik demi kepentingan mereka.

## **B. Konstruksi Sosial dalam Media**

Konstruksionisme sosial adalah teori komunikasi dan sosiologi yang dapat bahwa karakteristik yang biasanya dianggap tidak dapat diubahnya dikonstruksi secara sosial, diproduksi dalam konteks sosial dan



dibentuk oleh konteks budaya dan sejarah. Peter L. Berger dan Thomas Luckmann memperkenalkan istilah konstruksi sosial ke dalam ilmu-ilmu sosial dalam buku mereka tahun 1966, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Konsep sentralnya adalah bahwa orang-orang dan kelompok-kelompok yang berinteraksi dalam suatu sistem sosial, seiring berjalannya waktu, menciptakan konsep atau representasi mental dari tindakan masing-masing, dan bahwa konsep-konsep ini pada akhirnya menjadi terbiasa dengan peran timbal balik yang dimainkan oleh para aktor dalam hubungannya satu sama lain. Ketika peran-peran ini tersedia bagi anggota masyarakat lainnya untuk dimasuki dan dimainkan, maka interaksi timbal balik dikatakan terlembagakan. Dalam prosesnya, makna tertanam dalam masyarakat. Pengetahuan dan konsepsi (keyakinan) masyarakat tentang realitas yang ada tertanam dalam struktur kelembagaan masyarakat. Oleh karena itu, realitas dikatakan dikonstruksi secara sosial.

Dengan munculnya Post-Modernisme, konstruksionisme sosial menjadi populer sebagai teori pengetahuan. Para sarjana postmodern terkemuka berpendapat bahwa wacana pengetahuan dan sains dikonstruksi secara sosial, bahwa pemahaman manusia selalu diatur dalam konteks sosial dan didasarkan pada hierarki sosial serta membantu melanggengkan kesenjangan tersebut. Teori ini telah diadopsi dan diterapkan oleh para sarjana gender, ras, kelas, kemampuan, dan seksualitas, banyak di antaranya yang secara umum dipandang

sains ditentukan oleh biologi. Konstruksionisme sosial berpendapat bahwa pengetahuan kita adalah produk definisi dan interpretasi manusia.



Konstruktivisme berpendapat bahwa manusia menciptakan pengetahuan agar dapat berfungsi secara pragmatis di dunia. bahwa fenomena dapat dipahami secara bermanfaat dengan berbagai cara dan bahwa pengetahuan adalah apa yang telah diciptakan seseorang terhadap dunia. Konstruksi sosial mengajarkan bahwa pengetahuan adalah produk interaksi simbolik dalam kelompok sosial. Dengan kata lain, realitas dikonstruksi secara sosial, merupakan produk kehidupan kelompok dan budaya.

*Framing* melibatkan konstruksi sosial atas suatu fenomena sosial melalui media massa, gerakan politik atau sosial, pemimpin politik, atau aktor dan organisasi. Partisipasi dalam komunitas bahasa tentu mempengaruhi persepsi individu terhadap makna yang dikaitkan dengan kata atau frasa. Secara politis, komunitas bahasa dalam periklanan, agama, dan media massa sangat diperebutkan, sedangkan pemingkakan dalam komunitas bahasa yang kurang dilindungi mungkin berkembang tanpa disadari dan secara organik dalam kerangka waktu budaya, dengan lebih sedikit cara perdebatan terbuka.

Bahasa, budaya, dan kekuasaan semuanya saling terkait dan memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi sosial atas realitas dan mempengaruhi persepsi dan keyakinan. Bahasa berfungsi sebagai sumber kekuatan dalam konstruksionisme sosial, yang membentuk persepsi kita tentang realitas. Hal ini menciptakan pengetahuan umum dan mempengaruhi konteks budaya, yang tertanam dalam dalam bahasa itu sendiri. Selain itu, bahasa

engaruhi bagaimana individu dalam suatu budaya memandang dan berinteraksi dengan dunia. Ia membawa nilai-nilai, norma-norma, dan keyakinan



suatu budaya dan dapat digunakan untuk menggalang dukungan atau menekan perbedaan pendapat . Cara bahasa digunakan dapat mempengaruhi, membujuk, bahkan memanipulasi orang lain. Ahli bahasa mempelajari kata-kata dan frasa apa yang secara tidak sadar dapat memengaruhi kita, memengaruhi persepsi kita terhadap dunia. Bahasa berakar pada konstruksi seseorang terhadap dirinya sendiri, itulah sebabnya para ahli konstruksi sosial melihat bahasa sebagai cara untuk memfasilitasi interaksi manusia. Bahasa mengkategorikan, memberi label, dan mendefinisikan dunia, membentuk persepsi kita tentang realitas dan secara aktif membangun realitas objektif. Konstruktivisme Radikal menekankan peran sentral bahasa dalam membentuk realitas. Makna-makna dari fenomena-fenomena yang dikembangkan melalui sejarah dan menjadi realitas bersama, mengingkari atau meremehkan peran makna dan bahasa bagi setiap individu. Konstruksionisme sosial memusatkan makna sebagai rujukan internal dalam bahasa, yang didukung oleh mitologi, agama, dan filsafat, menopang lembaga-lembaga yang membentuk dunia imajinasi tentang keberadaan dan aktivitas sosial manusia. Pengasuhan dan pendidikan secara subyektif menginternalisasikan realitas yang dibangun secara sosial untuk menjadi bagian dari identitas warga sosial, dan terapi serta sosialisasi membantu mempertahankan realitas yang dibangun secara sosial. Oleh karena itu, konvensi bahasa berperan dalam menopang institusi yang membentuk dunia imajinasi tentang keberadaan dan aktivitas sosial manusia.



7 **Show**

Realty show telah mendapatkan popularitas luar biasa selama bertahun-tahun, memikat penonton dengan perpaduan unik antara hiburan dan drama kehidupan nyata. Acara-acara tersebut, seperti Master Chef yang populer, memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi publik dan membentuk norma-norma masyarakat. Salah satu aspek utama yang membedakan reality show dengan program lain adalah penggambaran orang-orang biasa yang bertindak dalam situasi tanpa naskah dan tampaknya tidak terlatih (Rosenbaum et al., 2015). Format ini memungkinkan pemirsa untuk menyaksikan interaksi dan reaksi manusia yang autentik dalam berbagai suasana, dari kenyamanan rumah mereka sendiri. Acara realitas telah menjadi fenomena global, menarik pemirsa dari berbagai budaya dan demografi (Mestanza-Ramón et al., 2018).

Popularitas Realty show dapat dikaitkan dengan dua teori utama (Rosenbaum et al., 2015). Teori pertama adalah aspek keterlibatan sosial dalam realitas TV. Pemirsa tertarik pada reality show karena mereka menyediakan platform untuk interaksi sosial dan diskusi. Melalui penggunaan media sosial, pemirsa dapat mengekspresikan pendapat mereka, membentuk komunitas, dan terlibat dalam perdebatan tentang acara tersebut dan pesertanya. Tingkat keterlibatan sosial ini menciptakan rasa kebersamaan dan hubungan di antara pemirsa, sehingga meningkatkan pengalaman menonton mereka secara keseluruhan. Teori kedua yang menjelaskan popularitas reality show adalah pengaruh dan keasliannya. Menurut Audrey Kwak, pengaruh Realty show berasal



psi keaslian dan "realitas", yang melampaui pengaruh televisi berita dan konvensional karena popularitasnya yang luar biasa (Wang & Morton,

2020). Penggunaan orang-orang nyata dalam situasi nyata menciptakan rasa keterhubungan dan keaslian bagi penonton. Keaslian ini memungkinkan pemirsa untuk terhubung dengan para peserta pada tingkat yang lebih dalam dan terlibat secara emosional dalam cerita mereka. Selain itu, acara TV realitas memiliki kemampuan untuk memberikan rasa pelarian kepada pemirsa. Dengan menghadirkan kehidupan dan pengalaman orang-orang biasa, reality show menawarkan istirahat dari kehidupan sehari-hari yang monoton dan membawa pemirsa ke dunia di mana mereka dapat menyaksikan kehidupan dan pengalaman orang lain, yang mungkin berbeda atau lebih menarik daripada kehidupan mereka sendiri. Selain itu, keterjangkauan dan kemudahan produksi telah memainkan peran penting dalam kebangkitan reality TV. Tidak bergantung pada aktor dan produksi profesional telah memainkan peran penting dalam kebangkitan reality TV. Tidak bergantung pada aktor dan penulis profesional, program reality TV murah untuk diproduksi dan dijual, sehingga menawarkan industri televisi cara untuk menghadapi meningkatnya persaingan dalam bidang penyiaran, konflik perburuhan, dan masalah keuangan (Es, 2015). Kombinasi dari faktor-faktor ini telah berkontribusi pada fenomena global reality televisi, yang memikat pemirsa dari berbagai budaya dan demografi. Para penulis, program reality TV murah untuk diproduksi dan dijual, sehingga menawarkan industri televisi cara untuk menghadapi meningkatnya persaingan dalam bidang penyiaran, konflik perburuhan, dan masalah keuangan (Es, 2015). Kombinasi dari faktor-faktor ini



kontribusi pada fenomena global reality televisi, yang memikat pemirsa  
agai budaya dan demografi.

Popularitas televisi realitas dapat dikaitkan dengan dua teori utama (Rosenbaum et al., 2015). Teori pertama menyatakan bahwa reality TV menawarkan pemirsa rasa partisipasi dan kendali atas pengalaman hiburan mereka. Teori ini menyatakan bahwa pemirsa tertarik pada reality TV karena mereka dapat secara aktif terlibat dengan konten melalui platform media sosial dan diskusi. Penggunaan media sosial memungkinkan pemirsa untuk mengekspresikan pendapat mereka, menjalin hubungan dengan penggemar lain, dan memiliki pengaruh terhadap hasil acara.

Teori kedua menyatakan bahwa penonton tertarik pada reality TV karena menyajikan versi realitas yang lebih tinggi. Versi realitas yang lebih tinggi ini menciptakan narasi yang diidealkan dan didramatisasi sehingga menarik pemirsa dan membuat mereka tetap terlibat.

#### **D. Analisis *Framing***

Analisis *framing* adalah metodologi yang berharga untuk mempelajari bagaimana informasi, peristiwa, dan isu spesifik disajikan kepada publik melalui media massa (Brusse et al., 2015). Dengan memilih aspek-aspek spesifik dari realitas dan membuatnya lebih menonjol, *framing* mendorong definisi masalah tertentu, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi pengobatan untuk topik yang sedang dibahas (Waitkus & Wallaschek, 2022).

Analisis *framing* memungkinkan sistematisasi, memeriksa dan menafsirkan cara teks dikonstruksi, memberikan pendekatan terstruktur dan transparan untuk

ni bagaimana institusi media membentuk pemahaman dan opini publik. Teori ini telah digunakan dalam banyak penelitian untuk menganalisis



bagaimana media menggambarkan berbagai peristiwa, objek, dan individu. Melalui analisis *framing*, peneliti mampu mengidentifikasi opini dan ide sentral yang hadir dalam wacana media (Nitoiu, 2015). Lebih jauh lagi, analisis *framing* menyoroti hubungan yang dibuat oleh jurnalis antara berbagai peristiwa, kebijakan, atau fenomena dan kemungkinan penafsirannya. Analisis ini juga mempertimbangkan penggunaan berbagai perangkat *framing*, seperti kata kunci (keyword) , slogan, kutipan, metafora, penggambaran dan visual, yang selanjutnya berkontribusi pada proses *framing*. Analisis *framing* adalah alat yang berharga untuk memahami cara media membangun dan membentuk persepsi publik melalui strategi komunikasi mereka. Secara keseluruhan, analisis *framing* adalah pendekatan metodologis yang memungkinkan peneliti memeriksa dan menganalisis konstruksi dan dampak teks media (Waitkus & Wallaschek , 2022). Melalui analisis *framing*, peneliti dapat mengidentifikasi opini dan ide sentral yang ada dalam wacana media dan memahami bagaimana hal ini membentuk pemahaman dan opini publik (Nitoiu, 2015). Analisis *framing* memberikan pendekatan terstruktur dan transparan untuk memahami bagaimana institusi media membentuk pemahaman dan opini publik. Opini dengan memilih aspek-aspek tertentu dari realitas dan menjadikannya lebih menonjol (Allen et al., 2021). Metodologi ini membantu secara sistematis memeriksa dan menafsirkan cara teks dikonstruksi, dengan mempertimbangkan penggunaan berbagai perangkat pbingkaian yang berkontribusi pada proses pbingkaian.



Analisis *framing* adalah sebuah pendekatan dalam ilmu komunikasi dan teknik yang membantu kita memahami cara berita, cerita, atau isu dibentuk

dan dipresentasikan oleh media, organisasi, atau individu dengan tujuan tertentu. Konsep *framing* mencakup pemilihan aspek-aspek tertentu dari realitas untuk disorot dan diberi penekanan dalam penyajian informasi. Dengan kata lain, *framing* adalah cara untuk mengubah pandangan dan pemahaman kita tentang suatu isu atau peristiwa.

*Framing* bisa terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk *framing* episodik yang menggambarkan peristiwa sebagai insiden tunggal dan *framing* thematic yang menghubungkan peristiwa dengan konteks yang lebih luas. Media memiliki peran penting dalam membentuk *framing*, tetapi juga menerima pengaruh dari pemiliknya atau kepentingan politik.

Dalam konteks politik, analisis *framing* digunakan untuk memahami bagaimana kandidat, partai politik, dan media mempresentasikan isu-isu politik. *Framing* politik memiliki dampak besar pada pandangan masyarakat dan pemilih terhadap isu-isu tersebut. Penelitian dalam analisis *framing* melibatkan analisis konten media, wawancara, survei, dan eksperimen untuk memahami bagaimana *framing* digunakan dan bagaimana masyarakat meresponsnya.

*Framing* juga terkait erat dengan teori agenda setting, yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. *Framing* memengaruhi cara isu-isu ini dipersepsikan dan dipahami oleh publik.

Media massa juga dianggap sebagai pusat penentuan kebenaran dengan  
ian mentransfer dua elemen kesadaran dan informasi ke dalam agenda  
angan mengarahkan kesadaran dan perhatian publik pada isu-isu yang



dianggap penting oleh media massa. Analisis *Framing* Entman merupakan model analisis yang melihat tujuan di balik sebuah berita di media. Analisis *framing* diambil dari suatu persoalan atau realitas yang dibingkai oleh media, kemudian dipahami dan diinterpretasikan sehingga mempunyai makna tertentu (Eriyanto, 2012:3-10). Entman dalam jurnalnya yang berjudul “*Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*” pada tahun 1993 menyatakan bahwa *framing* kini menjadi alat yang sangat populer dan digunakan secara luas dalam penelitian komunikasi, sehingga analisis *framing* berkaitan dengan bagaimana suatu ide berita disampaikan dalam media melalui media. teks dan lihat bagaimana dampak berita yang dihasilkan melalui isi pesan dan bagaimana hal itu akan mempengaruhi cara berpikir audiens. Dua esensi utama analisis *framing* (Eriyanto, 2012: 222) adalah, pertama, pemilihan isu, sebagai proses penyeleksian fakta dari beragam realitas. Untuk melihat bagaimana suatu peristiwa dimaknai dan dihubungkan dengan bagian mana yang akan diliput atau tidak. Kedua, penekanan pada bagaimana suatu fakta ditulis. Penggunaan kata, kalimat dan gambar apa saja yang akan digunakan untuk menunjang penulisan. Bagaimana isu tersebut dipilih, ditulis dan ditampilkan kepada khalayak. Konsep Entman ini mengacu pada operasionalisasi empat dimensi:

Analisis *framing* Entman juga digunakan untuk melihat penekanan penyampaian dan penyajian apa yang digunakan redaksi atau jurnalis dalam mengkonstruksi peristiwa, membingkai berita, kemudian menyajikannya, sehingga

ig disajikan menjadi lebih nyata, bermakna dan berkesan bagi pembaca. ta adalah segala sesuatu yang ditulis dan dijelaskan dalam naskah panjang



yang berbentuk surat atau surat kabar. Teks juga diartikan sebagai sekumpulan tanda yang dikirimkan dari pengirim ke penerima melalui media tertentu dengan menggunakan kode-kode tertentu (Budiman dikutip Sobur, 2012: 53). Teks dalam media kemudian dianalisis untuk mengetahui aspek kecenderungan pesan yang disampaikan media. Berita merupakan sesuatu yang berharga dalam suatu peristiwa. Soehoet (2003: 23) mengatakan berita adalah gambaran peristiwa atau isi yang dibutuhkan manusia bagi dirinya dan pembacanya untuk mewujudkan filosofi hidupnya. Ada lima kategori berita yang dikenal dalam jurnalisme (Tuchman dikutip Eriyanto, 2012: 126-130) yaitu Hard News, Soft News, Spot News, Developing News dan Continuing News. Pemberitaan terkait tata kelola perusahaan pangan pada pemberitaan media dapat disimpulkan sebagai pemberitaan yang berkembang. Semua berita harus memuat fakta-fakta yang termasuk dalam berita 5W + 1H (Chaer, 2010: 17-18), apa (peristiwa yang memuat fakta tentang apa yang terjadi), siapa (siapa atau orang-orang yang pernah dan terlibat dalam peristiwa tersebut), mengapa (mengapa hal itu terjadi atau latar belakang yang membuat peristiwa itu terjadi), di mana (identifikasi lokasi terjadinya peristiwa), kapan (waktu terjadinya), dan bagaimana (bagaimana proses terjadinya suatu peristiwa).

Media adalah suatu cara atau proses penyampaian pesan kepada khalayak.

Media online adalah media berbasis telekomunikasi atau multimedia (komputer dan internet) yang disajikan secara online di website.



l meskipun analisis *framing* memiliki manfaat dalam memahami pengaruh n organisasi dalam membentuk persepsi publik, ada juga kritik terhadap

pendekatan ini. Kritik mencakup kekhawatiran bahwa analisis *framing* bisa menjadi subjektif dan dapat digunakan untuk memanipulasi opini publik.

Secara keseluruhan, analisis *framing* adalah alat penting dalam memahami bagaimana pesan-pesan media, politik, dan komunikasi secara umum membentuk cara kita memahami dunia sekitar kita.

