

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa adalah alat komunikasi dan informasi yang digunakan untuk menyebarkan berita, informasi, dan konten lainnya kepada masyarakat secara luas. Ini termasuk media online yang menjadi sumber informasi penting bagi masyarakat untuk tetap terinformasi tentang berbagai peristiwa, isu, dan topik yang terjadi di masyarakat (Lule, 2010). Sebagai medium informasi milik publik tentu sangat dibutuhkan dalam konteks demokrasi dan masyarakat terbuka. Hal ini karena informasi yang benar dan akurat adalah dasar bagi warga negara untuk membuat keputusan yang cerdas dan untuk memahami dunia di sekitar mereka.

Oleh karena itu, media online memiliki tanggung jawab yang besar dalam menyediakan informasi yang jujur dan seimbang kepada masyarakat agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam proses demokratis dan mengambil keputusan yang tepat. Namun masyarakat juga dituntut untuk menjadi kritis terhadap sumber informasi yang digunakan dan untuk memeriksa kebenaran informasi. Sebab, media sejatinya memberikan informasi sesuai dengan fakta yang terjadi. Seperti yang dikemukakan Romli (2018) yang menyebut media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelapor fakta atau peristiwa yang diproduksi dan distribusikan melalui internet”.

Menurut Chun, New Media adalah penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di media massa konvensional televisi, radio, majalah, Koran dan film. Sifat New Media adalah cair (fluid), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. (Romli, 2018). Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi obyek kajian teori "media baru" (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek gencrasi "*real-time*".

New media merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Septiawan, 2006).

New media merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun new media sendiri tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam new media, selain ciri interaktif dan intertekstual.

Di era global, tren jurnalisme online memberikan banyak keuntungan bagi pembaca karena kecepatannya, apalagi dewasa ini media memiliki peran yang sentral, media disebut sebagai pemenang dalam penyebaran demokrasi seluruh dunia. Media memiliki peran yang sangat penting dalam

menjaga keseimbangan dan mendukung demokrasi. Secara konseptual kebebasan pers akan memunculkan pemerintahan yang cerdas, bersih, dan bijaksana. Logikanya, melalui kebebasan pers masyarakat akan dapat mengetahui berbagai peristiwa politik, sehingga muncul mekanisme *check and balance*, kontrol terhadap kekuasaan, maupun masyarakat. Makanya media massa sering disebut sebagai *the fourth state of democracy*, pilar keempat demokrasi, melengkapi eksekutif, legislatif, dan yudikatif. (Subiakto, 2012).

Besarnya peran dan pengaruh media dalam kehidupan masyarakat membuat informasi atau berita yang diterima masyarakat sering kali memunculkan pro kontra. Hal itu juga tidak terlepas dari kepentingan antara pemilik media seringkali membuat arah kebijakan redaksi harus patuh pada kepentingan pemilik media. Kepentingan ini bisa meliputi politik, sosial maupun ekonomi. Padahal, media seharusnya tidak berpihak dan tetap mengacu etika jurnalistik dan bijaksana dalam memproduksi berita. (Romli, 2018)

Dalam konteks ini, media memandang khalayak sebagai *spectator* atau sebagai penonton. Dalam model ini, media sekedar hanya mencari perhatian khalayak, yang tidak dimaksudkan untuk mencari tujuan lebih dari mencari perhatian. Khalayak sendiri tidak terlibat atau berpartisipasi di dalam membangun makna dari hubungan-hubungan yang terjadi. Apalagi dampak media terhadap khalayak.

Dari sinilah muncul muncul peran Spin Doctors yang sama-sama membentuk opini publik lewat media. *Spin doctor* bertugas membentuk opini masyarakat terkait proyek PSEL melalui pemberitaan media cetak dan

online sehingga terbentuk opini positif tentang pembangunan proyek PSEL yang dikerjakan Pemerintah Kota Makassar. Sehingga profesi Spin Doctors ini dinilai sebagai suatu keahlian di bidang komunikasi yang menggabungkan prinsip-prinsip public relation, periklanan dan pemasaran (Cangara, 2009:284).

Kegiatan Spin Doctoring di Indonesia pertama kali dilakukan pada penyelenggaraan pesta Demokrasi Pemilihan Presiden 2004 yang baru pertamakali diselenggarakan. Pada Pemilihan Presiden ini, Spin Doctors berhasil membentuk image SBY-Kalla sebagai figur yang cerdas, berwibawa, sederhana dan merakyat. Spin Doctor menurut Louw (2005) adalah sekelompok atau individu yang mampu meletakkan sebuah rencana yang baik pada sebuah media pemberitaan bagi perusahaan atau masalah-masalah politik.

Media massa yang dalam hal ini sebagai bagian dari Civil Society tentunya sangat penting dalam kerangka pengelolaan lingkungan. Substansi dari hal ini telah sangat jelas diatur di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers maupun Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Keterkaitan antara media dan kebijakan pengelolaan lingkungan dapat pula ditinjau dari konsep *good governance*, karena pada hakekatnya prinsip *good governance* mempersyaratkan adanya partisipasi dan transparansi, yang

menjadi kunci penting dalam keterlibatan stakeholders terutama berkaitan urusan pemerintahan, utamanya yang menyangkut *public policy*.

Sementara itu dalam konteks pelaksanaan otonomi daerah sebagaimana diamanatkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, konsep *Good Governance* dalam pengelolaan lingkungan hidup yang lebih dikenal dengan Good Environmental Governance (GEG) setidaknya mengedepankan 10 hal antara lain; visi, strategis, penegakan hukum, transparansi, kesetaraan, daya tanggap, partisipasi, akuntabilitas, pengawasan, efisiensi dan efektifitas, serta profesionalisme (Santosa, 2006).

Sayangnya kenyataan di lapangan menunjukkan stakeholders belum optimal dalam menjalankan perannya untuk memberikan informasi atau berita yang baik dan jelas sehingga tidak memunculkan pro kontra di masyarakat, padahal pemanfaatan media massa sebagai sarana mengkampanyekan sekaligus penyebaran berita informasi atau lingkungan bisa menjadi unjuk tombak dalam menjernihkan masyarakat.

Masalah lingkungan seolah hanya sekadar menarik perhatian media massa, untuk kemudian diliput secara langsung atau berdasarkan laporan dari masyarakat yang terkena dampak masalah lingkungan. Padahal, lingkungan sebagai sebuah topik yang menjadi bagian konten media, diharapkan dapat menjadi sebuah tema yang menarik untuk dibaca agar memunculkan kesadaran lingkungan.

Melalui media, pembaca diharapkan dapat memiliki motivasi untuk melestarikan lingkungan hingga memiliki *awareness* terhadap isu

lingkungan kemudian tergerak untuk memiliki sikap sadar lingkungan. Selain itu, para pengambil kebijatakan dalam hal ini pemerintah juga bisa mempertimbangkan saat hendak membangun sebuah proyek tanpa menyampingkan aspek lingkungan. Namun media yang ada hanya membeberkan isu lingkungan atau menampilkan berita-berita lingkungan secara parsial yang kurang membekas bagi pembacanya. Hanya mendapat menyajikan berita singkat tentang isu lingkungan.

Berbicara mengenai berita, berita dapat didefinisikan sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Assegaff, 1983). Berita yang disajikan sangat berguna bagi pembaca karena dapat menambah pengetahuan, yang secara tidak langsung dibutuhkan untuk mengerakkan pikiran, sehingga memiliki sikap terhadap suatu hal. Berita yang disajikan tersebut dapat menggerakkan pembaca untuk berperilaku sehingga akhirnya akan terbentuklah pendapat masyarakat.

Jika melihat pemberitaan di Indonesia rasanya cukup sulit melihat mana kontruksi dan mana realitas. Salah satu pendekatan untuk melihat bagaimana media mengkontruksi realitas adalah dengan analisis framing, karena sebuah kontruksi realitas antara media yang satu dengan media yang lainnya bisa saja berbeda bergantung pada kepentingan tiap media. (Eriyanto, 2002)

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan (Eriyanto, 2002).

Melalui berita, kita mengetahui apa yang terjadi di seluruh daerah di seluruh penjuru Indonesia. Melalui berita, kita mengetahui apa saja yang dilakukan oleh elite politik di Jakarta, kehidupannya, kegiatannya.

Tetapi apa yang kita lihat, apa yang kita ketahui, dan apa yang kita rasakan mengenai dunia itu tergantung pada jendela yang kita pakai.

Eriyanto (2002) menyebut pandangan lewat jendela itu, tergantung pada apakah jendela yang kita pakai besar: atau kecil. Jendela yang besar dapat melihat lebih luas, sementara jendela yang kecil membatasi pandangan kita. Apakah jendela itu berjeruji ataukah tidak. Apakah jendela itu bisa dibuka lebar ataukah hanya bisa dibuka setengahnya. Apakah lewat jendela itu kita bisa melihat secara bebas ke luar ataukah kita hanya bisa mensintip di balik jerujinya. Yang paling penting, apakah jendela itu terletak dalam rumah yang punya posisi tinggi ataukah dalam rumah yang terhalang oleh rumah lain. Dalam berita, jendela itu yang kita sebut sebagai frame (bingkai)".

Seperti layaknya kalau melihat lewat jendela, seringkali batasan pandangan menghalangi kita untuk melihat realitas yang sebenarnya. Melalui analisis framing dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, siapa melawan siapa, mana kawan mana lawan, mana patron. Siapa diuntungkan dan siapa dirugikan. Kesimpulan ini sangat mungkin diperoleh oleh analisis framing karena analisis framing memiliki kebebasan dalam menafsirkan sebuah wacana. (Eriyanto, 2002)

Jika *framing* diterapkan pada pemberitaan mengenai kebijakan publik, tentu akan berimbas pada penilaian masyarakat, seperti halnya pembangunan proyek Pengolahan Sampah Menjadi Energi Listrik (PSEL) di Kota Makassar, Sulawesi Selatan (Sulsel). Proyek yang diinisiasi pemerintah Kota Makassar pada akhirnya memunculkan polemik di masyarakat.

Proyek Pengolahan Sampah menjadi Energi Listrik (PSEL) yang akan dibangun di Kota Makassar merupakan inisiatif strategis nasional. Pada pertengahan tahun 2024, dijadwalkan akan dilakukan groundbreaking atau peletakan batu pertama untuk proyek ini. PSEL ini merupakan Proyek Strategis Nasional (PSN). Cara pengolahan sampah menjadi energi listrik yaitu sampah akan dibakar untuk menghasilkan panas. Panas tersebut akan dikonversi menjadi energi listrik selayaknya cara kerja pembangkit listrik. Proyek PSEL ini ditargetkan untuk memproduksi listrik mencapai 24 Megawatt (Lallo, 2024)

Banyaknya berita yang beredar mengenai pemberitaan pro dan kontra pembangunan proyek PSEL, masyarakat sebagai konsumen media

tentunya harus berpartisipasi aktif dengan lebih selektif dalam menyaring berbagai informasi yang disajikan oleh situs berita online. Dengan banyaknya media massa di Indonesia, khususnya di Kota Makassar, tentunya setiap media memiliki ideologi dan karakter penulisan yang berbeda. Tidak terkecuali media Tribun-Timur.com dan Fajar.co.id.

Pembangunan proyek pengolahan sampah menjadi energi listrik di Kota Makassar ini membuat kemunculan banyak reaksi masyarakat, termasuk media. Ada yang berposisi sebagai pro dan ada yang kontra. Tribun-Timur.com sebagai media yang berkedudukan di Kota Makassar, memosisikan dirinya sebagai media yang mendukung sepenuhnya pembanguna proyek PSEL. Hal tersebut dilihat dari banyaknya berita Tribun-Timur.com yang condong memberitakan atau mengakomodir pihak yang setuju proyek PSEL berda di kawasan Tamalanrea, ketimbang di TPA Antang, Kelurahan Tamangapa, Kecamatan Manggala. Salah satunya berita dengan judul “Pembangunan PSEL Jadi Polemik di Makassar, Danny Pomanto: Itu Industri Bukan TPA Antang Dipindahkan” (Aminah, 2023f).

Jika melihat berita yang dibuat pada 9 Agustus 2023, Wali Kota Makassar Moh Ramdhan Pomanto mengungkapkan, banyak yang beranggapan bahwa Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Tamangapa akan dipindahkan. Padahal, yang dibuat adalah industri listrik bukan TPA. Bahkan Moh Ramdhan Pomanto, menyebut PSEL dibuat untuk mengatasi masalah persampahan di Kota Makassar, maka dibuatlah sebuah industri pengolahan sampah.

Serupa dengan berita di atas, Tribun-Timur.com juga membuat berita terkait keresehan masyarakat Kecamatan Manggala yang menolak pemindahan TPA Antang, dengan judul berita “Alasan Warga Tolak PSEL di Luar Tamangapa, Ternyata Bukan Gegara Bau Busuk, Ada Faktor Lain” (Aminah, 2023h).



Gambar 1: Berita Tribun-Timur.com

Dalam berita yang diunggah 14 Agustus 2023, disebutkan bahwa warga Kecamatan Manggala khawatir sumber pendapatannya akan hilang jika proyek PSEL dibangun di wilayah lain. Maka dari itu, puluhan warga Manggala melakukan aksi dengan menutup jalur masuk armada sampah menuju Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Tamangapa. Penutupan TPA dilakukan pada Senin (14/8/2023) menggunakan bambu dan spanduk penolakan PSEL di wilayah lain.

Berbeda dengan Tribun-Timur.com, media Fajar mem-*framing* berita pembangunan proyek PSEL dari prespektif kontra. Hal itu juga dilihat dari

berita-berita yang diproduksi Fajar. Seperti dalam berita berjudul “Warga Minta Pembangunan PSEL di Tamalanrea Dipertimbangkan Ulang” (Nursam, 2023b).

Pada berita yang dibuat pada 13 Juli 2023 itu, disebutkan bahwa warga Tamalanrea Makassar meminta agar rencana pembangunan pengolahan sampah energi listrik (PSEL) di Kecamatan Tamalanrea untuk dipertimbangkan. Sebagian warga menolak pembangunan PSEL di Tamalanrea. Penolakan ini disampaikan dalam Dialog Publik Komunitas Pa’Kopi Makassar, Kamis (13/7/2023). Pada kesempatan itu, salah satu Warga Tamalanrea, Haidir Syam, mendesak agar proyek ini tak dilanjutkan Pemkot Makassar.

Tidak jauh berbeda dengan berita di atas, Fajar juga membingkai berita dari prespektif Anggota DPRD Kota Makassar, dengan judul “Ramai-ramai Dewan Minta Wacana Lokasi PSEL di Tamalanrea Ditinjau Ulang, ARA: Jangan Coba-coba Bermain” (Nursam, 2023d).

Dalam berita yang diunggah 26 Juli 2023, Wakil Ketua DPRD Makassar, Adi Rasyid Ali mewanti-wanti kepada panitia penyelenggara PSEL, agar berhati-hati dalam menjalankan proyek besar ini. Menurutnya, Tamalanrea jangan sampai diubah menjadi kawasan industri. Saat ini perubahan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) telah berjalan. Dasar ini harus dimasukkan dalam pansus jangan sampai dijadikan tempat industri untuk melegalkan PSEL masuk di Tamalanrea.

Dari polemik tersebut, persinggungan antara kepentingan pemerintah dan kenyamanan masyarakat menjadi kombinasi pemberitaan

yang ramai. Pada akhirnya muncul pro dan kontra antar elemen yang disajikan oleh media Tribun-Timur.com dan Fajar.com. Eriyanto mengemukakan sebuah berita tidak bisa disamakan seperti sebuah kopi dari realitas, ia harus dipandang sebagai kontruksi atas realitas. Karenanya berbeda.

Wartawan bisa jadi mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita. Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Di sini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut. (Eriyanto, 2002)

Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Di sini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. (Eriyanto, 2002)

Sejatinya, penelitian analisis framing berita sudah banyak dilakukan peneliti. Seperti yang ditulis Astaningrum (2021) dalam jurnalnya "*Analisis Framing berita Pro dan Kontra Pelaksanaan Pilkada 2020 di Tengah Pandemi Covid19 pada Media Online Kompas.com dan Antaranews.com*". Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana framing yang dilakukan oleh Kompas.com dan Antaranews.com terhadap berita pro dan kontra pelaksanaan Pilkada 2020 di tengah pandemi Covid-19.

Selain itu ada pula penelitian yang memiliki lokus penelitian yang sama dengan kajian ini, yakni Tribun-Timur.com dan Fajar, namun berbeda dari isu yang dikaji. Ramli (2011) menulis jurnalnya dengan judul "*Analisis Framing Berita Headline Harian Fajar Dan Tribun-Timur.com Dalam Pemilihan Ketua Dpd 1 Partai Golkar Sulawesi Selatan 2009-2014*".

Berbeda dengan dua penelitian di atas, Dewanty (2022) menulis jurnal dengan judul *Analisis Framing Pemberitaan Tribun-Timur.com Tentang Demonstrasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana portal online Tribun-Timur.com membingkai berita mengenai demonstrasi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dengan 4 struktur yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Dari beberapa kajian sebelumnya di atas, peneliti dalam penelitian kali ini lebih memfokuskan pada framing serta pro kontra dalam pemberitaan

proyek pembangunan PSEL Makassar di media Tribun-Timur.com dan Fajar.co.id dengan menggunakan framing model Robert N. Entman.

Robert N Entman adalah salah satu ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Konsep framing, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain. Menurut Entman framing digunakan untuk menonjolkan suatu aspek yang ingin ditonjolkan dengan menempatkan isu-isu tertentu yang penting untuk diketahui pembaca. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Dengan menyeleksi isu, wartawan dapat membingkai peristiwa dengan memasukkan atau mengeluarkan isu tergantung sudut pandang yang ingin mereka gunakan. Dengan menonjolkan peristiwa tertentu, mereka dapat menekankan dan membuat sebuah peristiwa menjadi penting dan menarik untuk diketahui khalayak. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Wartawan memutuskan apa yang akan ia beritakan, apa

yang diliput dan apa yang harus dibuang, apa yang ditonjolkan dan apa yang harus disembunyikan kepada khalayak.

Analisis data yang digunakan terhadap kedua pemberitaan yang menggunakan kerangka dari model analisis framing yang dikemukakan oleh Robbert N. Entman dengan penyebutan istilah serapan pada keempat elemennya mengadaptasi dari Reformasi & Widiarti (2020) ialah; a) Defenisi masalah, b) Penyebab Masalah, c) membuat keputusan moral, d) menekan penyelesaian dengan mengikuti skema pada Skema Framing Model R. N. Entman.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat media dalam hal ini media online sangat berperan penting untuk memberikan informasi jelas kepada masyarakat terutama terkait masalah lingkungan, sehingga masyarakat dapat memahami berita itu tanpa harus diperdebatkan. Sebab, media juga berperan penting untuk menjaga dan mengawasi perbuatan yang dapat merusak lingkungan. Selain itu, penelitian ini penting karena tidak lain agar masyarakat bisa mengetahui bahwa berita yang diproduksi media itu sejatinya adalah hasil sebuah konstruksi, sehingga tidak serta merta langsung mempercayai sebuah berita.

Melihat fenomena di atas, peneliti ingin meneliti dengan judul ***“Analisis Framing Berita Proyek PSEL Pemerintah Kota Makassar di Media Tribun-Timur.com dan Fajar.co.id”***.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *framing* berita yang dilakukan media online Tribun-timur.com dan Fajar.co.id terkait proyek PSEL Pemerintah Kota Makassar?
2. Bagaimana pro dan kontra *framing* berita proyek PSEL di Tribun-timur.com dan Fajar.co.id?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi framing berita yang dilakukan oleh media online Tribun-timur.com dan Fajar.co.id terkait proyek PSEL Pemerintah Kota Makassar
2. Untuk mengetahui pro dan kontra framing berita proyek PSEL di Tribun-timur.com dan Fajar.co.id

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian memiliki manfaat secara teoritis yang penting dalam konteks pengembangan dalam berbagai bidang studi ilmu komunikasi dalam hal ini kajian analisis framing.

2. Secara Praktis

Penelitian memiliki manfaat praktis yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Tentunya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi para industri media dalam memproduksi sebuah berita.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Berdasarkan leksikon komunikasi, media massa diartikan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Cangngara (2010) berpendapat bahwa media merupakan alat atau sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio, serta televisi (Cangngara, 2010). Media merupakan bentuk jamak dari medium yang memiliki arti tengah atau perantara. Sedangkan kata massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang artinya kelompok atau kumpulan yang tidak terhitung jumlahnya.

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian media massa yakni perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam berhubungan satu sama lain. Media massa menurut DeVito adalah alat komunikasi yang menyampaikan pesan, gagasan, dan informasi menggunakan pemancar atau sinyal.

Media sebagai sarana penghubung memegang peranan penting dalam mempengaruhi massa. Hal tersebut karena media berperan dalam

memberikan informasi terkait fenomena hingga peristiwa yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat. Kurniati, dkk (2020) mengatakan bahwa media memiliki tugas menyampaikan berita dengan cepat, tepat, dan aktual atas peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan gagasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media berperan penting dalam mengkonstruksi hingga menyebarkan informasi yang terjadi di masyarakat ke dalam sebuah berita. Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 menyatakan bahwa perusahaan pers atau media merupakan sebuah badan hukum di Indonesia yang berhak menyelenggarakan usaha pers, yang terdiri dari perusahaan media cetak, kantor berita, media elektronik, serta berbagai jenis perusahaan media lainnya yang bertugas secara khusus untuk menyelenggarakan, menyiarkan, ataupun menyalurkan informasi.

Selanjutnya, di dalam Pasal 10 UU No.40 Tahun 1999 juga dinyatakan bahwa perusahaan pers harus memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers yang bekerja di perusahaannya dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta berbagai bentuk tunjangan kesejahteraan lainnya.

Media sebagai alat penghubung seringkali mengkonstruksi berita dengan gaya ungkap yang berbeda. Hal tersebut karena setiap media memiliki kaidah atau gaya selingkung berbeda. Hal ini seringkali menyebabkan perbedaan yang signifikan terkait pengungkapan berita yang terjadi di masyarakat. Selain itu, seringkali ditemukan portal berita menyiarkan berita tidak menerapkan kaidah kaidah penulisan berita yang

baik. Oleh karena itu, diperlukan pengamatan terhadap gaya ungkap berita. (Gilang)

2. Jenis Media Massa

Media massa dianggap sebagai lembaga yang memiliki kredibilitas yang tinggi oleh masyarakat, sehingga apapun yang diungkapkan oleh media dianggap suatu kebenaran yang ada di masyarakat, media dianggap dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat sehingga media massa dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan atau aspirasi dari berbagai pihak, pemerintah, masyarakat dan termasuk organisasi. (Sumadiria, 2015)

Menurut Wardhani (2008), media massa dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Media massa elektronik adalah jenis media massa yang disebarluaskan melalui media suara (audio) atau gambar hidup (video) dengan menggunakan teknologi elektro. Contohnya adalah radio dan televisi.
- b. Media massa Online adalah media dengan jenis yang dapat ditemukan di Internet atau situs web atau yang sering disebut dengan media daring (dalam jaringan). Di zaman modern ini karena mudah di akses kapan saja dan dimana saja.
- c. Media massa Cetak (Printed Media) adalah media massa yang menggunakan lembaran kertas. Contohnya: surat kabar, majalah dll.

3. Karakteristik Media Massa

Media massa memiliki kekuatan dan peran yang signifikan dalam mempengaruhi khalayak. Selain berperan untuk memberikan informasi, media massa juga memiliki peran sebagai kontrol sosial yaitu menjadi medium bagi masyarakat untuk mendukung maupun mengkritik kebijakan pemerintah. Menurut McQuail, media massa sebagai desinator atau penyalur informasi dan juga sebagai "toko" informasi. Selain itu media massa juga sebagai penyaring (filter) atas informasi yang beredar. (Ummah, 2021)

Media menjadi pilar keempat dalam proses demokrasi. Oleh karena itu media memiliki peran yang penting dalam menciptakan suasana demokrasi. Kondisi sosial masyarakat tidak bisa dilepaskan dari adanya pengaruh media massa. Menurut Habermas, media menjadi pondasi dan penguatan demokrasi serta penyedia ruang publik. Sebagai ruang publik, media menjadi tempat pertemuan bagi setiap individu untuk mendiskusikan berbagai masalah dan isu secara bersama. Oleh karena itu ruang publik tidak bersifat tunggal, akan tetapi bersifat jamak.

Teori yang menyatakan bahwa *"the spectrum as a public resource"* menunjukkan bahwa dalam media penyiaran atau broadcasting frekuensi merupakan sumber daya yang sangat penting dan terbatas, sehingga harus digunakan sepenuhnya untuk kepentingan publik karena frekuensi adalah milik publik. Menurut Ummah (2021), media massa memiliki beberapa karakteristik diantaranya:

- a. Bersifat melembaga. Pengelola media massa terdiri dari banyak orang yang bernaung dalam sebuah lembaga atau perusahaan media massa.
- b. Bersifat satu arah. Komunikasi yang dilakukan oleh komunikator (dalam hal ini media massa) kepada komunikan (khalayak) terjadi satu arah sehingga kurang memungkinkan untuk terjadi dialog atau umpan balik secara langsung. Komunikator tidak bisa melihat reaksi khalayak secara langsung pada saat pesan atau informasi disampaikan. Jika ada respons atau umpan balik, biasanya membutuhkan waktu.
- c. Meluas dan serempak. Pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa dapat diterima oleh khalayak pada waktu yang sama dalam jangkauan yang luas dan cepat. Karakteristik ini dapat mengatasi hambatan jarak dan waktu.
- d. Bersifat terbuka atau umum. Pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa dapat diterima oleh siapa saja (tidak mengenal usia, jenis kelamin, agama, kelompok atau golongan tertentu, dan lainnya) dan dapat diterima dimana saja.
- e. Menggunakan peralatan teknis atau mekanis. Media massa sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis atau mekanis dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Peralatan teknis ini menjadi alat atau sarana untuk penyebaran pesan atau proses pemancaran untuk media elektronik agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak dengan cepat dan serentak. (Ummah, 2021)

4. Fungsi Media Massa

Istilah media massa telah berkembang penggunaannya, ketika digunakan untuk berkomunikasi dalam skala dan lingkup yang lebih besar. Melalui peran media massa setiap orang atau sekelompok masyarakat dapat terlibat secara virtual dalam waktu yang sama-termasuk dalam lingkup pemberian informasi, sampai sebagai kepada penerima informasi. Hal tersebut karena komunikator dan komunikan juga bagian dari masyarakat, namun dalam konteks komunikasi, mereka merupakan wakil dari media massa. (Prasetyo, 2016)

Jika dilihat lebih mendalam, sebenarnya media massa memiliki beberapa fungsi yang bermanfaat bagi Masyarakat. Berikut penjelasan mengenai fungsi media massa menurut (Efendy, 2003):

a. Fungsi Informasi

Media massa memiliki fungsi informasi, maksudnya media massa berperan sebagai penyebar informasi untuk pembaca, pendengar, atau pemirsa. Komunikan sebagai makhluk sosial akan selalu membutuhkan informasi terbaru yang sedang terjadi di sekitarnya. Sebagian informasi tidak didapatkan dari sekolah maupun tempat bekerja, melainkan dari media massa. Masyarakat dapat belajar musik, politik, ekonomi, hukum, seni, sosiologi, psikologi, komunikasi, dan hal lainnya dari media massa yang tersedia. Selain itu, melalui media massa, komunikan dapat mengetahui gagasan atau pikiran orang lain serta apa yang dilakukan, diucapkan, dan dilihat oleh orang lain.

b. Fungsi Pendidikan

Media massa memiliki fungsi pendidikan. Hal tersebut dikarenakan media massa banyak menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik. Fungsi mendidik dari media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada para komunikan yang menikmati sajian dari media massa tersebut. Sajian media yang berfungsi untuk mendidik biasanya dilakukan melalui drama, cerita, diskusi ataupun artikel. Sebagai contoh, dalam media televisi swasta ada program pendidikan bagi ibu dan balita yang tentunya harus dipandu oleh orang berkompeten dalam bidang yang berhubungan dengan pendidikan anak-anak, sehingga acara tersebut bisa menjadi pendidikan bagi orang tua terutama ibu.

c. Fungsi Memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa, biasanya secara implisit terdapat pada tajuk atau editorial, iklan, maupun artikel. Komunikan dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan pada media massa. Sebagai contoh, sebuah keluarga petani yang hidup di desa memiliki ke-biasaan mencuci rambut menggunakan air rendaman sa-pu merang yang telah dibakar terlebih dahulu. Setelah keluarga petani tersebut memiliki televisi dan menonton tayangan iklan sampo yang dibintangi oleh artis favoritnya, kemudian kebiasaan yang sudah berlangsung sejak lama akan mengalami perubahan. Mereka mengganti kebiasaan mencuci rambut memakai air rendaman sapu merang yang di bakar dengan sampo seperti yang ada dalam iklan di televisi.

Tidak hanya fungsi secara umum, media massa juga memiliki fungsi secara khusus yang ditujukan untuk setiap individu. Dominick dalam Halik (2013) menyebut Fungsi komunikasi dari media massa bagi masyarakat umum dapat dibagi menjadi lima, yaitu:

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi media massa sebagai pengawasan dapat dibagi dalam dua bentuk utama, yaitu warning or beware surveillance (pengawasan peringatan) dan instrumental surveillance (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan, maksudnya memberikan pengawasan terhadap beberapa kejadian, sehingga bisa memberikan peringatan, seperti ketika terjadi angin topan, meletusnya gunung merapi, suatu kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau mengenai adanya serangan militer.

b. Penafsiran (*Interpretation*)

Fungsi penafsiran memiliki pengertian yang hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa bukan hanya memasok data dan fakta, tetapi juga memberikan penafsiran mengenai kejadian-kejadian yang penting. Sebuah organisasi atau industri media dapat memilih atau memutuskan peristiwa-peristiwa yang akan dimuat atau ditayangkan.

Penafsiran tidak akan terbatas pada tajuk rencana. Rubrik maupun yang disajikan pun akan memberikan analisis mengenai kasus di belakang peristiwa yang menjadi berita utama. Sebagai contoh, berita mengenai kebijakan pemerintah, pemilihan umum, dan lain sebagainya. Tujuan dari fungsi penafsiran pada sebuah media massa yaitu ingin

mengajak para komunikan untuk memperluas wawasan serta membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antar-personal atau komunikasi kelompok.

c. Pertalian (*Linkage*)

Media massa dapat berfungsi sebagai pemersatu dari anggota masyarakat yang beragam, sehingga bisa membentuk linkage atau pertalian. Pertalian tersebut terjadi karena adanya kepentingan serta minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis, akan dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

d. Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission of Values*)

Fungsi ini biasanya disebut dengan fungsi sosialitation (sosialisasi). Sosialisasi tersebut mengacu pada cara ses-orang atau individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang merupakan perwakilan dari gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, serta dibaca komunikan. Media massa dapat memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak serta apa yang mereka harapkan dari tindakan mereka. Sehingga dapat dikatakan bahwa media mewakili komunikan dengan model peran yang diamati, dengan harapan bahwa komunikan akan menirunya. Di antara berbagai macam media massa, televisi merupakan media yang sangat berpotensi untuk terjadinya fungsi penyebaran nilai-nilai pada masyarakat yang masih berusia muda.

e. Hiburan (Entertainment)

Beberapa jenis media massa memiliki program yang mengutamakan sajian hiburan, seperti televisi, radio, serta majalah. Salah satu program yang berfungsi sebagai hiburan adalah siaran langsung olahraga. Olahraga sebagai hiburan bagi massa meningkat secara luar biasa setelah berakhirnya Perang Dunia II, hal tersebut sebagian besar merupakan andil dari siaran televisi serta radio. Fungsi dari media massa sebagai fungsi hiburan memiliki tujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran dari para komunikan.

B. Media dan Lingkungan

Media massa memiliki peran yang penting dalam kehidupan sosial masyarakat dan berbangsa. Hal ini terjadi karena media massa memiliki kekuatan untuk membentuk dan menggiring opini masyarakat melalui pemberitaannya. (Bernays, 2005). Dengan demikian media massa memiliki kemampuan untuk membingkai peristiwa social tertentu tampil menarik perhatian publik. Salah satu isu yang diulas dan diangkat oleh media massa adalah isu lingkungan hidup. Melalui media, khususnya media online, publik membutuhkan bantuan untuk memahami dan menyikapi lingkungan sebagai ruang kehidupan mereka secara tepat.

Media massa memiliki tanggung jawab sosial untuk menyajikan informasi yang mendorong publik melakukan tindakan yang berorientasi pada kelestarian lingkungan hidup. Dalam hal ini, media massa bertindak sebagai agen yang melalui pemberitaannya dapat memberikan manusia

pengetahuan dan tuntunan cara hidup berdampingan dengan alam dan lingkungan.

Sesuai perannya, media online dapat digunakan untuk menyampaikan informasi lingkungan. Penyebaran informasi lingkungan sangat diperlukan mengingat berbagai kegiatan pembangunan memiliki kaitan erat dengan isu lingkungan dan isu lingkungan memiliki kaitan erat dengan kualitas hidup manusia. Media online bersama media massa lainnya terbukti berperan membangun kesadaran publik akan pentingnya upaya mengelola lingkungan yang dapat meningkatkan kualitas hidup manusia. Menurut Atmakusumah (1981), media ikut menyumbang berbagai pengetahuan yang berkaitan dengan masalah lingkungan untuk membangkitkan kesadaran itu.

Lembaga Pers Dr. Sutomo dalam Atmakusumah (1981) mengungkapkan, media massa memiliki tiga misi utama di bidang lingkungan:

- a. Menumbuhkan kesadaran masyarakat akan masalah-masalah lingkungan.
- b. Merupakan wahana pendidikan untuk masyarakat dalam menyadari perannya dalam mengelola lingkungan hidup.
- c. Memiliki hak mengoreksi dan mengontrol dalam masalah pengelolaan lingkungan hidup.

Assegaff (1996) mengungkapkan, dari sekian banyak masalah pembangunan dewasa ini, lingkungan merupakan objek pemberitaan yang kian mendapat sorotan. Menurutny, kecenderungan ini muncul karena

persoalan lingkungan memiliki keterkaitan erat dengan berbagai kegiatan pembangunan. Disamping masyarakat semakin menyadari arti penting lingkungan yang baik bagi mereka. Hal tersebut menjadikan masyarakat lebih tertarik pada berita-berita mengenai penciptaan pelestarian lingkungan, dan proyek-proyek yang berupaya memulihkan lingkungan yang rusak seperti proyek reboisasi lahan kritis, perbaikan daerah aliran sungai, pencemaran industri dan sebagainya.

Menurut Friedman dalam Atmakusumah (1996), untuk membuat tulisan yang lebih mendalam tentang lingkungan, penulisan jurnalistik lingkungan perlu menjawab pertanyaan lebih dari satu *“what”*, *“who”*, *“why”* dan *“how”*.

Ahimsa (2004) menjelaskan bahwa lingkungan atau environment secara garis besar dapat dibedakan berdasarkan (1) sifat atau keadaannya dan (2) asal-usulnya. Lingkungan berdasarkan sifat dapat dipilah lagi menjadi (Yenrizal, 2015):

- a. Lingkungan fisik yang berupa benda-benda di sekitar manusia, makhluk hidup, dan segala unsur-unsur alam:
- b. Lingkungan sosial. Lingkungan sosial termasuk disini perilaku-perilaku manusia atau pelbagai aktivitas sosial yang berupa interaksi antarindividu seta berbagai aktivitas individu:
- c. dan Lingkungan budaya. Lingkungan ini mencakup pandangan-pandangan, pengetahuan, norma-norma serta aturan-aturan yang berlaku dalam suatu masyarakat.

Sedangkan, lingkungan yang dilihat dari asal-usulnya berupa:

- a. Lingkungan alami (*natural environment*), di mana lingkungan jenis ini memiliki pengertian keseluruhan unsur di luar diri manusia yang bukan ciptaan manusia.
- b. Lingkungan buatan (*man made environment*) yakni lingkungan yang merupakan hasil kreasi manusia.

C. Media Online

1. Pengertian Media Online

Menjamurnya penggunaan internet saat ini yang didukung kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadi adanya pemekaran (konvergensi) dari media media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan adanya new media atau media baru. Yaitu mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real time” (Pamunji, 2019).

Media online disebut juga dengan digital media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online secara umum yaitu segala jenis atau format media yang hanya dapat diakses melalui internet yang berisikan teks, foto, video dan suara. Media online juga dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list, website, blog dan media sosial (sosial media) juga masuk dalam kategori media online (Pamunji, 2019).

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi obyek kajian teori "media baru" (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga 'aspek generasi "real-time" Romli (2018).

New media merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun new media sendiri tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam new media, selain ciri interaktif dan intertekstual.

Media online dapat diartikan sebagai media yang dapat diakses melalui internet. Romli (2018) membagi beberapa karakteristik media online yaitu:

- a. Multimedia. Dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas Berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c. Cepat. Saat berita diposting atau diupload, berita dapat langsung diakses oleh semua orang.
- d. Update. Pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya dalam kesalahan ketik/ejaan.

e. Kapasitas luas. Halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.

f. Fleksibilitas. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.

Sedangkan dalam buku *Online Journalism. Principles Of News For The Web*, (Holcomb Hathway Publisher, 2005), yang dikutip oleh Suryawati (2014) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Suatu Pengantar*, keunggulan media online adalah sebagai berikut:

- a. *Audience Control*, jurnalistik online memungkinkan audience untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- b. *Nonlinearity*, jurnalistik online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
- c. *Strong and Retrieval*, jurnalistik online memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audience.
- d) *Unlimited Space*, jurnalistik online memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk audience menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
- d. *Immediacy*, jurnalistik online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara langsung kepada audience.
- e. *Multimedia Capability*, jurnalistik online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audience.

- f. *Interactivity*, jurnalistik online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita.

2. Jenis-Jenis Media Online

Media online (online media) merupakan produk jurnalistik online atau cyber journalism yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (Romli, 2018).

Media online dalam situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima kategori:

- a. Situs berita berupa “edisi online” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti republika online, kompas cybermedia, mediaindonesia.com, seputar Indonesia.com, pikiranrakyat.com, dan tribunjabar.com.
- b. Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (radioaustralia.net.au) dan Radio Nederland (rnw.nl).
- c. Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran televisi, seperti CCN.com, metrotvnews.com, dan liputan6.com.
- d. Situs berita online “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti antaranews.com, detik.com, dan VIVA News.
- e. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti Yahoo! News, Plasa.msn.com, NewsNow, dan

Google News (layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media online).

Dari sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis website dapat digolongkan menjadi enam jenis :

- a. News Organisation Website: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- b. Commercial Organization Website: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk took-toko online (online store) dan bisnis online.
- c. Website pemerintah: di Indonesia ditandai dengan domain [dot] go.id seperti Indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id dan dpr.goid.
- d. Website kelompok kepentingan (Interest Group), termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
- e. Website organisasi Non-Profit: seperti lembaga amal ata grup komunitas.
- f. Personal website (Blog) (Romli, 2018).

D. Berita (News)

1. Pengertian Berita

Salah satu karya Jurnalistik yang dominan ada pada media massa, terutama media cetak adalah berita. Dulu berita adalah keunggulan yang dimiliki oleh media cetak, terutama surat kabar harian. Surat kabar harian laku dan banyak diminuti karena berisi berita yang dianggap hangat dan

aktual; hari ini terjadi, besok muncul di surat kabar. Yang dibaca hari ini adalah peristiwa kemarin (Mahi, Hikmat, 2018).

Effendy (2003) mengatakan bahwa *News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*. Kusumaningrat (2006) memiliki pandangan bahwa untuk mendefinisikan berita harus memahami latar belakang negara tempat berita itu lahir. Dalam pandangannya, arti sebuah berita di antara negara tidak sama, terutama di antara negara-negara yang memiliki sistem pers yang berbeda, misalnya pengertian berita untuk negara-negara yang menganut sistem pers liberal akan berbeda dengan negara-negara yang menganut sistem pers otoriter atau *social responsibility*.

Sebenarnya, secara etimologis, kata berita berasal dari Bahasa Sangsakerta *vrit* artinya ada atau terjadi atau *vritta* yang artinya kejadian atau peristiwa. Dalam Bahasa Inggris berita berasal dari kata *news* yang dapat diartikan dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan Oxford University Press (1979), sebagai informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru: *information about recent event*. Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat (Mahi, Hikmat, 2018).

Berita merupakan hasil rekonstruksi tertulis dari realitas sosial yang terdapat dalam kehidupan. Itulah sebabnya ada orang yang beranggapan bahwa penulisan berita lebih merupakan pekerjaan merekonstruksikan realitas sosial ketimbang gambaran dari realitas itu sendiri. Bagaimanapun, tidak ada seorang pun yang sanggup merekonstruksikan realitas sosial

memiliki empat muka, maka yang sering diungkap para wartawan hanya dua muka (Sarwoko, 2004).

Pengertian berita yang bersifat akademik dikemukakan oleh Dean M Lyle Spencer dari Universitas Washington. Spencer mengatakan berita adalah suatu peristiwa, gagasan, ataupun opini yang pada saatnya bersifat penting atau berpengaruh terhadap banyak orang dalam masyarakat.

Berita (news) merupakan sajian utama sebuah media masa di samping views (opini). Mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan per (media massa) (Juwito, 2008).

Banyak pakar komunikasi mencoba merumuskan definisi (batasan pengertian) berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur yang dikandung sebuah berita. Nothclife, misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur "keanehan" atau ketidaklaziman, sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (curiosity). Ia mengatakan, "Jika seekor anjing menggigit orang, itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing, itulah berita" (*If a dog bites a man, it is not news. But if a man bites a dog is news*) (Juwito, 2008).

Pakar lain seperti Dean M. Lyle Spencer, Willard C. Bleyer, William S. Maulsby, dan Eric C. Hepwood, seperti dikutip Assegaff (1996), sama-sama menekankan unsur "menarik perhatian" dalam definisi serta yang mereka buat. "Berita adalah laporan tentang suatu kejadian yang dapat menarik perhatian pembaca," kata mereka. Sementara Micthel V. Charnley mengemukakan pengertian berita yang lebih lengkap dan untuk keperluan

praktis layak kita jadikan acuan. Ia mengatakan "Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, Serta menyangkut kepentingan mereka" (Juwito, 2008).

2. Konsep Berita

Selain definisi, sejumlah ilmuwan pun menyodorkan catatan konsepsi terkait dengan berita, sehingga banyak sekali rujukan tentang konsep berita. Dalam bukunya (Mahi, Hikmat, 2018), sedikitnya ada delapan konsep berita yang dapat dijadikan acuan. Kedelapan konsep tersebut, yakni:

- a. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*). Konsep ini menitikberatkan pada waktu terjadinya suatu peristiwa (*newsness*) sebagai faktor terpenting.
- b. Berita sebagai rekaman (*news as record*). Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi.
- c. Berita sebagai fakta objektif (*news a objective facts*). Berita harus faktual dan objektif. Namun, nilai obyektif untuk suatu fakta merupakan suatu hal yang membingungkan karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak. Bagi wartawan, berita objektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamanatinya tanpa pandangan memihak.
- d. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*). Dalam situasi yang kompleks, yang menyangkut bidang politik, ekonomi, dan sebagainya. Suatu fakta dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka

perlu diberi penjelasan mengenai sebab-sebabnya, akibatnya, situasinya, dan sebagainya. Hal itu berarti di balik berita (*news behind the news*). Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejujuran, tetapi bahayanya adalah prasangka (*prejudice*) terhadap suatu persoalan tertentu.

- e. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*). Di sini terdapat unsur subjektif yakni bahwa sesuatu yang mengejutkan (*shock*) dan yang menggetarkan atau mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain.
- f. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*). Berita menarik bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, tetapi karena sifatnya menyentuh perasaan insani, menimbulkan rasa iba, terharu, gembira, prihatin, dan sebagainya.
- g. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*). Wartawan cenderung untuk menarik perhatian kepada masa depan daripada masa kini dan masa lalu karena minat pembaca terletak pada masa depan. Untuk itu diperlukan ramalan yang masuk akal (*intelligent forecast*).
- h. Berita sebagai gambar (*news as picture*). Ilustrasi halaman surat kabar selain sifatnya semata-mata hiburan, seperti comic strips, juga mengandung nilai berita (*news value*). Banyak kejadian yang dilaporkan dalam bentuk gambar yang sering lebih efektif daripada kalau diterangkan dengan kata-kata.

3. Nilai Berita

Pengertian-pengertian tentang berita di atas menekankan apa yang disebut sebagai nilai berita (*news values*). Suatu peristiwa atau kejadian baru dianggap bernilai untuk diberitakan/dijadikan berita (Budiman, 2005) apabila mengandung salah satu atau beberapa nilai berita berikut.

- a. Objektif: berdasarkan fakta, tidak memihak.
- b. Aktual: terbaru, belum "basi".
- c. Luar biasa: besar, aneh, janggal, tidak umum.
- d. Penting: pengaruh bagi orang banyak, menyangkut orang penting dan terkenal.
- e. Jarak: familiaritas, kedekatan (geografis, kultural, psikologis).

4. Anatomi Berita

Sebuah berita tersusun dari bagian-bagian seumpama tubuh terdiri dari organ-organnya. Bagian-bagian tersebut selengkapnya mencakup:

- a. Judul atau kepala berita (*headline*).

Judul bisa dikatakan sebagai wajah dari teks berita karena yang pertama kali dilihat oleh pembaca adalah judul. *Headline*/judul cukup berperan penting dalam menarik minat pembaca juga memberikan informasi tentang isi/peristiwa yang terdapat dalam teks berita tersebut.

- b. Teras berita (*lead* atau intro).

Bagian ini bisa dikatakan sebagai bagian paling penting karena di dalamnya memuat informasi utama dari berita, *lead*/teras berita juga

dapat menarik pembaca untuk menyelesaikan bacaan berita tersebut hingga akhir.

c. Tubuh berita (*body*)

Tubuh berita merupakan pengembangan informasi yang sebelumnya telah disampaikan pada teras berita tersebut.

Bagian-bagian tersebut membentuk sebuah anatomi berita yang tersusun sebagai sebuah struktur utuh dan padu, sering dinamakan sebagai gaya piramida terbalik (*inverted pyramid style*). Disebut demikian karena bagian tubuh berita disusun dengan pola pengembangan umum-khusus (dimulai dari hal umum, lalu secara berangsur-angsur menuju ke hal-hal yang makin khusus) atau klimaks-antiklimaks (dari yang paling pokok/penting beralih secara berturut-turut ke yang kurang pokok/penting).

Teknik ini diterapkan sebagai upaya penyesuaian atas sifat khalayak dan cara kerja wartawan yang serba bergegas dan harus cepat selesai. Jadi, tujuannya adalah untuk memudahkan atau mempercepat pembaca dalam mengetahui apa yang diberitakan. Selain itu juga untuk memudahkan para redaktur memotong bagian tidak/kurang penting yang terletak di bagian paling bawah dari tubuh berita.

5. Unsur-Unsur Berita

Bagian tubuh berita dan teras (bila ada) diharapkan hanya mengandung unsur-unsur yang berupa fakta, unsur-unsur faktual, dengan meminimalkan unsur-unsur nonfaktual yang berupa opini. (Isnawijayani).

Apa yang disebut sebagai "fakta" di dalam kerja jurnalistik terurai menjadi enam unsur yang biasa diringkas dalam sebuah rumusan klasik 5W + 1H.

- a. *What*: apa yang terjadi dalam suatu peristiwa?
- b. *Who*: siapa yang terlibat di dalamnya?
- c. *Where*: di mana terjadinya peristiwa itu?
- d. *When*: kapan terjadinya?
- e. *Why*: mengapa peristiwa itu terjadi?
- f. *How*: bagaimana terjadinya?

Begitu pentingnya unsur teks berita ini sehingga jika salah satunya tidak ada informasi dalam teks berita tersebut bisa saja diragukan, hal ini sebagaimana pendapat Cahya (2018:17) "Suatu informasi dapat dijadikan berita apabila memenuhi unsur 5W+1H terdiri atas *what, who, when, where, why, how*".

6. Jenis-Jenis Berita

Berita dalam pengertian di atas secara lebih spesifik dinamakan sebagai straight news. Straight news yang berisi laporan peristiwa politik, ekonomi, masalah sosial, dan kriminalitas, sering disebut sebagai berita keras (*hard news*). Sementara straight news tentang hal-hal lain semisal olahraga, kesenian, hiburan, hobi, elektronika, dan sebagainya dikategorikan sebagai berita ringan atau lunak (*soft news*). Di samping itu, dikenal juga jenis berita yang dinamakan feature/berita kisah. Jenis ini lebih bersifat naratif, berkisah mengenai aspek-aspek insani (*human interest*).

Berbeda dengan penulisan *straight news*, sebuah *feature* tidak menerapkan teknik piramida terbalik dan tidak terlalu terikat pada nilai-nilai berita dan faktualitas.

Ada lagi yang dinamakan berita investigatif (*investigative news*; kerjanya disebut sebagai *investigative reporting*), yang merupakan hasil penvelidikan seorang atau satu tim wartawan secara lengkap dan mendalam dengan lebih mengedepankan unsur *why* dalam pelaporannya.

Menurut Yunus (2010), terdapat delapan jenis berita sebagai berikut:

a) *Straight News Report*

Merupakan laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Berita memiliki nilai penyajian objektif terhadap fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Berita jenis ini biasanya ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why*, dan *how* (5W1H).

b) *Depth News Report*

Merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news report*. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.

c) *Comprehensive News*

Merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh menjadi sebuah bangunan cerita yang utuh sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.

d) *Interprtative News*

Merupakan jenis berita yang memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus berita masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Jenis berita ini lebih dari sekedar straight news dan depth news.

e) *Feature Story*

Merupakan jenis berita yang berbeda dengan jenis berita diatas, dalam feature, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.

f) *Depth Reporting*

Merupakan pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual. Pelaporan ini ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu dan biaya yang besar.

E. Wartawan

1. Pengertian Wartawan

Wartawan atau jurnalis adalah seseorang yang menciptakan lapora untuk disebarluaskan atau dipublikasikan melalui media massa, seperti koran televisi, radio, majalah, film dokumentasi, dan internet. Wartawan mencar sumber berita untuk ditulis dalam laporannya. Mereka diharapkan

menuli laporan secara objektif dan tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat (Suherdiana, 2020).

Hal sama juga diungkapkan (Yunus, 2010) yang menyebut wartawan adalah orang yang melakukan pekerjaan kewartawanan dan atau tugas-tugas jurnalistik secara rutin, atau dalam definisi lain, wartawan dapat dikatakan sebagai orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk di muat dimedia massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media online. Tidak heran wartawan dapat dikatakan sebagai “roh”-nya jurnalistik atau pers. Wartawan menjadi pemain kunci dalam aktivitas jurnalistik.

Sementara itu, wartawan dalam pendefinisian Persatuan Wartawan Indonesia, hubungannya dengan kegiatan tulis menulis yang di antaranya mencari data (riset, liputan, verifikasi) untuk melengkapi laporannya. Wartawan dituntut untuk objektif, hal ini berbeda dengan penulis kolo yang bisa mengemukakan subjektivitasnya. Pada awal abad ke-19, jurnalis berarti seseorang yang menulis untuk jurnal, seperti Charles Dickens pada awal kariernya. Pada abad terakhir ini, jurnalis telah menjadi seoran penulis untuk koran dan juga majalah (Suherdiana, 2020).

Bagi wartawan beneran, aktivitas menulis bukanlah pekerjaan mudah. Alih-alih menuangkan seluruh gagasan yang didasari fakta, proses menulis itu sendiri menggunakan berbagai aturan. Singkatnya, sebut saja “rumus” 5W+1H. Pakem ini menjadi rel yang dilalui kereta berpenumpang temuan di lapangan (baca: fakta) untuk menuju stasiun berjudul berita.

2. Kompetensi Wartawan

Kompetensi seorang wartawan secara sederhana dapat digambarkan sebagai: pertama, seorang yang mampu memahami peristiwa yang sedang berlangsung dan menuturkan/menuliskan kembali peristiwa itu untuk khalayak. Bagi perusahaan media komunitas, kemampuan praktis yang diperlukan adalah mereka yang mampu memotret, mewawancarai, mengamati komunitasnya, kemudian menuliskannya dalam berita atau jenis laporan yang lain, serta dalam potret-potret yang menarik perhatian khalayak (Suherdiana, 2020).

Bagi perusahaan media yang mengembangkan *investigative reporting*, kemampuan wartawan yang diperlukan lebih tinggi lagi. Wartawan yang diperlukan bukan sekadar wartawan, melainkan juga yang mempunyai kemampuan intelijen. Untuk menyelidiki dan mengumpulkan berbagai data dan fakta, wartawan investigasi harus benar-benar memahami permasalahan yang akan ditulisnya. Tanpa pengetahuan yang mendalam tentang permasalahan yang mau ditulisnya, maka berita yang ditulis akan kehilangan makna dan salah arah.

Kedua, memahami etika dan hukum dalam mencari, mengumpulkan, menuliskan, dan menyiarkan berita. Tanpa memahami etika dan hukum, bukan hanya wartawan yang menghadapi risiko, melainkan juga Perusahaan pers, berupa denda, bahkan bisa sampai penjara. (Suherdiana, 2020).

Selanjutnya, dalam bekerja memproduksi informasi, wartawan dituntut untuk berpihak pada kebenaran. Salah satu panduan terbaik bagi

wartawan adalah memahami sembilan elemen jurnalisme yang disusun oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2021). Berikut sembilan elemen jurnalisme tersebut (Kovach & Rosentiel, 2021):

- a. Kebenaran (*The Truth*): Kebenaran dalam konteks jurnalisme adalah fakta, data, atau kejadian sebenarnya. Ini bukan rekayasa atau hasil imajinasi. Wartawan bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat dan tepercaya kepada masyarakat.
- b. Kesetiaan (Loyalitas) kepada Warga (*Citizens*): Meskipun wartawan bekerja untuk perusahaan media dengan kepentingan sendiri, loyalitas utama mereka adalah kepada warga atau masyarakat. Wartawan harus memberikan informasi yang akurat dan tepercaya kepada warga.
- c. Disiplin Verifikasi: Verifikasi adalah proses pemeriksaan kebenaran laporan ke pihak terkait. Ini membedakan jurnalisme dari hiburan, propaganda, karya fiksi, dan seni. Wartawan harus melakukan cek dan ricek, konfirmasi, serta membuktikan kebenaran sebuah peristiwa.
- d. Independensi dari Objek Liputan: Wartawan harus bersikap independen. Mereka diperbolehkan menulis kritik dan opini, tetapi bukan dalam berita melainkan dalam artikel terpisah.
- e. Pemantau Independen Kekuasaan: Wartawan tidak hanya memantau pemerintahan, tetapi juga berbagai lembaga kuat di masyarakat.

- f. Forum bagi Publik: Wartawan harus memberi forum bagi publik untuk saling kritik dan menemukan kompromi.
- g. Kewajiban Etis: Wartawan harus mematuhi kode etik profesi dan bertanggung jawab atas dampak berita yang mereka hasilkan.
- h. Kewajiban Memahami Masyarakat: Wartawan harus memahami masyarakat yang mereka layani dan menghindari stereotip dan prasangka.
- i. Kewajiban Memahami Fakta dan Konteks: Wartawan harus memahami fakta dan konteks sebelum menyampaikan berita kepada publik.

Sembilan elemen ini merupakan salah satu formula landasan terbaik bagi para wartawan dalam memproduksi berita.

3. Tugas Wartawan

Wartawan seperti dirumuskan pada pasal 1 ayat (3) dan (4) Undang-undang pokok pers adalah karyawan yang melakukan secara kontinu pekerjaannya, kegiatan usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengelolaan dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, uraian gambar-gambar dan lain-lain sebagainya untuk pers, baik media cetak maupun elektronik. Selain menjadi seorang pencari berita terdapat beberapa tugas lainnya dari wartawan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan Informasi, Pendidik, dan Agen Pembaharu

Media berperan sebagai pemberi informasi lewat sejumlah hal, misalnya berita, featture, reportase, maupun karya-karya lainnya. Informasi tersebut dapat membawa dampak, mengubah pikiran bahkan

menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu hal, baik itu positif atau negatif. Oleh sebab itu, seorang jurnalis harus menyajikan informasi dengan sifat mendidik dan bermanfaat. Hal itu berguna untuk meningkatkan nilai kehidupan pembacanya.

b. Memberi Hiburan Kepada Masyarakat

Selain menyampaikan informasi berupa pengetahuan, pekerjaan yang bergerak di bidang media ini juga dapat berperan untuk memberikan hiburan kepada masyarakat. Misalnya saja, menampilkan karya jurnalistik, contohnya feature atau komisi yang berisi mengenai kehidupan masyarakat sehari-hari.

c. Interpreter (Penafsir)

Tak semua peristiwa yang terjadi bisa secara langsung diserap dengan mudah oleh masyarakat. Oleh sebab itu, seorang jurnalis mempunyai tugas untuk menafsirkan dan menjelaskan arti dari peristiwa yang terjadi. Seperti, dengan analisis berita dalam reportase maupun komentar berita dalam tajuk rencana.

d. Wakil Publik dan Advokasi

Tugas jurnalis yang terakhir, yaitu membela kepentingan masyarakat. Oleh sebab itu, berita adalah sebuah produk jurnalistik yang wajib menjadi cerminan suara rakyat. Seorang wartawan dapat bertindak untuk mengkritisi kebijakan maupun tindakan pemerintah yang dipandang merugikan rakyat (Suherdiana, 2020).

F. Analisis Framing

1. Kosep Analisis Framing

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Gagasan mengenai framing pertama kali dicetuskan oleh Beterson pada 1955. Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisi pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lagi oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (stripsof behavior) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2006)

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas ini, hasil akhirnya adalah bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah tampak. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak (Eriyanto, 2002).

Menurut Eriyanto analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas

(peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentukan tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis framing mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara dalam analisis framing, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing, terutama, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca.

Definisi framing, dikemukakan beberapa tokoh, di antaranya (Eriyanto, 2002):

a) Robert N. Entman

Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari penelitian itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

b) Murray Endelman

Menurutnya realitas atau fakta serta pengetahuan kita tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membungkus dan memframing atau memaknai sebuah realitas. Framing menurut Endelman disamakan dengan sebuah kategorisasi. Kategorisasi ini dikatakan sebagai alat yang digunakan untuk memahami suatu realitas dengan menyederhanakan realitas yang kompleks atau yang berdimensi banyak menjadi mudah untuk dipahami hanya dengan penekanan satu sisi saja.

c) Zhongdang dan Pan Konsicki

Framing adalah analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi pada suatu institusi media. Dalam proses tersebut hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih ditonjolkan dan supaya lebih mudah diterima dan diingat oleh khalayak. Sedangkan aspek yang tidak ditampilkan, bahkan tidak diberitakan kepada khalayak menjadi terlupakan. Disini media menampilkan suatu realita untuk terus ditonjolkan. Hal ini membuktikan bahwa sebuah realita telah direncanakan oleh suatu media untuk ditampilkan. Dalam menampilkan suatu realita ada pertimbangan tertentu terkait dengan pihak yang berkepentingan dalam sebuah institusi.

d) William A. Gamson dan Andre Modigliani

Dalam pandangan framing menurut Gamson, Frame dilihat melalui cara bercerita atau gagasan ide yang disusun dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa atau fakta yang berkaitan dengan

wacana. Gamson melihat wacana dari suatu media khususnya berita yang ditampilkan merupakan dari suatu kemasan (*package*) melalui konstruksi atas suatu peristiwa yang terjadi untuk dibuat.

William Gamson adalah salah satu ahli yang paling banyak menulis mengenai framing. Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum di sisi yang lain. Dalam pandangan Gamson, wacana media adalah elemen yang penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atas suatu isu atau peristiwa. Data itu perlu dihubungkan dan diperbandingkan dengan bagaimana media mengemas dan menyajikan suatu isu. Sebab, bagaimana media menyajikan suatu isu menentukan bagaimana khalayak memahami dan mengerti suatu isu (Eriyanto, 2012).

2. Efek Framing

Framing berkaitan dengan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada khalayak. Dari definisi yang sederhana ini saja sudah tergambar apa efek framing. Sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media. Bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Realitas begitu kompleks, penuh dimensi, ketika dimuat dalam berita bisa jadi akan menjadi realitas satu dimensi. Kalau saja ada realitas dalam arti yang objektif, bisa jadi apa yang ditampilkan dan dibingkai oleh media berbeda dengan realitas objektif tersebut (Eriyanto, 2002).

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realias sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam- berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu. Framing menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Karena itu, framing menolong khalayak untuk mem-proses informasi ke dalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu. Khalayak bukan disediakan informasi yang rumit, melainkan informasi yang tinggal ambil, kontekstual. berarti bagi dirinya dan dikenal dalam benak mereka.

Teori framing menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplifikasi, prioritas, dan struktur tertentu dari peristiwa. Karenanya, framing menyediakan kunci bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan ditafsirkan ke dalam bentuk berita. Karena media melihat peristiwa dari kacamata tertentu maka realitas setelah dilihat oleh khalayak adalah realitas yang sudah terbentuk oleh bingkai media.

G. Landasan Teori

1. Agenda Setting Theory

Teori ini menganggap bahwa isi media itu tidak mengubah persepsi orang pada beberapa isu, namun mengubah persepsi orang untuk memikirkan apa yang penting untuknya. Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul "The Agenda Setting Function of The Mass Media" Public Opinion Quarterly No. 37 (Nurudin, 2007).

Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan Masyarakat yang akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung (Nurudin, 2007).

Sementara itu Littlejohn (1992) pernah mengatakan, agenda setting ini beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut.

- a. Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali.
- b. Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.
- c. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.

Dengan demikian, agenda setting ini memprediksikan bahwa agenda media memengaruhi agenda publik, sementara agenda publik sendiri akhirnya memengaruhi agenda kebijakan.

Untuk lebih memperjelas tiga agenda (agenda media, agenda khalayak, dan agenda kebijakan) dalam teori agenda setting ini, ada beberapa dimensi yang berkaitan seperti yang dikemukakan oleh Mannheim (Severin dan Tankard Jr, 1992) sebagai berikut.

- a. Agenda Media, terdiri dari dimensi-dimensi diantaranya, *visibility* (visibilitas) yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita, *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak, *valence* (valensi yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa).
- b. Agenda Khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi *familiarity* (keakraban) yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu, *personal salience* (penonjolan pribadi) yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi, *favorability* (kesenangan yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita).
- c. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi *support* (dukungan) yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu, *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan) yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan dan *freedom of action* (kebebasan bertindak) yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah (Nurudin, 2007).

2. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Isi media adalah realitas yang dikonstruksikan dalam bentuk wacana bermakna. Dalam proses konstruksi realitas bahasa adalah unsur utama karena merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas (Ahmad, 2004)

Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam (Bungin 2008) pada awal mulanya istilah dari konstruksi realitas sosial diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Constructution Of Reality: A Treatise in The Sociaological of Knowledge*. Beliau menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Menurut Frans M. Parera (Berger dan Luckmann dalam Burhan, 2008) menjelaskan, tugas pokok sosiologi pengetahuan yakni menjelaskan dialetika antara diri (self) dengan dunia sosiokultural. Dialetika ini berlangsung dalam proses dengan tiga '*moment*' simultan.

- a. Pertama, eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia.
- b. Kedua, obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.
- c. Sedangkan ketiga, internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Bagi Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah atau diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Hasilnya adalah wajah plural dari realitas itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh perbedaan tiap individu dalam mengonstruksi realitas. Tiap orang memiliki *frame of reference* dan *field experience* yang berbeda-beda, sehingga mereka secara bebas memaknai suatu hal dan mengonstruksi realitas yang mereka inginkan berdasarkan kerangka berpikir masing-masing. Konstruksi realitas yang dihasilkan memiliki dasar tertentu yang menyebabkan mereka meyakini kebenaran dari konstruksi tersebut. Berbagai konstruksi realitas yang dibuat individu menghasilkan konstruksi sosial atau realitas tertentu (Eriyanto, 2002).

McQuail (1987) dalam pembahasannya tentang media, mengungkapkan proposisi utama dari teori konstruksionisme sosial. Teori ini menganggap bahwa:

- a) Masyarakat merupakan sebuah konstruk, bukannya realitas yang pasti (*fixed reality*).
- b) Media memberikan bahan-bahan bagi proses konstruksi sosial;
- c) Makna ditawarkan oleh media namun dapat dinegosiasikan atau ditolak.
- d) Media mereproduksi makna-makna tertentu.
- e) Media tidak bisa memberikan realitas sosial yang objektif karena semua fakta adalah interpretasi.

H. Penelitian Relevan

1. Analisis Framing Berita Headline Harian Fajar Dan Tribun-Timur.com Dalam Pemilihan Ketua Dpd 1 Partai Golkar Sulawesi Selatan 2009-2014, oleh Rusli Ramli (2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu framing berita bekerja dalam membentuk suatu pemberitaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam melakukan framing oleh media Detik.com dan Tribunnews.com terutama pada unsur sintaksis dan tematik. Pada aspek sintaksis media Detik.com menuliskan pemberitaan dengan menggunakan ketenangan dimana dalam setiap judul pemberitaannya ditulis dengan menggunakan kata-kata perdamaian.

2. *Analisis Framing Berita Pro Dan Kontra Pelaksanaan Pilkada 2020 Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Media Online Kompas.Com Dan Antaranews.Com* oleh Awang Dharmawan (2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana framing yang dilakukan oleh Kompas.com dan Antaranews.com terhadap berita pro dan kontra pelaksanaan Pilkada 2020 di tengah pandemi covid-19 periode 20 – 30 September 2020. Penulis menerapkan model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan analisis interpretatif kualitatif.

Hasilnya menunjukkan kedua media membingkai isu pro dan kontra pelaksanaan Pilkada 2020 dengan kepentingannya masing-masing. Kompas.com berpihak pada kepentingan pihak kontra dengan menonjolkan isu kesehatan masyarakat, sedangkan Antaranews lebih menekankan pada pelaksanaan pilkada dilakukan demi menjaga demokrasi dan keberlangsungan pemerintahan.

3. *Analisis Framing Isu Percaloan Mahasiswa Baru Universitas Hasanuddin Pada Koran Fajar Dan Tribun Timur* oleh (Dollah, 2018)

Tujuan dari kajian ini adalah untuk medeskripsikan bagaimana frame Koran Fajar dan Tribun Timur membingkai kasus percaloan dalam penerimaan mahasiswa baru tahun 2016/2017, dan bagaimana realitas kasus percaloan penerimaan mahasiswa baru dikonstruksi dalam pemberitaan mereka.

Tipe penelitian ini adalah analisi framing, penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh pemberitaan mengenai kasus isu percaloan penerimaan mahasiswa baru Unhas yang dimuat di harian Fajar dan Tribun-Timur.com yang terbit sejak tanggal 06 - 10 Desember 2016.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Koran Fajar maupun Koran Tribun terdapat perbedaan dalam membingkai berita-berita isu kasus percaloan penerimaan mahasiswa baru Unhas tahun 2016/2017. Frame Fajar melihat kasus ini berkaitan erat dengan masalah moral dari para pelakunya, sedangkan pemberitaan pada Frame Tribun Timur kasus ini erat kaitannya dengan tindakan

criminal penipuan dan pemalsuan yang perlu diberikan sanksi berdasarkan hukum yang berlaku.

4. *Analisis Framing Berita Penanganan Corona Virus Disease (Covid-19) Presiden Jokowi Dalam Tempo.Co Periode 14 April – 26 April 2020* oleh Pratiwi 2020. siden Jokowi dalam Tempo.co Periode 14 April – 26 April 2020”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Tempo.co membingkai beberapa berita terkait Penanganan Covid-19 oleh Presiden Jokowi. Teori-teori yang digunakan untuk mengupas penelitian ini adalah Teori Konstruksi Realitas Sosial, Shoemaker dan Reese serta Analisis Framing.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tempo.co membingkai lima berita tersebut dengan dua bingkai utama (main frame) yaitu satu berita kontra dan empat berita netral. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Tempo.co bisa menjadi salah satu rujukan publik untuk mendapatkan informasi atau berita yang aktual dan faktual.

5. Analisis Framing Pemberitaan Tribun-Timur.Com Tentang Demonstrasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar oleh (Dewanty, 2022).

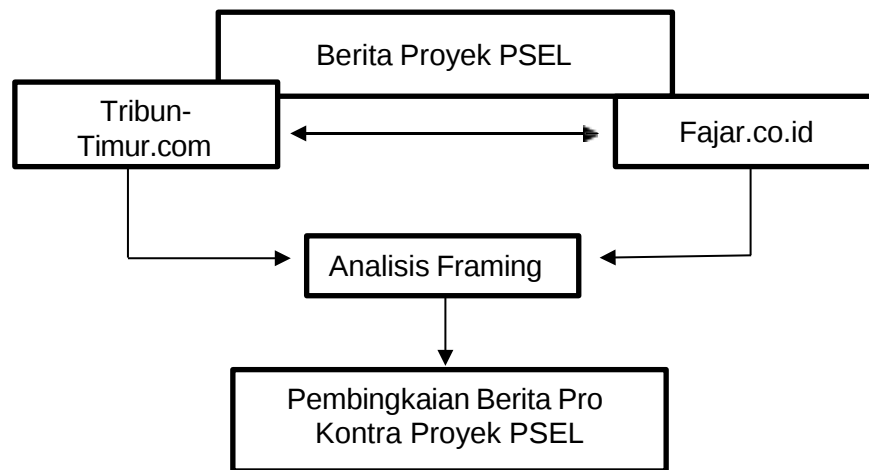
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana portal online Tribun-Timur.com membingkai berita mengenai demonstrasi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dengan 4 struktur yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menganalisis 5 berita, peneliti melihat pemberitaan yang disajikan oleh Tribun-Timur.com telah memenuhi keempat struktur yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Tribun lebih menyoroti blockade jalan yang dilakukan oleh mahasiswa.

Berita demonstrasi tersebut dapat merugikan institusi yaitu Universitas Muhammadiyah Makassar, namun mahasiswa justru sebaliknya. Narasi pemberitaan yang ditampilkan oleh TribunTimur.com dapat dikatakan pendek. Hal itu disebabkan karena Tribun menyajikan breaking news, dimana berita disajikan secara ringkas dan cepat, dan diikuti oleh berita lanjutan.

I. Kerangka Pikir

Penelitian ini berfokus pada analisis framing berita Pro Kontra Proyek PSEL Pemerintah Kota Makassar di Media Tribun-Timur.com dan Fajar.co.id. Berikut gambaran kerangka berfikir tersebut:



(Sumber: Peneliti)

J. Defenisi Oprasional Konsep

1. Berita

Berita adalah informasi atau laporan tentang peristiwa atau kejadian terkini yang disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media seperti surat kabar, televisi, radio, dan internet. Berita biasanya berisi fakta-fakta yang relevan tentang suatu peristiwa, termasuk siapa, apa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana peristiwa tersebut terjadi.

2. Framing

Framing merupakan cara pandang yang digunakan wartawan atau media dalam menyeleksi berita serta menulis gosip. Framing artinya bagaimana wartawan melaporkan sebuah peristiwa berdasarkan sudut pandangnya ada informasi yang sengaja ditonjolkan, bahkan terdapat fakta yang dibuang.

3. Proyek PSEL

Pembangunan Pengolahan Sampah Menjadi Energi Listrik (PSEL) merupakan salah satu proyek milik Pemerintah Kota Makassar, Sulawesi Selatan (Sulsel).

4. Media

Media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, atau konten kepada audiens atau pemirsa. Media dapat berupa berbagai jenis, termasuk media cetak, media elektronik dan online. Media memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, memengaruhi opini publik, membentuk budaya, dan memfasilitasi komunikasi.

5. Tribun-Timur.com

Tribun-Timur.com adalah salah satu perusahaan media yang lahir pada 9 Februari 2004. Kantor pusatnya di Makassar, Sulawesi Selatan. Kantor pusatnya terletak di Jalan Cenderawasih No 430 Kota Makassar. Koran ini pertama kali terbit 9 Februari, bertepatan dengan Hari Pers Nasional.

6. Fajar.co.id

Fajar.co.id memulai keberadaannya sejak tanggal 17 Desember tahun 1996 di bawah naungan PT. Media Fajar Koran sebagai portal berita online dari Koran Fajar, yang merupakan koran terbesar di Indonesia Timur, yang berkedudukan sebagai kantor pusat di Gedung Graha Pena Lt. 4, Jalan Urip Sumoharjo No. 20, Pampang, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90231 (sampai saat ini).

