

**ANALISIS FRAMING TAYANGAN MATA NAJWA MENANTI
TERAWAN TERHADAP MENTERI KESEHATAN TERAWAN
AGUS PUTRANTO**

**OLEH:
ADELIA SUFRI**



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

2021

**ANALISIS FRAMING TAYANGAN MATA NAJWA MENANTI
TERAWAN TERHADAP MENTERI KESEHATAN TERAWAN
AGUS PUTRANTO**

OLEH:

**ADELIA SUFRI
E021171019**

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

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Analisis Framing Tayangan Mata Najwa
Menanti Terawan terhadap Menteri Kesehatan
Terawan Agus Putranto**

Nama Mahasiswa : **Adelia Sufri**

Nomor Induk Mahasiswa : **E021171019**

Makassar, 20 Agustus 2021

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. H. Muh Farid, M.Si
NIP. 196107 16198702 1 001

Pembimbing II



Dr. Muliadi Mau, M.Si
NIP. 19701231 199802 1 002

Mengetahui,

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



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 19641002 199002 1 001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah Diterima Oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Kesarjanaan Dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Pada Hari Kamis Tanggal Enam Belas September Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu.

Makassar, 16 September 2021

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. H. Muh Farid, M.Si

(.....)

Sekretaris : Sartika Sari Wardanhi DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom (.....)

Anggota : 1. Dr. Muliadi Mau, M.Si.

(.....)

2. Drs. Abdul Gafar, M.Si.

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Sufri
NIM : E021171019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan ilmiah yang berjudul:

**Analisis Framing Tayangan Mata Najwa Menanti Terawan terhadap
Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat diartikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 16 September 2021

Yang menyatakan,



Adelia Sufri

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Framing Tayangan Mata Najwa Menanti Terawan terhadap Terawan Agus Putranto”. Penelitian skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan program studi S1 Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tiada hingga kepada:

1. Kedua orang tua saya, kepada bapak tercinta Muh. Sufri Balanca dan mama tercinta Sumarni yang doa dan kasih sayangnya selalu tercurah kepada saya. Dukungan moril dan materil dari orang tua, kakak saya Aulia Insani, Muh. Dawam dan adik saya Nurhalisa Masrurah adalah hal yang sangat saya syukuri dan hal terbaik yang saya dapatkan selama saya hidup sampai saat ini.
2. Dr. H. Muh Farid, M.Si selaku penasehat akademik sekaligus pembimbing I saya yang telah banyak mengarahkan, menuntun dan memberikan motivasi hingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
3. Dr. Muliadi Mau, M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa sabar membimbing saya mengerjakan penelitian ini. Berkat ilmu dan dukungan yang beliau beri, saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
4. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Dr. Sudirman Karnay, M.Si, dan Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, serta staf Departemen Ilmu Komunikasi. Terima kasih telah

membantu proses perkuliahan dan proses penyelesaian studi saya, serta terima kasih atas nasehat-nasehat yang telah diberikan.

5. Drs. Abdul Gafar, M.Si dan Sartika Sari Wardanhi DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom selaku penguji dalam ujian proposal dan ujian hasil penelitian yang telah memberikan saran dan masukan pada skripsi saya.
6. Teman-teman terbaik yang menemani perjalanan hidup saya sejak SMP, bahkan SD, Ninun, Rifdah, Dion, dan seluruh teman kelas saya di SMAN 2 Masamba. Tumbuh dewasa ditemani kalian adalah hal yang indah, seru, kadang menyebalkan, tetapi sangat membahagiakan. Terima kasih banyak.
7. Sulfadly, teman terbaik yang telah berada di tempat terbaik. Terima kasih telah menemani dan menjadi kawan yang menyenangkan hingga akhir. Sampai ketemu lagi.
8. Konoha, jika tidak bertemu dengan kalian, perjalanan perkuliahan saya tentu tidak akan se-berwarna ini. Terima kasih Jawa, Casi, Ahvi, Tika, dan Ai. Mengenal kalian adalah anugerah yang tidak akan henti-hentinya saya syukuri.
9. Teman-teman di Kelompok Sosial (Lisa, Fifi, Nabilah, Ayu, dan Tina), terima kasih sudah sudi mendengarkan seluruh keluh kesah saya selama ini, juga terima kasih atas dukungannya. Kalian teman yang baik, menyenangkan dan selalu membuat kenyang.
10. Sobat Tamelan Kosong (Ilu, Aye dan Ninun) terima kasih sudah membantu tetap waras di tengah skipsian. Kalian, tastea, dan kaku adalah paket komplit kebahagiaan.
11. Teman-teman di CAPTURE 2017, Novita, Dita, Seli, Isfa dan seluruh teman angkatan yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu, senang menjadi bagian dari kalian.

12. Running Man, hiburan yang paling saya senangi sejak tonton pertama kali hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi penghibur paling setia di hidup saya.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan sehingga membutuhkan koreksi dan saran yang dapat membantu skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak serta bernilai ibadah di hadapan Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Aamiin.

Makassar, 26 Agustus 2021

Adelia Sufri

ABSTRAK

ADELIA SUFRI, *Analisis Framing Tayangan Mata Najwa Menanti Terawan terhadap Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto*. Dibimbing oleh Muh. Farid dan Muliadi Mau. Skripsi: Program S1 Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mendeskripsikan sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto yang ditampilkan dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan. (2) Untuk mendeskripsikan strategi pembingkai Mata Najwa terhadap sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih empat bulan yaitu dari bulan Mei hingga Agustus 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan bahan amatan utama yaitu tayangan Mata Najwa Menanti Terawan. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Robert N. Entman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Mata Najwa membingkai sosok Menteri Kesehatan Terawan sebagai menteri dengan kinerja tidak maksimal dalam menangani pandemi COVID-19 sehingga situasi pandemi semakin tak terkendali. (2) Mata Najwa mencoba untuk memberi ruang kepada Menteri Kesehatan Terawan untuk memberi penjelasan kepada publik terkait situasi pandemi yang tengah dihadapi.

Kata Kunci: Analisis Framing, Konstruksi Realitas, Mata Najwa, Menteri Kesehatan Terawan

ABSTRACT

ADELIA SUFRI, *Framing Analysis of Mata Najwa Menanti Terawan to Minister of Health Terawan Agus Putranto*. Supervised by Muh. Farid and Muliadi Mau. Thesis: Hasanuddin University Undergraduate Program.

This study aims to: (1) To describe the figure of the Minister of Health Terawan Agus Putranto shown in the show Mata Najwa Waiting for Terawan. (2) To describe the framing strategy of Mata Najwa towards the figure of Minister of Health Terawan Agus Putranto in the show Mata Najwa Waiting for Terawan. This research was conducted for approximately four months, from May to August 2021. This research is a descriptive qualitative research with the main observation material, namely the Mata Najwa Menanti Terawan show. This research uses Robert N. Entman's framing model analysis.

The results of this study indicate that: (1) Mata Najwa framed the figure of Minister of Health Terawan as a minister with not optimal performance in handling the COVID-19 pandemic so that the pandemic situation was getting out of control. (2) Mata Najwa tries to give the Minister of Health Terawan space to explain to the public regarding the pandemic situation he is currently facing.

Keywords: Framing Analysis, Reality Construction, Mata Najwa, Minister of Health Terawan, COVID-19 Pandemic

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI ...	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Kerangka Konseptual	11
E. Definisi Konseptual.....	23
F. Metode Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
A. Konsep Media Massa	29
B. Konstruksi Realitas.....	34
C. Konstruksi Sosial pada Media Massa	37
D. Analisis Framing	41
E. Analisis Framing Robert N. Entman.....	49
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	51
A. Profil Program Mata Najwa	51
B. Profil Terawan Agus Putranto.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Hasil Penelitian.....	58
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70

B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	iii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kerangka Konseptual.....	23
Tabel 1.2. Dua Unsur Framing Media Versi Entman	25
Tabel 3.1. Penghargaan Mata Najwa	52
Tabel 4.1. Hasil penelitian	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perspektif Publik Terhadap Jajaran Pemerintah Terhadap Penanganan Krisis.....	4
Gambar 3.1. Logo Mata Najwa.....	51
Gambar 3.2. Gambar Menteri Kesehatan Terawan.....	54
Gambar 4.1. Potongan gambar tayangan #MataNajwaMenantiTerawa.....	61
Gambar 4.2. Potongan gambar tayangan #MataNajwaMenantiTerawan.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) ditetapkan sebagai *pandemic global* oleh organisasi *World Health Organization* (WHO), peranan komunikasi massa menjadi semakin krusial di tengah masyarakat. Komunikasi massa pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan melalui media massa seperti televisi, radio, film, dan internet.

Newson, Scott & Turk (Putra: 1999) mengatakan bahwa pada saat sebuah krisis terjadi, kebutuhan akan informasi menjadi begitu tinggi. Peran media massa sebagai instrumen penyebaran informasi menjadi semakin penting. Media selalu dijadikan pilihan utama oleh para *stakeholder* untuk memberikan informasi dini mengenai situasi krisis. (Arni: 2008)

Pemanfaatan media massa dengan baik mampu menjadi solusi pemenuhan informasi masyarakat sebab sifatnya yang tidak terbatas ruang dan waktu. Kemampuan media massa dalam menyebarkan sebuah informasi dalam waktu singkat dengan jangkauan wilayah yang luas mampu membantu masyarakat untuk memproteksi diri dari wabah berdasarkan informasi yang disampaikan media. Oleh karena itu, komunikasi massa yang efektif dengan bahasa yang mudah dan informasi yang mengedukasi serta valid dapat menjadi salah satu langkah penanggulangan penyebaran COVID-19.

Media massa sendiri selain berfungsi sebagai sumber informasi, juga mempunyai beberapa fungsi lainnya, di antaranya adalah fungsi pengawasan dan fungsi kritik serta kontrol sosial. Fungsi pengawasan dilakukan oleh media massa dengan mengawasi berbagai kejadian dalam kehidupan manusia kemudian menyebarkannya sehingga seluruh manusia dapat menggunakan informasi tersebut.

Adapun penjelasan media massa sebagai sarana kontrol sosial tertuang dalam undang-undang pers No. 40 tahun 1999, yakni pers berfungsi sebagai alat kontrol sosial untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*). Media juga bisa menjadi perangkat publik untuk menyuarakan kritik sebagai implementasi dari konsep pers bebas bertanggung jawab yang berlaku di Indonesia. Ada beragam model kritik kepada pemerintah, mulai dari kartun, karikatur, film hingga acara *talkshow* seperti Mata Najwa.

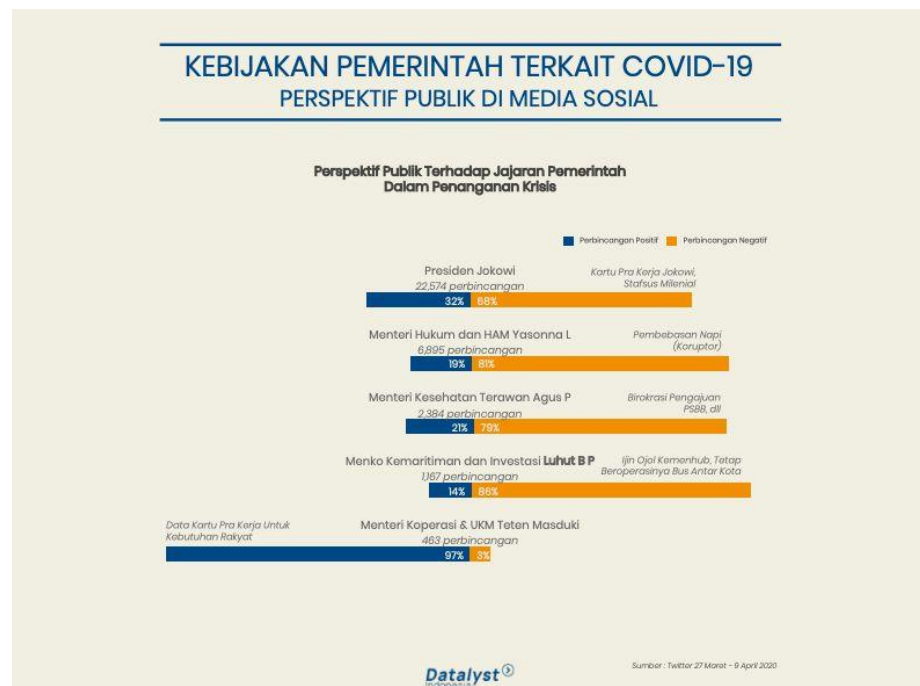
Di Indonesia, sejak pemerintah pertama kali mengumumkan dua kasus positif COVID-19 pada tanggal 2 Maret 2020, berbagai media massa kerap menyampaikan sejumlah kritik terhadap pemerintah terkait kebijakan penanganan wabah, khususnya kepada Menteri Kesehatan Republik Indonesia (periode 23 Oktober 2019 hingga 23 Desember 2020), yakni Terawan Agus Putranto selaku pejabat publik yang bertanggung jawab atas kepentingan kesehatan rakyat Indonesia.

Di bulan awal masa pandemi di Indonesia, Menteri Kesehatan Terawan banyak dikritik terkait komunikasi publik Terawan yang penuh humor dan terkesan tidak serius, seperti:

“Masker salahmu sendiri kok beli. Ya. Ndak usah. Jadi masker itu hanya untuk yang sakit.” (Kompas.com pada liputan 15 Februari 2020 terkait harga masker yang melonjak tinggi).

“Dan saya merasa sangat berbahagia bahwa teorinya benar. Bahwa ini memang self limiting disease, yang akan sembuh sendiri. Ya, penyakit yang memang akan sembuh sendiri.” (Youtube BeritaSatu pada tayangan 13 Maret 2020).

Banyaknya pernyataan Menteri Kesehatan Terawan yang dinilai bercanda selama periode awal pandemi memunculkan sentimen negatif di tengah masyarakat. *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) – Datalyst Center memaparkan hasil riset *big data* kebijakan Covid-19, lewat keterangan tertulis tanggal 25 April 2020, yang diterima detik.com pada Minggu 26 April 2020. Dalam hasil riset, Menteri Kesehatan Terawan menjadi sosok yang paling banyak persentase perbincangan negatifnya, yakni mencapai 93% pada periode I (Analisis 27 Februari hingga 23 Maret 2020) dan 79% perbincangan negatif pada periode II (Analisis 27 Maret hingga 5 April 2020).



Gambar 1.1. Perspektif Publik Terhadap Jajaran Pemerintah Terhadap Penanganan Krisis (Sumber: INDEF)

Menteri Kesehatan Terawan semakin gencar dikritik setelah jarang muncul di media massa saat situasi pandemi semakin krisis. Sejumlah media mempertanyakan keberadaan Menteri Kesehatan Terawan, termasuk program *talkshow* Mata Najwa. Pihak Mata Najwa mengaku telah tiga kali mengundang Menteri Kesehatan Terawan untuk hadir di Mata Najwa tetapi yang bersangkutan tidak berkenan hadir.

Menanggapi “hilangnya” Menteri Kesehatan Terawan di muka media, Mata Najwa akhirnya meluncurkan karya jurnalistik yang menarik perhatian publik. *Host* Mata Najwa, Najwa Shihab melakukan manuver dengan mewawancarai kursi kosong sebagai representasi Menteri Kesehatan Terawan yang menolak hadir di Mata Najwa. Video tersebut kemudian diunggah di kanal Youtube Mata Najwa pada 19 September 2020.

Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) pada 15 November 2020 kembali merilis *big data* mengenai “Analisis Sentimen tentang Institusi, Perilaku, dan Kinerja Pemerintah”, riset dilakukan dengan pengumpulan data (*data mining*) selama periode Juli sampai 13 November 2020, dan hasilnya terkumpul sebanyak 2,18 juta informasi dan data berupa percakapan tentang presiden, wakil presiden, dan menteri.

Dalam laporan data tersebut, INDEF menuliskan sejumlah menteri yang mempunyai sentimen di publik karena kebijakan, kiprah, perilaku, dan pernyataannya. Menteri Kesehatan Terawan menempati peringkat pertama sebagai menteri yang banyak menerima sentimen negatif dari publik dengan persentasi 74%. Hal tersebut dipengaruhi oleh isu berita bahwa Menteri Kesehatan Terawan mendapat pujian WHO dan tayangan Najwa Shihab mewawancarai kursi kosong dalam *talkshow* Mata Najwa edisi Mata Najwa Menanti Terawan.

Dari laporan data INDEF, dapat disimpulkan bahwa media mampu mempengaruhi pemikiran khalayak. Media mengkonstruksi fenomena sosial dan mempublikasikannya kepada khalayak sebagai berita. Proses konstruksi ini merupakan upaya media dalam mengarahkan khalayaknya untuk berpikir mengenai apa yang seharusnya dipikirkan (Cohen dalam McCombs: 1972). Pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media itulah yang disebut dengan *framing* (Eriyanto: 2002).

Framing menurut Robert Entman (Eriyanto: 2002) adalah proses seleksi di berbagai aspek realitas sehingga aspek tertentu dari peristiwa itu lebih

menonjol dibandingkan aspek lainnya. Ia juga menyatakan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi lainnya.

Seperti halnya teori semiotika yang bisa dipakai sebagai wacana teori semiotika, teori *framing* juga bisa dipakai sebagai salah satu metode untuk memahami “*information strategy*” dari strategi penyusunan realitas, maka analisis *framing* berfungsi untuk membongkar muatan wacana (Hamad: 2004).

Berdasarkan pada penjelasan di atas, penelitian ini mencoba menganalisis bagaimana tayangan Mata Najwa Menanti Terawan membingkai sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Atmadja (2014. Vol 2 No. 1) – Analisis *Framing* Terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Media *Online*.

Penelitian ini meneliti konstruksi yang coba dibangun media *online* terkait sosok Ahok yang tersandung kasus kontroversi SARA. Media yang menjadi objek penelitian yaitu Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id. Berita-berita tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode analisis *framing* Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pemberitaan ketiga media *online* tersebut di atas, sosok Ahok dibingkai sebagai pemimpin politik beretnis Cina yang pemaaf dan tidak pendendam. Selain itu sosok Ahok juga dibingkai sudah terbiasa dengan isu SARA. Hal ini terlihat dari pernyataan-

pernyataan Ahok dalam berita yang menyatakan bahwa isu SARA memang sudah terjadi sejak ia terjun ke dunia politik.

2. Tari Suprobo, Royke Siahainenia, dan Dewi Kartika Sari (2016. Vol 5 No. 1) – Analisis *Framing* Media *Online* dalam Pemberitaan Profil dan Kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti.

Penelitian ini melihat bagaimana konstruksi yang dilakukan oleh ketiga media *online* yakni detik.com, kompas.com dan antaranews.com dalam membingkai pemberitaan mengenai profil dan kebijakan menteri Susi Pudjiastuti. Pemberitaan tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis *framing* model Pan dan Kosicki. Hasil konstruksi dari ketiga media *online* tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Detik.com menggambarkan sosok Menteri susi sebagai menteri perempuan dengan lulusan SMP tetapi sukses membangun usaha dengan kerja kerasnya. Sedangkan kebijakannya dalam penenggelaman kapal merupakan tindakan legal demi memberi efek jera.
- b) Kompas.com menggambarkan sosok menteri Susi sebagai menteri nyentrik dan apa adanya. Menteri Susi akan terus melakukan penenggelaman kapal pencuri ikan meski banyak pro kontra yang timbul akibat kebijakannya tersebut.
- c) Antaranews.com menggambarkan sosok menteri Susi sebagai menteri perempuan yang berkompeten dalam memimpin Kementrian Kelautan dan Perikanan. Sedangkan kebijakannya

menenggelamkan kapal bukan tindakan pencitraan tetapi tindakan tegas untuk memberi efek jera.

3. Wibiyanto (2017. Vol 5 No. 1) – Pemberitaan Sunny Tanuwidjaja (Analisis Framing Media Online Terhadap Pemberitaan Sunny Tanuwidjaja Di Tempo, Kompas, Merdeka, Tribun, Detik).

Penelitian ini menganalisis pemberitaan Sunny Tanuwidjaja baik dari profil dan peranannya sebagai staf khusus Ahok dari media *online* yakni Detik news, Merdeka, Tempo, Kompas dan Tribun News. Berita terkait Sunny Tanuwidjaja dianalisis menggunakan analisis *framing* model Robert N Entman. Hasil analisis dari ketiga media *online* tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pada pemberitaan Tempo, pihak Tempo cenderung mengulas secara tajam mengenai siapa itu Sunny yang dianggap sebagai “perantara” antara Ahok dengan para pengusaha.
- b) Dalam pemberitaan yang dipaparkan oleh Merdeka.com menonjolkan bahwa Sunny blak-blakan menyebutkan bahwa dirinya sebagai “makelar” Ahok.
- c) Pada pemberitaan oleh Tribun, pihak Tribun menonjolkan Prijanto yang sebelumnya wakil gubernur di era Fauzi Bowo yang menyebutkan bahwa Sunny merupakan *shadow of government* dan tahu banyak soal persoalan kasus kasus yang ditangani Pemprov DKI Jakarta.

- d) Pada pemberitaan Kompas ini menonjolkan Ahok yang membuka siapa itu Sunny Tanuwidjaja mengingat pemberitaan yang ada santer bahwa ada isu Sunny dan Ahok sebenarnya memiliki hubungan keluarga.
- e) Pada pemberitaan yang dipaparkan oleh Detik menonjolkan peranan Sunny antara staf khusus, anak magang dengan teman Ahok.

Penelitian yang akan dilaksanakan ini memiliki beberapa kesamaan dengan tiga penelitian tersebut di atas, di antaranya adalah kesamaan penggunaan metode analisis *framing* dalam mengulik isu dengan menonjolkan satu sosok tertentu. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada unit amatan penelitian, penelitian sebelumnya berfokus pada portal media *online* yang berbasis teks, sementara penelitian ini menganalisis konstruksi wacana dalam tayangan *talkshow*. Selain itu, tayangan *talkshow* yang mewawancarai kursi kosong atau tidak menghadirkan narasumber menjadi poin pembeda antara tayangan ini dan program *talkshow* pada umumnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian tersebut di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto ditampilkan dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan?

2. Bagaimana strategi pembingkai Mata Najwa terhadap sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mendeskripsikan sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto yang ditampilkan dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan.
- b) Untuk mendeskripsikan strategi pembingkai Mata Najwa terhadap sosok Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Secara parktis, penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi masyarakat untuk memahami akan adanya realitas media sehingga lebih bijak dalam menanggapi pemberitaan media.
- b) Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat dan sumbangsih dalam perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian analisis *framing*.

D. Kerangka Konseptual

1. Peran Komunikasi Massa dan Media Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat: 2007) yakni, “Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Para ahli komunikasi massa telah membuat pemetaan yang beragam mengenai fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern. McQuail (Halik: 2013) membedakan fungsi komunikasi massa bagi masyarakat dan fungsi komunikasi massa untuk individu, yakni:

a) Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat:

- 1) Informasi, yaitu; (i) Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia; (ii) Menunjukkan hubungan kekuasaan; (iii) Memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
- 2) Korelasi, yaitu; (i) Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi; (ii) Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan; (iii) Melakukan sosialisasi; (iv) Mengkoordinasi beberapa kegiatan; (v) Bentuk kesepakatan; (vi) Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif; (vii) Kesenambungan; (viii) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta

perkembangan budaya baru; (ix) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

- 3) Hiburan, yaitu; (i) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi; (ii) Meredakan ketegangan sosial.
- 4) Mobilisasi, yang berarti mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang juga dalam bidang agama.

b) Fungsi komunikasi massa bagi individu

- 1) Informasi, yaitu; (i) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia; (ii) Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan; (iii) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; (iv) Belajar, pendidikan diri sendiri; (v) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- 2) Identitas pribadi, yaitu; (i) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi; (ii) Menemukan model perilaku; (iii) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media); (iv) Tingkatkan pemahaman tentang diri-sendiri.
- 3) Integrasi dan interaksi sosial, yaitu; (i) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial; (ii) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki; (iii) Menemukan bahan percakapan dan interaksi

sosial; (iv) Memperoleh teman selain dari manusia; (v) Bantu menjalankan peran sosial; (vi) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungkan sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

- 4) Hiburan, yaitu; (i) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan; (ii) Bersantai; (iii) Peroleh kenikmatan jiwa dan estetis; (iv) Mengisi waktu; (v) Penyaluran emosi; (vi) Membangkitkan gairah seks.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi massa dan media massa saling erat kaitannya. Maka ketika membahas terkait komunikasi massa, pembahasan tentang media massa tidak bisa dikesampingkan.

Menurut Cangara (2010) media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Karena sifat media massa yang tidak terbatas ruang dan waktu tersebut, maka ia bisa menjadi perangkat efektif dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas, apalagi di situasi krisis seperti pandemi COVID-19 yang memaksa masyarakat untuk tetap di rumah tetapi harus tetap kaya informasi terkait perkembangan situasi wabah. Oleh karena itu, peran media massa menjadi sangat krusial.

McQuail (Halik: 2013) sendiri mendefenisikan peran media massa secara khusus sebagai berikut:

- a) Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
- b) “Juru bahas” yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
- c) “Pembawa atau penghantar” informasi dan pendapat.
- d) “Jaringan interaktif” yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
- e) “Petunjuk jalan” yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
- f) Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
- g) “Cermin” yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (*distorsi*) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat anggota masyarakat, atau sering segi yang ingin mereka hakimi atau cela.
- h) “Tirai” atau penutup yang menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (*escapism*).

Dengan demikian, secara umum peranan media massa dapat dilihat pada dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berperan positif dalam

berbagai aspek kehidupan manusia, tetapi juga dapat berperan negatif dalam kehidupan manusia.

2. Konstruksi Realitas Sosial

Istilah *Contructivism* oleh Littlejohn (Karman: 2012) dipakai untuk menjelaskan suatu teori yang menyatakan bahwa setiap individu menafsirkan sesuatu dan berperilaku menurut kategori-kategori konseptual dari pikirannya. Realitas tidaklah muncul begitu saja dalam bentuk mentah melainkan harus disaring sesuai cara pandang seseorang mengenai setiap hal yang ada. Sedangkan istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul “*The Social Construction of Reality, a Teatise in the Sociological of Knowledge*”. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin dalam Anggoro: 2014).

Dalam pandangan konstruktivisme, media dipandang tidak mungkin melakukan peranan netral yang mengakomodir berbagai kepentingan. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak (Eriyanto: 2002). Oleh karena itu, berita yang disajikan oleh media bukan lagi realitas yang sesungguhnya karena telah melalui proses seleksi. Apa yang dimunculkan media melalui berita akan

memperlihatkan penekanan terhadap satu aspek tertentu, dan juga menyamarkan suatu hal yang tidak dikehendaki oleh media.

Eriyanto (2002) mendefinisikan media dan berita dalam paradigma konstruksionis sebagai berikut:

a) Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi

Realitas itu bersifat subjektif, realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi sudut pandang tertentu dari wartawan. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal ambil dan menjadi bahan dari berita. Fakta atau realitas pada dasarnya di konstruksi.

b) Media adalah agen konstruksi

Dalam tahap ini media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Dalam tahap ini Eriyanto lebih menekankan kepada media sebagai agen konstruksi pesan.

c) Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanya konstruksi dari realitas.

Berita itu diibaratkan seperti sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Berita adalah hasil konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media.

d) Berita bersifat subjektif atau konstruksi atas realitas

Berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya menghasilkan realitas yang berbeda pula. Kalau ada perbedaan antara berita dengan realitas yang sebenarnya, maka tidak dianggap sebagai kesalahan, tetapi memang seperti itulah pemaknaan mereka atas realitas. Dalam tahap ini yang ditekankan adalah bahwa berita bersifat subjektif, opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.

e) Wartawan bukan pelapor, ia agen konstruksi realitas

Wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya, karena ia merupakan bagian yang instrinsik dalam membentuk berita. Lagipula berita bukan hanya individual, melainkan juga dari proses organisasi dan interaksi antara wartawan. Wartawan dipandang sebagai aktor atau agen konstruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefinisikan peristiwa.

f) Etika, pilihan moral, dan ketrampilan wartawan adalah bagian yang integral dalam produk berita.

Aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Etika dan moral dalam banyak hal berarti keberpihakan terhadap satu kelompok atau nilai tertentu, umumnya dilandasi oleh keyakinan tertentu. Bagian yang integral dan

tidak terpisahkan dalam membentuk dan mengkontruksi realitas. Wartawan menulis berita bukan hanya sebagai penjelas, tetapi mengkontruksi peristiwa dari dirinya sendiri dengan realitas yang diamati.

- g) Etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian

Peneliti bukan subjek menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses penelitian. Peneliti adalah entitas dengan berbagai nilai dan keberpihakanyang berbeda-beda yang ditekan oleh Eriyanto dalam tahap ini adalah nilai, etika, dan pilihan moral bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian.

- h) Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita

Khalayak bukan dilihat sebagai subjek yang pasif. Ia juga subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang ia baca. sebuah foto yang sebetulnya dimaksudkan untuk mengkomunikasikan stop kekerasan dan seksual, bisa jadi dimaknai pembaca sebagai penyebaran pornografi.

3. Pembentukan Opini Publik

Lippman (1992) mengatakan bahwa media adalah sumber utama arus informasi yang mendominasi pikiran masyarakat. Dalam banyak kasus, proses mendominasi pemikiran masyarakat ini berhubungan dengan urusan publik, misalnya bagaimana media mempengaruhi pemikiran masyarakat tentang kredibilitas seorang pejabat publik.

William Albiq (Olii: 2007) menjelaskan bagaimana opini publik terbentuk, menurutnya opini publik adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Jika dilihat dari segi ilmu komunikasi, opini publik merupakan tindakan komunikasi yang mana membawa persoalan kepada orang-orang dengan harapan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik.

Untuk menjelaskan bagaimana media massa membentuk opini publik ada baiknya memperhatikan beberapa teori:

Pertama, teori Analisis Kultivasi dikemukakan oleh Gerbner (Habibie: 2018). Teori ini adalah teori yang memprediksikan dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi akan pesan-pesan media. Analisis kultivasi berkembang dengan dua perspektif, yakni perspektif transmisional dan perspektif ritual. Perspektif transmisional adalah posisi yang menggambarkan media sebagai pengirim pesan-pesan ke seluruh penjuru ruang. Sedangkan perspektif ritual adalah posisi yang menggambarkan media sebagai pembawa representasi mengenai keyakinan yang dimiliki bersama.

Kedua, teori Agenda Setting model menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah (2009) menekankan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan tersebut.

Secara singkat teori agenda setting 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 pada kita apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda agenda lewat pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Dengan kata lain, agenda media akan menjadi agenda masyarakatnya. Jika agenda media adalah pemberitaan tentang kenaikan harga BBM, maka yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat juga tentang kenaikan harga BBM. Jika media selalu mengarahkan untuk mendukung tokoh politik tertentu, bukan tidak mustahil khalayak akan ikut terpengaruh mendukung tokoh tertentu yang didukung media massa tersebut. Dan masih banyak contoh lainnya.

Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Terdapat asumsi-asumsi dasar teori agenda setting, yaitu khalayak tidak hanya mempelajari isu-isu pemberitaan, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu atau topik tersebut. Selain itu, media massa mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.

Adapun efek dari agenda setting terdiri atas efek langsung dan efek tidak langsung. Efek langsung berkaitan dengan isu: apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak; dari semua isu, mana yang dianggap paling penting menurut khalayak; sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan.

4. Analisis Framing

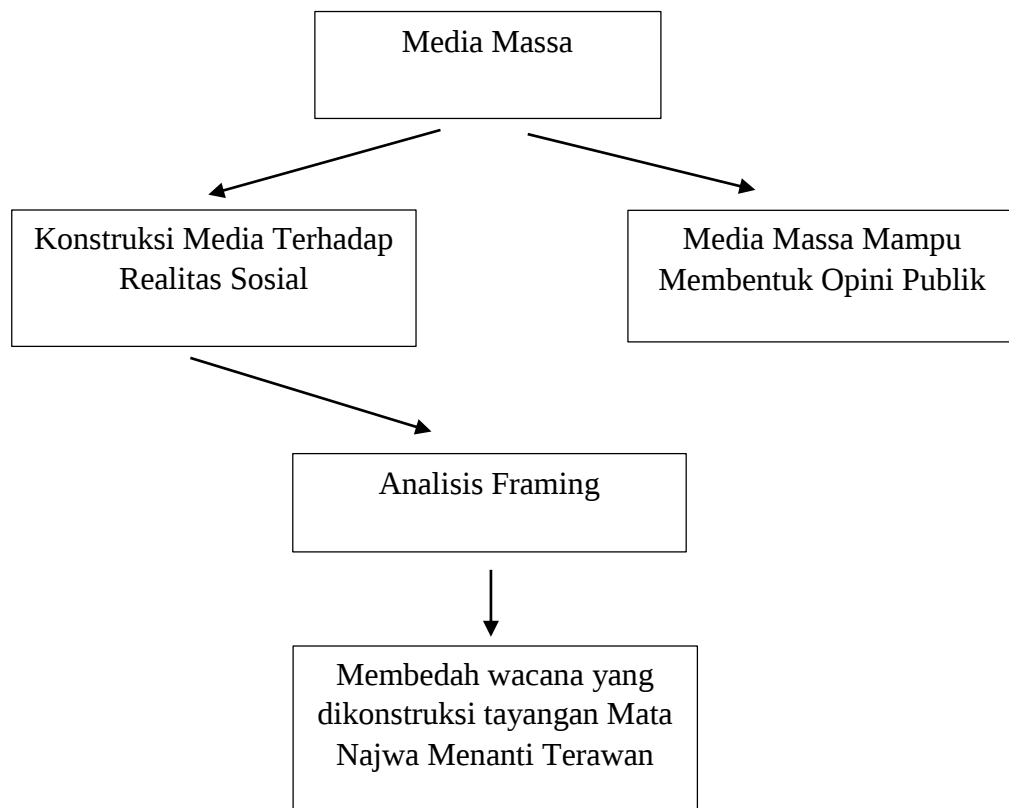
Analisis *framing* merupakan salah satu metode analisis media. Konsep *framing* secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Sobur (2001) mengatakan bahwa analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu atau menulis berita.

Analisis *framing* digunakan untuk membedah wacana dibalik sebuah teks media, realitas apa yang dibingkai sebuah media kemudian disajikan kepada khalayak. Secara metodologi analisis *framing* memiliki perbedaan yang sangat menonjol dengan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi dalam studi komunikasi lebih menitikberatkan pada metode penguraian fakta secara kuantitatif dengan mengkategorisasikan isi pesan teks media.

Pada analisis isi, pertanyaan yang selalu muncul seperti apa saja yang diberitakan oleh media dalam sebuah peristiwa. Tetapi, dalam analisis *framing* pertanyaan yang selalu muncul adalah mengapa peristiwa X diberitakan dan mengapa peristiwa yang lain tidak diberitakan, mengapa realitas didefinisikan dengan cara tertentu, mengapa fakta tertentu lebih ditonjolkan dibandingkan fakta yang lain.

Ada beragam model analisis *framing*, di antaranya adalah model dari Robert N. Entman yang akan digunakan dalam penelitian ini. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu (Eriyanto: 2002). Seleksi isu berarti pemilihan fakta yang akan disajikan oleh wartawan. Tidak semua aspek dari isu akan diberitakan, akan ada penyeleksian terkait fakta mana yang akan ditampilkan dan yang akan dibuang.

Menurut Entman, *framing* dalam berita dilakukan dengan empat cara (Kriyantono: 2006). *Pertama*, identifikasi masalah (*problem identification*), yaitu peristiwa dilihat sebagai sesuatu yang mana positif dan yang mana negatif. *Kedua*, interpretasi penyebab masalah (*causal interpretation*), yaitu siapa yang dianggap penyebab masalah. *Ketiga*, evaluasi moral (*moral evaluation*), yaitu penilaian atas penyebab masalah; dan *keempat*, saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*), yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya.



Tabel 1.1. Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

Untuk memahami penelitian ini, penulis perlu menyampaikan batasan-batasan penelitian agar tidak muncul kekeliruan persepsi terhadap penelitian. Dalam penelitian, konsep pokok yang menjadi pembahasan yaitu analisis *framing*. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas (Eriyanto: 2002). Setiap waktu kita dapat melihat dan membaca bagaimana suatu peristiwa yang sama tapi diberitakan secara berbeda oleh media, termasuk pemberitaan mengenai “hilangnya” Terawan, namun setiap media masing-masing membingkai berita

dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana tayangan Mata Najwa Menanti Terawan mengkonstruksi sosok Menteri Kesehatan Terawan.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dari Maret hingga Agustus 2021. Adapun objek dalam penelitian ini adalah tayangan Mata Najwa episode Mata Najwa Menanti Terawan.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Whitney (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 deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan data yang diperoleh secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta yang terdapat dalam pemberitaan media massa. Kemudian data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode ilmiah.

Pendekatan metode ilmiah dalam penelitian kualitatif ini adalah analisis framing menggunakan model Robert N. Entman. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar seleksi isu dan penekanan atau menonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Kata menonjolan

(*salience*) perlu didefinisikan sebagai membuat informasi lebih diperhatikan, bermakna, dan berkesan/mudah diingat. Peningkatan dalam penonjolan mempertinggi probabilitas bahwa penerima menerima informasi, memahaminya dengan seksama lalu memprosesnya serta menyimpannya dalam ingatan (Eriyanto: 2002).

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

Tabel 1.2. Dua Unsur Framing Media Versi Entman (Eriyanto: 2002)

Peneliti memilih model Robert N. Entman dibandingkan dengan model lainnya dengan pertimbangan bahwa model ini secara spesifik mencoba membedah kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan dengan menggunakan aspek penonjolan dan seleksi isu. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar sehingga tepat digunakan dalam membedah wacana di balik sebuah tayangan video pemberitaan. Oleh karena itu, model analisis Robert N Entman ini sangat membantu dalam menganalisis framing tayangan Mata Najwa Menanti Terawan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara:

a) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data dalam penelitian ini adalah tayangan Mata Najwa edisi Mata Najwa Menanti Terawan yang tayang di kanal Youtube Mata Najwa pada tanggal 28 September 2020. Data yang diteliti berupa monolog Najwa Shihab selaku *host* Mata Najwa yang menggambarkan atau menunjukkan adanya konstruksi media terhadap kinerja penanganan COVID-19 oleh Menteri Kesehatan Terawan.

b) Observasi

Observasi dilakukan dengan menonton secara seksama tayangan Mata Najwa Menanti Terawan tersebut.

c) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data teoritis berkaitan dengan penelitian ini dari berbagai sumber, kemudian dikaji dan dianalisis untuk membantu penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti. Membaca bingkai yang dilakukan Mata Najwa dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan yang tayang di Youtube Mata Najwa, peneliti menggunakan teknik analisis framing milik Robert N. Entman, yang membedakan analisis framing Entman dibandingkan yang lain adalah pada pandangan bahwa dalam sebuah tayangan berita ada aspek yang ditonjolkan dan ada aspek yang diabaikan. Penonjolan atau penekanan terhadap aspek tertentu dari isu tersebut dapat menggunakan berbagai strategi wacana misalnya penempatan *headline*, pengulangan, pemakaian grafis, foto, penggunaan label tertentu, generalisasi, dan lain-lain. Dalam tayangan Mata Najwa Menanti Terawan terdapat simbol yang ditonjolkan dalam mengulas isu “hilangnya” Menteri Kesehatan Terawan, yaitu kursi kosong, oleh karena itu peneliti menganggap model Entman lebih sesuai digunakan dalam penelitian ini. Entman membagi modelnya ke dalam empat bagian, yaitu:

a) Identifikasi Masalah (*problem identification*)

Identifikasi masalah yaitu peristiwa dilihat sebagai sesuatu yang mana positif dan yang mana negatif. Pada tahap ini, peneliti harus

mengambil pokok dari suatu masalah yang sedang diangkat. Masalah tersebut adalah Menteri Kesehatan Terawan yang tak lagi muncul di muka media saat situasi pandemi COVID-19 semakin memburuk di Indonesia.

b) Memperkirakan Penyebab Masalah (*Diagnose Causes*)

Diagnose Causes ini merupakan elemen *framing* untuk membingkai sesuatu yang dianggap menjadi penyebab sebuah masalah. Dalam suatu berita, penyebab tidak hanya diartikan sebagai *who* atau siapa, melainkan juga *what* atau apa.

c) Membuat Keputusan Moral (*Make Moral judgement*)

Di sini, masalah yang sudah diidentifikasi dan diketahui penyebabnya kemudian dipertegas oleh gagasan lain. Gagasan ini sifatnya akan membenarkan pokok masalah yang diangkat pihak redaksi. Gagasan akan berupa argumen dan kutipan dari seseorang yang kompatibel dengan masalah dan dikenal khalayak.

d) Menekankan Penyelesaian (*Treatment Recommendation*)

Terakhir merupakan solusi yang ditawarkan pihak redaksi atas masalah tersebut. Tahap ini mengambil sikap yang diambil pihak redaksi untuk dijadikan bahan masukan, solusi atas masalah. Solusi yang diberikan pihak redaksi tentunya bergantung pada masalah yang ditonjolkan, penyebab masalahnya, dan juga penguatan masalah oleh gagasan lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Media Massa

Media massa merupakan perangkat utama dalam membantu proses komunikasi massa. Cangara (2010) lebih spesifik menjelaskan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Komunikasi media massa semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa ke masa (Ardianto: 2007). Hal ini tidak terlepas dari kontribusi perkembangan teknologi. Secara singkat, perkembangan media mengikuti empat era komunikasi, yaitu era tulis, era percetakan, era media telekomunikasi, dan era media komunikasi interaktif (Rogers: 1986).

Era tulis, dimulai pada tahun 4000 SM pada saat bangsa Sumeria menggunakan tablet dari tanah liat, bangsa Cina menemukan tulisan untuk percetakan buku dan bangsa Korea menemukan alat dari logam yang menggantikan huruf-huruf dari tanah. Penemuan mesin cetak merupakan awal dimulainya riwayat komunikasi massa. Dengan adanya mesin cetak ini

rangkaian pesaan yang panjang dan kompleks dapat disampaikan secara simultan ke satu atau lebih kelompok khalayak yang besar.

Era percetakan, dimulai dengan ditemukannya alat percetakan oleh Gutenberg pada tahun 1456 ketika untuk pertama kalinya mencetak Kitab Injil. Sekalipun mesin cetak mulai ditemukan pada tahun ini, tetapi perkembangan surat kabar berlangsung sekitar tahun 1600. Surat kabar pertama yang berhasil di cetak di Eropa adalah Aviso di Wolfenbuttel di Strahbourg, Jerman pada tahun 1609. Memasuki abad-19, ada banyak penemuan di bidang teknologi termasuk percetakan yang bisa digerakkan oleh tenaga uap. Akibatnya surat kabar yang sebelumnya hanya bisa diproduksi 500-600 lembar per jam dapat ditingkatkan menjadi 4000 lembar per jam di Amerika.

Perkembangan pers yang didukung oleh teknologi dan perkembangan masyarakat Amerika pada saat itu, juga ditandai dengan perkembangan cara-cara pelaporan berita, misalnya Jurnalistik kelompok dan Jurnalistik Investigasi yang digunakan dalam skandal Watergate pada tahun 1973. Di Indonesia sendiri, surat kabar yang pertama terbit adalah Bataviaisme Nouvelles en Politique Raisoven Mensen pada tahun 1744 dalam bahasa Belanda dan disusul surat kabar bahasa melayu di Surabaya pada tahun 1855.

Pada *era telekomunikasi*, salah satu teknologi yang berkembang adalah film. Di tahun 1900 orang Amerika berhasil membuat film tanpa suara dengan durasi 25 menit seperti film 'A Trip To The Moon' (1902) dan 'Life of an America Fireman' (1903). Pada masa itulah film mengalami masa keemasan. Teknologi lainnya yang berkembang adalah radio. Pada tanggal, 14 Mei 1897

Marconi berhasil menghubungkan dua tempat yang dipisahkan oleh selat Bristol yang lebarnya 9 km melalui gelombang radio. Sejak penemuan itu, telegram radio mengalami perkembangan yang sangat pesat, dan tiga tahun kemudian Marconi berhasil mengirimkan berita radio dari Inggris ke Australia disusul berdirinya radio BBC (1923), NBC (1926) dan CBS (1927).

Terjadinya perkawinan antara beberapa jenis media dan teknologi menghasilkan berbagai bentuk baru yang memiliki kemampuan yang berlipat ganda. Demikian pula di bidang komunikasi. Munculnya televisi (TV) dengan berbagai kelebihan komunikasi yang dimilikinya telah menciptakan beraneka pelayanan komunikasi yang lengkap dan unik. Televisi mampu menyampaikan pesan informasi dalam wujud gambar dan suara sekaligus.

Era komunikasi interaktif, ditandai dengan ditemukannya berbagai kemajuan teknologi seperti komputer, satelit, internet dan lain-lain. Masuknya komputer ke jaringan komunikasi telah mewujudkan berbagai kemudahan baru dalam berkomunikasi, serta masih membuka kemungkinan untuk sekian banyak peluang baru di bidang ini. Dengan bantuan komputer maka bukan saja penyimpanan, pengolahan dan penelusuran informasi berlangsung cepat dan handal, tetapi juga pertukarannya pun dapat berlangsung ke mana saja dan di mana saja.

Penggunaan media digital (internet) semakin melengkapi kebutuhan manusia akan akses informasi dan hiburan. Internet memiliki kekuatan yang sangat besar untuk menggabungkan berbagai karakter media massa sebelumnya, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Media internet

telah menjadi media konvergen yang memanjakan kebutuhan manusia secara mudah, murah, cepat, dan efisien. Perkembangan media digital membawa perubahan baru dalam prinsip dan cara orang menggunakan media massa, termasuk berpengaruh kepada dunia jurnalisme.

Kemunculan dan perkembangan jurnalistik melalui media *online* di Indonesia diawali dengan cikal bakal yang tumbuh pada tahun 1994 dan mengalami perkembangan pada tahun 1997. Tahun 1998 media *online* hadir dengan berita di mana era pemerintahan Orde baru telah berakhir dengan mundurnya Presiden Soeharto. Berita pengunduran diri Soeharto tersebar luas melalui *milist (mailing list)* yang sudah mulai dikenal luas di kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*) yaitu istilah yang 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*”.

Berita yang disiarkan di dunia maya itu diterima oleh jutaan orang di seluruh dunia yang terhubung secara global oleh jaringan komputer yang kini dapat digenggam (telepon genggam) dalam sebuah masyarakat baru yang disebut masyarakat maya (*cyberspace community*). Warga masyarakat baru itu tersebar di seluruh dunia dan bisa mengakses (mengunduh) berita yang bersifat

umum dan aktual hasil karya jurnalis internet melalui media sosial tanpa hambatan dan tanpa mengenal batas negara (Arifin: 2011).

Menurut Paul Bradshaw ada lima prinsip dasar jurnalistik *online*, yang disingkat dengan BASIC, yaitu *Brevity-Adaptability-Scannability-Interactivity-Community*. Lebih jelasnya sebagai berikut: *Brevity* (Ringkas). Artinya, tulisan harus dibuat ringkas mungkin, tidak panjang. Sebaiknya tulisan panjang, diringkas menjadi beberapa tulisan pendek agar dapat dibaca dan dipahami dengan cepat.

Kedua, *Adaptability* atau disebut mampu beradaptasi yaitu dalam menyajikan berita/informasi, jurnalis harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi di bidang komunikasi. Jadi bukan hanya menulis berita, jurnalis juga dituntut untuk mampu menyajikan berita dengan keragaman cara penyajian. Bukan hanya tulisan, tapi juga disertai dengan gambar, atau bisa juga disajikan dalam format video atau suara. Jurnalis harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pembaca.

Ketiga, *Scannability* (dapat dipindai). Hal ini dimaksudkan situs/laman web jurnanisme dituntut untuk memiliki sifat dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca. Sebab sebagian besar pengguna situs tersebut melakukan pencarian secara spesifik, dengan memindai halaman web. Pembaca akan mencari informasi utama, *subheading*, *link*, dll untuk membantu menavigasi teks, sehingga tidak perlu melihat monitor dalam waktu yang lama. Oleh sebab itu, penentuan judul berita sangat penting dalam menarik minat pembaca, terutama dua kata pertama pada judul.

Keempat, *Interactivity* (interaktivitas) yaitu pembaca dibiarkan menjadi pengguna, dalam artian memberikan keleluasaan pada pembaca untuk memberikan tanggapan, atau komunikasi lainnya pada jurnalis melalui laman situs tersebut. Dengan begitu pembaca akan merasa bahwa dirinya dilibatkan dan dihargai, sehingga mereka semakin merasa senang membaca situs tersebut.

Terakhir, *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan) yaitu pembaca media online tidak hanya bersifat pasif dalam membaca berita, seperti ketika membaca berita pada koran atau televisi. Sebab media *online* memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan – percakapan pendek untuk menanggapi isi berita, misalnya melalui kolom komentar. Sebagai timbal baliknya, jurnalis juga harus menanggapi interaksi dari pembaca tersebut, sehingga tercipta komunitas dan percakapan di dalamnya.

B. Konstruksi Realitas

Teori konstruksi sosial diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman. Mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara obyektif (Bungin: 2008). Peter L. Berger dan Thomas Luckman mengatakan bahwa pada dasarnya realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi manusia. Beberapa hal yang menjadi asumsi dasar yaitu;

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunai sosial di sekelilingnya;

2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan;
3. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus;
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Proses konstruksinya dilihat dari perspektif teori Berger & Luckmann berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi. (Eriyanto: 2002)

Pertama, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat di mana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia, dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan

realitas objektif yang bisa jadi akan menghadap si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan beralainan dari manusia yang menghasilkannya.

Lewat objektifikasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas *sui generis*. Hasil dari eksternalisasi—kebudayaan—itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda maupun bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada di luar kesadaran manusia, ada “di sana” bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Realitas dipahami sebagai sesuatu yang bersifat plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda terhadap suatu realitas. Hal itu dipengaruhi oleh ragamnya pengalaman, preferensi, pendidikan, dan

lingkungan seseorang. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut bisa menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antara individu dan objek.

C. Konstruksi Sosial pada Media Massa

Dalam pandangan konstruktivisme, media massa mengonstruksi informasi dan mendistribusikannya kepada masyarakat. Media dipandang tidak mungkin melakukan peranan yang netral, terisolasi dari berbagai pengaruh terhadap dirinya baik yang bersumber dari internal organisasi media maupun dari luar media. Demikian juga masyarakat tidak sekedar menerima informasi tetapi mengonstruksinya berdasarkan skemanya masing-masing.

Teori konstruksi sosial berdiri di antara teori fakta sosial dan definisi sosial. Dalam teori fakta sosial, standar yang eksis-lah yang penting. Manusia adalah produk dari masyarakat. Tindakan dan persepsi manusia ditentukan oleh struktur yang ada dalam masyarakat. Sebaliknya, teori definisi sosial mengatakan bahwa manusialah yang membentuk masyarakat. Manusia digambarkan sebagai entitas yang otonom, melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. (Poloma dalam Eriyanto: 2002).

Sementara itu, menurut Stuart Hall (dalam Sudibyo: 2001), media dipandang sebagai instrumen ideologi melalui mana kelompok menyebarkan pengaruhnya dan dominasinya kepada kelompok lain. Media bukan ranah yang netral yang mengakomodir berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok mendapat perlakuan yang sama dan seimbang. Media justru bisa menjadi subjek yang mengonstruksi realitas berdasarkan penafsiran dan

definisinya sendiri untuk disebarkan kepada khalayak. Media berperan dalam mendefinisikan realitas kelompok dan ideologi dominanlah yang biasanya lebih berperan dalam hal ini.

Untuk memahami bagaimana proses kelahiran konstruksi sosial media massa, terdapat beberapa tahapan yang dilalui yakni; (Eriyanto: 2002)

- 1) Tahap menyiapkan materi konstruksi yang mencakup kepada beberapa hal yaitu; *Pertama*, keberpihakan media massa kepada kapitalisme seperti yang terjadi saat ini hampir semua media mainstream dimiliki kelompok kapitalis tertentu untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan penggandaan modal. Tentunya hal itu memunculkan ideologi yang lebih mengutamakan bagaimana agar media massa mampu mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi pemilik dan pemodal. *Kedua*, keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujungujungnya adalah untuk menjual berita dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis. Apalagi saat ini jelas bahwa hampir seluruh media mainstream dimiliki kelompok usaha tertentu dan berafiliasi kepada partai politik tertentu. *Ketiga*, adalah keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa namun fakta di lapangan hanyalah sebatas jargon dan slogan saja.
- 2) Tahap sebaran konstruksi yakni dilakukan masing-masing media massa dengan strategi yang berbeda namun prinsip utamanya adalah *real-time*.

Media elektronik memiliki konsep *real-time* yang berbeda dengan media cetak. Karena sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real-time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Namun bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan *real-time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu, atau bulan, seperti harian, mingguan, dan bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real-time* yang tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

- 3) Tahap pembentukan konstruksi yang terdiri dari berbagai 2 tahap, yakni *Pertama*, pembentukan konstruksi realitas membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai suatu realitas kebenaran. Selain itu, kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa. Selain itu menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. *Tahap kedua*, yakni pembentukan konstruksi citra yakni bagaimana konstruksi citra pada sebuah pemberitaan ataupun bagaimana konstruksi citra pada sebuah iklan. Konstruksi citra pada sebuah pemberitaan

biasanya disiapkan oleh orang-orang yang bertugas di dalam redaksi media massa, mulai dari wartawan, editor, dan pimpinan redaksi. Sedangkan konstruksi citra pada sebuah iklan biasanya disiapkan oleh para pembuat iklan, misalnya *copywriter*. Pembentukan konstruksi citra ialah bangunan yang diinginkan oleh tahap-tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan.

- 4) Tahap konfirmasi yakni tahapan dimana media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Dalam konteks berita, konstruksi realitas memandang berita bukan merupakan peristiwa yang riil. Realitas tidak ditunjukkan apa adanya dalam berita. Dalam proses internalisasi, wartawan dilanda realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta

diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut.

D. Analisis Framing

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson dalam Reese: 2001 (Karman: 2012). Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini lalu dikembangkan oleh Goffman yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Fauzi dalam Karman: 2012).

Frame diinterpretasikan secara beragam menurut objek kajiannya. Dalam psikologi, *framing* adalah skema sedangkan skema dalam konteks ilmu informasi adalah instrumen representasi pengetahuan. Sosiolog Erving Goffman menekankan bahwa *framing* sebagai pendefinisian situasi yang sedang terjadi dan menjawab pertanyaan *what it is that going on here?* Dalam konteks ilmu politik, frame dimaknai sebagai bentuk sistem kepercayaan seperti diungkap oleh Gerhard/Rucht sebagai berikut: *We define a belief system as a configuration of ideas and attitudes in which the elements are bound together by some form of constraint or functional interdependence* (Wahyuni: 2008)

Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu sumber informasi, dan kalimat tertentu. Amy Bider mengatakan bahwa *framing* adalah skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan mengidentifikasi dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. *Frame* mengorganisasi peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk memahami makna peristiwa. Sedangkan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengatakan bahwa *framing* adalah strategi konstruksi untuk memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan peristiwa, rutinitas, dan konvensi pembentukan berita.

Masih menurut Eriyanto (2002), ada dua aspek dalam framing. *Pertama*, memilih fakta atau realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang terbuang (*excluded*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas? Bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan? Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih *angle* tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lain. Media yang menekankan aspek tertentu, memilih

fakta tertentu akan menghasilkan berita yang bisa jadi berbeda kalau media menekankan aspek atau peristiwa yang lain.

Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu: penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung atau memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar, dan sebagainya. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat khalayak. Realita yang disajikan secara menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Ada beberapa model yang digunakan dalam analisis framing, antara lain sebagai berikut:

5. Framing Model Murray

Edelman Murray Edelman adalah ahli komunikasi yang banyak menulis mengenai bahasa dan simbol politik dalam komunikasi. Menurut Edelman, apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan mengkonstruksi atau menafsirkan realitas. Realitas yang sama bisa jadi akan menghasilkan realitas yang berbeda ketika realitas tersebut dibingkai atau dikonstruksi dengan cara berbeda (Eriyanto: 2002).

Berdasarkan pernyataan Edelman, dapat dipahami bahwa dari sebuah realitas, kita dapat membingkainya sesuai dengan apa yang kita tafsirkan. Sebuah realitas yang sama bisa saja menjadi berbeda ketika dikonstruksikan secara berbeda. Jadi, walaupun realitasnya sama, hasil yang akan dicapai berbeda-beda tergantung bagaimana kita menafsirkan realitas tersebut. Edelman mensejajarkan framing sebagai kategorisasi.

Kategori dalam pandangan Edelman, merupakan abstraksi dan fungsi dari pikiran. Kategori, membantu manusia memahami realitas yang beragam dan tidak beraturan tersebut menjadi realitas yang mempunyai makna. (Eriyanto: 2002).

Edelman menambahkan “Kategorisasi itu merupakan kekuatan yang besar dalam mempengaruhi pikiran dan kesadaran publik”. Dengan kata lain, fungsi kategorisasi adalah untuk mempengaruhi pikiran dan kesadaran publik untuk memahami realitas. Salah satu aspek kategorisasi penting dalam pemberitaan adalah rubrikasi: bagaimana suatu peristiwa (dan berita) dikategorisasikan dalam rubrik-rubrik tertentu. Rubrikasi ini

haruslah dipahami tidak semata-mata sebagai persoalan teknis atau prosedur standar dari pembuatan berita (Eriyanto: 2002).

Rubrikasi digunakan untuk membantu pembaca agar lebih mudah memahami suatu peristiwa yang sudah dikonstruksikan. Lebih lanjut Edelman menjelaskan “Rubrikasi ini menentukan bagaimana peristiwa dan fenomena harus dijelaskan”.

6. Framing Model Robert N. Entman

Konsep *framing* oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain (Eriyanto: 2002). Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis memahami framing bagi Entman digunakan untuk menonjolkan suatu aspek yang ingin ditonjolkan dengan menempatkan isu-isu tertentu yang penting untuk diketahui pembaca.

Menurut Entman “Framing memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagaimana yang ditonjolkan/ dianggap penting oleh pembuat teks” (Eriyanto: 2002). Maksudnya adalah suatu teks akan menjadi lebih bermakna ketika sudah dikonstruksi dengan menggunakan penonjolan tertentu pada sebuah realitas. “Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah

proses membuat informasi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak” (Eriyanto: 2002).

Dengan menyeleksi isu, wartawan dapat membingkai peristiwa dengan memasukkan atau mengeluarkan isu tergantung sudut pandang yang ingin mereka sampaikan. Dengan melakukan penonjolan 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 (Eriyanto: 2002).

Maksudnya adalah *framing* dilakukan untuk mendefinisikan masalah sesuai dengan pandangan wartawan. Wartawan juga dapat memilih berita apa yang ingin ia sampaikan kepada khalayak. Maksudnya ialah wartawan dapat melakukan penonjolan tertentu pada sebuah peristiwa sesuai sudut pandang yang ingin ia sampaikan.

7. Framing Model William A. Gamson

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 atau suatu isu atau suatu peristiwa

(Eriyanto: 2002). Dapat dipahami, menurut Gamson fungsi *framing* adalah untuk menghubungkan wacana yang ada di media dengan pendapat umum yang sedang berkembang mengenai suatu peristiwa yang terjadi. “Gamson melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk”. Jadi, semua berita yang diberitakan media adalah hasil konstruksi berdasarkan cara pandang dan ideologi media. (Eriyanto: 2002)

8. Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Eriyanto dalam bukunya “Analisis Framing” mengatakan model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Penonjolan dilakukan agar suatu pesan lebih bermakna dan mudah dipahami oleh khalayak. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. *Pertama*, dalam konsepsi psikologis. Framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. *Kedua*, konsepsi sosiologi, pandangan sosiologis lebih melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Eriyanto: 2002).

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi untuk membuat sebuah berita penting untuk diketahui khalayak. Dengan menggunakan frame tertentu sebuah penonjolan akan lebih mudah dipahami khalayak. “Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan” (Eriyanto, 2002; 255). Dalam pendekatan ini, perangkat framing dibagi ke dalam empat struktur besar. Yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

a. Sintaksis

Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita headline, lead, latar informasi, sumber, penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan.

b. Skrip

Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita. Bagaimana suatu berita dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu.

c. Tematik

Tema yang dihadirkan atau dinyatakan secara tidak langsung atau kutipan sumber dihadirkan untuk menyebut struktur tematik dari berita. Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.

d. Retoris

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih wartawan untuk menekankan arti yang diinginkan wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran.

E. Analisis Framing Robert N. Entman

Konsep *framing*, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu lain.

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau menonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Dalam

praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Sementara penonjolan atau penekanan terhadap aspek tertentu dari isu tersebut dapat menggunakan berbagai strategi wacana misalnya penempatan *headline*, pengulangan, pemakaian grafis, foto, penggunaan label tertentu, generalisasi, dan lain-lain.

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. Oleh karena itu, secara umum model analisis framing yang dikemukakan oleh Entman mengandung empat perangkat pembingkai, yaitu:

1. *Define problem*, merupakan bingkai yang paling utama atau *master frame*. Bingkai utama inilah yang akan menekankan cara memandang suatu peristiwa.
2. *Diagnose causes*, merupakan elemen framing yang digunakan untuk membingkai penyebab suatu peristiwa atau masalah. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*) dan bisa juga siapa (*who*) penyebabnya.
3. *Make moral judgement*, merupakan elemen framing yang digunakan untuk memberi argumentasi terhadap masalah atau peristiwa yang telah didefinisikan sebelumnya. Argumentasi tersebut bisa berupa legitimasi atau delegitimasi terhadap suatu tindakan.
4. *Treatment recommendation*, merupakan elemen yang digunakan untuk menilai rekomendasi atau harapan yang diinginkan oleh wartawan atau media dalam menyelesaikan masalah.