

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi pemicu peran media massa, media massa tidak semata hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, melainkan telah menjadi aktor sosial yang memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik, mengarahkan arus wacana, serta memengaruhi perilaku masyarakat. Media massa adalah segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau masyarakat (Permana & Alyani, 2021). Menurut Bungin (2006) media massa adalah media komunikasi dan informasi yang menyebarkan informasi secara masal dan dapat diakses oleh khalayak luas. Ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan sebagainya.

Keberadaan media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang membentuk cara pandang dan kesadaran publik terhadap berbagai fenomena yang terjadi di sekitarnya. Dalam pemberitaan kasus hukum seperti dugaan korupsi, media sering kali tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk makna tertentu melalui cara mereka menonjolkan, menutupi, atau menafsirkan suatu peristiwa. Eriyanto (2002) mengemukakan bahwa wartawan dipandang sebagai agen konstruksionis, wartawan turut mendefinisikan apa yang terjadi dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka.

Melalui cara media menyusun dan membingkai suatu pemberitaan, media memiliki kemampuan besar dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu isu. Dampak yang ditimbulkan pun dapat bersifat positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana masyarakat menafsirkan, menyikapi, dan mengelola informasi yang mereka peroleh dari media (Kusumaningsih, 2024). Namun melalui pemilihan kata, sudut pandang, serta penekanan pada aspek tertentu, media dapat mengarahkan bagaimana masyarakat memahami dan merespons suatu peristiwa.

Hal ini menunjukkan bahwa apa yang diperoleh masyarakat sangat bergantung pada media. Media massa memiliki kuasa dalam menentukan isu-isu yang dianggap relevan dan layak untuk diperhatikan publik. Hal ini sejalan dengan konsep agenda media, yang merupakan konsep dari teori *agenda setting* yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972), yang mengemukakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian masyarakat terhadap isu tertentu dengan menetapkan agenda publik melalui proses seleksi, penekanan, dan penonjolan isu-isu tertentu. Media bersifat selektif dalam menentukan berita yang disiarkan dengan menentukan aspek mana dari suatu peristiwa yang perlu disorot dan bagaimana penyajiannya kepada khalayak.

Media bersifat bebas dalam menyajikan informasi, dan setiap media memiliki gaya penulisan yang khas. Untuk peristiwa yang sama, media bisa

melaporkannya dengan cara berbeda. Ada aspek berita yang ditonjolkan, sementara yang lain disembunyikan, tergantung pada bagaimana media tersebut menyusun berita. Semua itu merujuk pada konsep framing. Framing merupakan teknik penyajian peristiwa oleh media dengan menekankan elemen tertentu, memunculkan sudut pandang khusus, serta memperbesar narasi tertentu dari suatu fakta atau kejadian, sehingga lebih mudah diingat oleh publik (Eriyanto, 2002). Media tidak hanya mengatur apa yang dipikirkan masyarakat, tetapi juga bagaimana khalayak berpikir tentang isu yang disajikan.

Apa yang disajikan oleh media seringkali merupakan hasil dari pandangan atau kecenderungan perseptual wartawan dalam memaknai dan meliput suatu peristiwa. Suhendra dan Feny (2024) mengatakan tidak bersifat netral, melainkan berperan aktif dalam mengonstruksi realitas sosial melalui sudut pandang dan kepentingan tertentu. Gambaran yang muncul di media bukanlah cerminan objektif dari realitas, melainkan hasil dari proses seleksi, penonjolan, dan pengemasan informasi sesuai dengan kepentingan atau agenda media tersebut. Framing dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila wartawan mempunyai frame yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dan menuliskan padangannya dalam berita. Satu berita yang sama bisa disajikan dalam beragam bentuk, tergantung pada bagaimana media mengemasnya.

Menurut Ardinata (2022), frame merujuk pada sudut pandang atau cara di mana individu atau kelompok tertentu disajikan atau ditekankan oleh media. Bingkai dibentuk oleh media melalui teknik framing, yaitu proses seleksi isu dan penonjolan fakta tertentu sesuai dengan cara media tersebut mengarahkan perhatian pada suatu subjek. Eriyanto (2002) memaparkan bahwa analisis framing memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Maka dari itu, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi dibentuk. Teori ini berfokus pada bagaimana media membingkai atau menyusun suatu isu, yang pada gilirannya memengaruhi cara isu tersebut dipahami oleh publik. Gagasan utama dalam teori Framing adalah bahwa cara penyajian informasi dapat memengaruhi interpretasi audiens. Dalam praktiknya, framing tidak selalu bersifat eksplisit, melainkan dapat secara halus dengan pola penyajian berita yang berbeda, termasuk pemilihan istilah, kutipan, dan fokus peliputan yang membentuk narasi tertentu kepada publik (Pratiwi et al., 2025).

Menurut Entman (1993), framing melibatkan dua hal utama, yaitu *selection* (memilih bagian tertentu dari realitas untuk ditampilkan) dan *salience* (membuat bagian itu lebih terlihat, penting, dan berkesan bagi audiens). Proses pembingkai dapat dianalisis melalui empat elemen utama: *define problems* (menjelaskan apa yang dianggap sebagai isu utama), *diagnose causes* (menunjukkan siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah), *make moral judgments* (menilai tindakan atau peristiwa berdasarkan nilai-nilai tertentu), dan *suggest remedies* (menyarankan langkah untuk mengatasi masalah tersebut). Pendekatan analisis framing Robert N. Entman membantu

untuk mengungkap bagaimana media mengonstruksi realitas melalui dua proses utama, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dari suatu peristiwa. Seleksi isu berhubungan dengan pemilihan kata dan sudut pandang yang diambil media, sementara penonjolan aspek berkaitan dengan cara media menampilkan fakta melalui kalimat, gambar, dan narasi yang kemudian membentuk interpretasi tertentu di benak audiens.

Menurut Gamson & Modigliani (1989), frame dipahami sebagai cara media menyajikan cerita atau rangkaian ide yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk makna tertentu atas suatu peristiwa dalam sebuah wacana. Gamson menilai bahwa wacana media, khususnya berita, tersusun atas sejumlah “package” atau kemasan makna yang digunakan untuk membangun konstruksi atas suatu peristiwa. Terdapat dua jenis perangkat utama yang membangun proses pembingkai.

Salah satu media berita yang memiliki jangkauan luas, baik melalui siaran televisi konvensional maupun platform digital seperti YouTube, adalah Metro TV dan TVOne. Kedua stasiun televisi ini menjadi rujukan penting masyarakat dalam memperoleh informasi, terutama ketika terjadi peristiwa politik, hukum, atau isu publik yang memicu perhatian nasional. Selain memiliki basis penonton tradisional yang besar, keduanya juga aktif mengadaptasi pola konsumsi media baru lewat kanal digital, sehingga memperkuat pengaruhnya dalam membentuk opini publik.

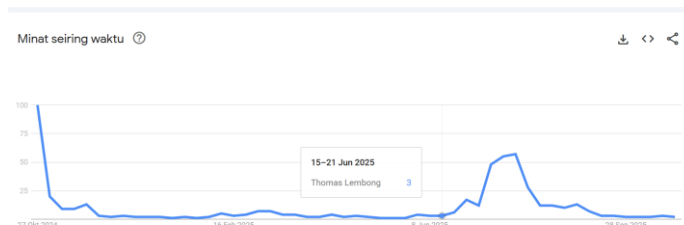
Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang beroperasi 24 jam nonstop dan mulai mengudara pada 25 November 2000. Di bawah Media Group yang dibangun oleh tokoh pers nasional Surya Paloh. Metro TV berkembang sebagai media yang memiliki komitmen besar dalam menyampaikan informasi ke seluruh penjuru Nusantara. Selain berita aktual, Metro TV menayangkan berbagai program edukatif mengenai teknologi, kesehatan, kebudayaan, dan isu sosial lain yang relevan bagi masyarakat.

tvOne adalah jaringan televisi nasional yang berfokus pada penyajian program berita. Stasiun ini awalnya bernama Lativi, yang diluncurkan pada 30 Juli 2002 dan dimiliki oleh Alati Corporation milik pengusaha Abdul Latif. Pada 14 Februari 2008, Lativi resmi berganti nama menjadi tvOne setelah 70% sahamnya diakuisisi oleh Grup Bakrie melalui PT Visi Media Asia Tbk, yang juga merupakan pemilik ANTV. Mayoritas program yang ditayangkan tvOne merupakan berita, disertai beberapa tayangan lain seperti olahraga, program keagamaan, dan infomercial.

Salah satu kasus yang sempat menjadi perhatian besar publik sekaligus sorotan berbagai media, tak terkecuali Metro TV dan tvOne adalah kasus dugaan korupsi impor gula yang melibatkan mantan Menteri Perdagangan, Thomas Trikasih Lembong atau Tom Lembong. Pemberitaan ini menjadi sorotan publik karena menyangkut figur publik yang dikenal kritis terhadap kebijakan pemerintah dan pernah terlibat dalam tim kampanye oposisi pada Pilpres 2024, ditambah penetapan tersangka yang dilakukan hanya dua minggu setelah pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Prabowo-Gibran memunculkan berbagai spekulasi mengenai motif politik di baliknya, terlebih karena kebijakan

impor yang dipermasalahkan terjadi pada era pemerintahan sebelumnya dan sebelumnya tidak pernah dipersoalkan. sehingga menimbulkan perdebatan mengenai motif di balik penetapan tersebut dikarenakan sebagian masyarakat menilai adanya unsur politik yang memengaruhi kasus ini.

Menurut data Google Trends, terdapat lebih dari seribu pemberitaan mengenai Tom Lembong dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Fakta ini menunjukkan bahwa isu terkait Tom Lembong berhasil menarik perhatian publik secara luas dan menjadi sorotan berbagai media, baik media mainstream maupun media alternatif.



Gambar 1 Grafik tren pencarian kata kunci "Tom Lembong" terkait isu kasus korupsi Google Trends periode 01 September 2024 - 01 September 2025 (Sumber: Google Trends (2025))

Pemilihan Metro TV dan TVOne sebagai objek pembandingan berangkat dari posisi keduanya sebagai dua stasiun televisi berita nasional yang memiliki afiliasi politik kuat. Rivalitas keduanya sudah mengakar sejak beberapa pemilu sebelumnya, dan kembali tampak jelas selama Pilpres 2024. Metro TV berada di bawah Media Group milik Surya Paloh, tokoh yang menjadi pengusung utama pasangan Anies–Muhaimin (Fatra & Thiara, 2024). Selama masa kampanye, Metro TV kerap dianggap memberi ruang yang lebih positif bagi kubu oposisi. Dengan posisi Tom Lembong yang menjadi bagian dari tim pemenangan AMIN, Metro TV memiliki potensi untuk membingkai kasus ini sebagai kriminalisasi politik dan menekankan konteks pembalasan kekuasaan.

Sebaliknya, TVOne berada dalam jaringan bisnis Bakrie Group yang memiliki kedekatan historis dengan Partai Golkar, partai yang menjadi bagian dari koalisi pendukung pasangan Prabowo–Gibran pada Pilpres 2024. Keterhubungan politik ini tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga tercermin dalam pemberitaan tvOne sepanjang masa kampanye. tvOne secara konsisten menampilkan pemberitaan yang cenderung mendukung keunggulan dari salah satu pasangan calon yaitu paslon nomor urut 02 Prabowo Gibran. Narasi yang digunakan membantu menunjukkan kelebihan dari paslon nomor urut 02 dibanding paslon lainnya (Siagian, 2024). Dukungan yang cukup tampak secara editorial ini memperkuat asumsi bahwa tvOne memiliki kecenderungan untuk menyajikan sudut pandang yang lebih selaras dengan kepentingan koalisi pemerintah.

Karena Tom Lembong merupakan tokoh publik yang berada di kubu oposisi dan sebelumnya bersikap kritis terhadap pemerintah, framing TVOne sangat mungkin berbeda secara signifikan dari Metro TV. Inilah alasan mengapa penelitian ini penting: untuk mengkaji bagaimana TVOne dan MetroTV

membingkai pemberitaan Tom Lembong dan apakah afiliasi politiknya berdampak pada pembentukan opini publik melalui pemilihan narasi, fokus berita, diksi, serta struktur argumen yang digunakan.

Penelitian tentang analisis framing kasus korupsi Tom Lembong di media massa lebih banyak mengkaji konstruksi pemberitaan pada tahap awal penetapan tersangka (Oktober 2024–Januari 2025) dengan fokus pada media online seperti Kompas.com, Tempo.co, VIVA.co.id, dan Asumsi.co (Nur Kholifah, 2025; Faris Baladraud, 2024; Triwanto et al., 2025). Jika penelitian-penelitian sebelumnya cenderung mengarah pada analisis framing di tahap investigasi dan penetapan tersangka dengan ruang lingkup media online serta periode pemberitaan yang terbatas pada awal kasus (Oktober 2024–Januari 2025), penelitian ini lebih mengarah pada analisis framing Metro TV dan tvOne secara komprehensif dari awal pemberitaan (penetapan tersangka pada akhir Oktober 2024) hingga puncak penyelesaian hukum (pemberian hak abolisi oleh Presiden Prabowo Subianto pada Juli–Agustus 2025), mencakup dinamika proses persidangan, vonis (Juli 2025), perdebatan publik, dan respons politik akhir.

Selain berbeda dari segi ruang lingkup waktu dan tahapan kasus, penelitian ini yang akan penulis lakukan juga berbeda dari segi objek media (televisi nasional Metro TV dan tvOne pada *platform Youtube* Metro TV dan tvOneNews) dengan metode analisis framing Gamson dan Modigliani yang diperluas pada dimensi masing-masing 1 berita awal, 1 berita puncak (saat sidang dan vonis memicu diskusi masyarakat luas), serta 1 berita akhir (pembebasan via abolisi). Penelitian ini penting karena selain belum ada yang mengkaji kasus dugaan korupsi Tom Lembong secara spesifik di Metro TV dan tvOne, penelitian ini juga relevan karena munculnya perbedaan pandangan di masyarakat terkait benar atau tidaknya dugaan korupsi yang menjerat Tom Lembong. Sebagian publik percaya bahwa kasus ini murni persoalan hukum, sementara sebagian lainnya menduga adanya muatan politik atau kepentingan kekuasaan di balik proses hukum tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Metro TV dan tvOne membingkai kasus tersebut.

Penelitian ini akan mengkaji realitas wacana yang dibentuk oleh Metro TV dan tvOne dengan menggunakan analisis framing Gamson dan Modigliani. Model framing ini dipilih karena menawarkan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami bagaimana media membangun makna melalui proses pengemasan isu dalam bentuk *package* tertentu. Gamson dan Modigliani menekankan bahwa setiap pemberitaan tidak hadir secara netral, melainkan dibentuk melalui dua perangkat utama: perangkat pembingkai dan perangkat penalaran. Melalui perangkat pembingkai, peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen seperti metafora, *catchphrases*, *exemplars*, *depictions*, dan *visual images* yang digunakan Metro TV dan tvOne untuk menonjolkan aspek tertentu dari kasus dugaan korupsi Tom Lembong. Sementara itu, *reasoning devices* memungkinkan peneliti melihat bagaimana kedua media membangun hubungan sebab-akibat (*roots*), landasan moral atau prinsip tertentu (*appeal to*

principle), serta konsekuensi yang ditonjolkan (*consequences*) dalam narasi mereka.

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti menganggap perlu melakukan penelitian lebih mendalam dan mengkaji lebih jauh mengenai pemberitaan tersebut ke dalam bentuk skripsi dengan judul: **Framing Berita Dugaan Korupsi Tom Lembong di Metro TV dan tvOne.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Metro TV dan tvOne membingkai kasus dugaan korupsi Tom Lembong?
2. Bagaimana perbandingan pembedaan Metro TV dan tvOne terhadap berita Kasus Dugaan Korupsi Tom Lembong?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pembedaan Metro TV dan tvOne dalam pemberitaan kasus dugaan korupsi Tom Lembong berdasarkan model framing Gamson dan Modigliani melalui *framing devices* dan *reasoning devices*.
2. Untuk membandingkan pembedaan Metro TV dan tvOne dalam pemberitaan kasus dugaan korupsi Tom Lembong

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam bidang analisis framing media dan komunikasi politik. Melalui kajian ini, penulis berharap dapat memperluas pemahaman mengenai cara media membingkai isu-isu hukum dan politik, serta menelusuri bagaimana proses pembedaan tersebut dapat memengaruhi cara masyarakat menafsirkan suatu peristiwa dalam hal ini, dugaan kasus korupsi yang melibatkan Tom Lembong.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas bagi praktisi media dalam menyajikan berita secara berimbang, objektif, dan etis, terutama ketika memberitakan isu-isu yang melibatkan kasus hukum maupun tokoh publik. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi jurnalis dan pengelola media televisi untuk menilai bagaimana pemilihan narasi, sudut pandang, serta penekanan isu tertentu dapat memengaruhi persepsi khalayak. Bagi masyarakat dan kalangan akademisi, penelitian ini juga memiliki nilai penting sebagai referensi dalam memahami bagaimana media membentuk realitas sosial dan opini publik melalui proses framing atau pembedaan berita.

E. Kerangka Konseptual

1. Jurnalisme Televisi

Sumaditirja (2014:3) mengemukakan bahwa secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik secara tulisan, gambar, suara, maupun gambar dan suara serta disebarkan melalui media massa. Praktik jurnalisme merupakan keseluruhan proses yang terjadi pada industri media mulai dari rapat untuk menentukan tema

informasi sampai dengan penayangan agar bisa disaksikan oleh khalayak luas (Hartono, 2012, hal. 3). Jurnalistik selalu dikaitkan dengan media.

Umumnya, tayangan televisi dikelompokkan menjadi dua macam, yakni program hiburan dan program non-drama. Dalam kategori non-drama, termasuk di dalamnya adalah program informasi atau berita. Program non-drama sangat bergantung pada unsur aktualitas dan faktualitas, sehingga isi yang disajikan tidak boleh mengandung informasi fiktif. Dalam proses produksinya, program ini mengikuti prinsip-prinsip dasar jurnalistik. Tujuan utamanya adalah memberikan pengetahuan serta memperluas wawasan penonton. Jenis program ini umumnya disajikan dalam dua bentuk, yaitu *hard news* dan *soft news* (Emeraldien et al., 2022).

Hard news secara umum dipahami sebagai berita yang penting sekaligus menarik, dan harus disiarkan secepat mungkin karena sangat bergantung pada ketepatan waktu karena dapat dengan mudah kehilangan relevansi. Jenis *hard news* biasanya terbagi ke dalam *straight news*, liputan langsung di lokasi (*on the spot reporting*), serta wawancara yang ditayangkan secara langsung (*interview on air*). Sementara itu, *soft news* mencakup berbagai informasi yang juga penting dan menarik, tetapi disajikan dengan pendekatan yang lebih mendalam sehingga tidak harus segera ditayangkan. Konten yang termasuk dalam *soft news* umumnya meliputi *current affairs*, program majalah berita, *feature*, serta dokumenter (Latief, 2015).

Jurnalisme televisi merupakan kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengelola, menyajikan, dan menyebarluaskan informasi atau berita melalui medium televisi (Emeraldien, et al., 2022). Badjuri dalam buku Jurnalistik Telvisi (2010 : 38-39) mengemukakan bahwa televisi memiliki karakteristik yaitu mengutamakan gambar dan kecepatan, serta bersiat searah dan sekilas. Jurnalisme televisi sangat berbeda dari bentuk jurnalisme lainnya karena masyarakat dapat menerima informasi secara visual dan audio secara bersamaan. Dari sudut pandang jurnalis, salah satu kekhasan jurnalisme televisi terletak pada kebutuhan tidak hanya keterampilan menulis berita, tetapi juga kualitas suara penyiar yang harus nyaman didengar. Seorang jurnalis televisi dituntut untuk mampu merekam gambar atau video suatu peristiwa, kemudian menyusun naskah, dan menyajikannya kepada publik melalui siaran.

Stamper dan Brants (2011) menjelaskan bahwa jurnalisme televisi merupakan sebuah budaya profesional yang dibentuk oleh nilai, praktik kerja, serta hubungan antara jurnalis dan politisi. Ia bukan sekadar proses penyampaian berita melalui layar televisi, tetapi sebuah sistem yang dipengaruhi faktor sosial, politik, ekonomi, dan teknologi. Hanitzsch (2007) menegaskan bahwa budaya ini mencakup gagasan dan praktik yang digunakan jurnalis untuk menegaskan peran mereka di masyarakat, termasuk bagaimana mereka memahami identitas profesional dan fungsi sosial jurnalisme. Dalam televisi, hal ini tercermin melalui proses produksi yang menuntut kecepatan, ketepatan, serta penggunaan visual yang kuat.

Tekanan medium televisi, persaingan antarredaksi, dan perkembangan teknologi membuat jurnalisme televisi cenderung menyederhanakan pesan

politik demi menarik perhatian publik. Akibatnya, pemberitaan sering bergeser dari substansi kebijakan menuju aspek dramatis atau personal. Di sisi lain, hubungan jurnalis dan politisi bersifat saling membutuhkan namun penuh ketegangan. Politisi bergantung pada media untuk membangun legitimasi, sementara jurnalis membutuhkan informasi dari politisi. Tradisi ini berbeda di setiap negara: Inggris cenderung bersifat kritis dan konfrontatif, sedangkan Belanda lebih kooperatif meski turut berubah karena modernisasi media.

2. Berita

Menurut Wahyudi (Harahap, 2007 : 4), berita adalah sajian informasi mengenai suatu kejadian atau opini yang memiliki signifikansi dan daya tarik bagi sebagian publik, bersifat terbaru, serta dipublikasikan secara luas melalui media massa yang terbit secara periodik. Dennis (2008) mengemukakan bahwa berita merupakan rangkaian fakta, gagasan, atau pendapat yang bersifat aktual, menarik, serta akurat, dan dinilai penting oleh sebagian besar pembaca, pendengar, maupun pemirsa. Maka dari itu, meskipun sebuah informasi mengandung fakta, apabila tidak dianggap penting, baru, dan menarik oleh khalayak, maka informasi tersebut belum layak dijadikan berita. Berita menuntut teknik penulisan seperti 5W+1H. Berita jurnalistik dibuat oleh jurnalis melalui proses peliputan, menulis, yang kemudian diedit oleh redaksi. Fungsi berita adalah sebagai alat kontrol sosial, memberikan informasi, mendidik, mengarahkan, meyakinkan, serta membantu masyarakat dalam memahami dan menanggapi suatu peristiwa.

Menurut Charnley & Neal dalam (Sumadira, 2005), berita merupakan sajian informasi mengenai suatu peristiwa, pendapat, kecenderungan, situasi, atau kondisi tertentu yang dinilai penting, memiliki daya tarik, bersifat aktual, serta perlu segera disampaikan kepada publik. Dalam kaidah jurnalistik, berita merupakan laporan aktual mengenai suatu peristiwa, pandangan, atau isu yang dianggap menarik dan menjadi perhatian masyarakat (Kriyantono, 2008). Berita merupakan hasil konstruksi media, sehingga setiap informasi yang disajikan merupakan produk yang telah melalui proses pengolahan, bukan gambaran langsung dari suatu kejadian. Pada prinsipnya, berita tercipta melalui tahapan tertentu yang dilakukan oleh jurnalis atau pembuat berita. Sebuah peristiwa yang kompleks dapat diringkas oleh jurnalis dengan menetapkan makna tertentu yang ingin disampaikan kepada publik. Dengan demikian, berita pada akhirnya merupakan hasil dari proses pemaknaan terhadap sebuah peristiwa (Lugastiro, 2024).

Kriteria umum nilai berita (*news value*) berfungsi sebagai pedoman bagi jurnalis dan editor dalam menentukan fakta yang layak diberitakan serta memilih informasi yang paling relevan. Melalui kriteria ini, jurnalis dapat dengan mudah mengidentifikasi peristiwa yang perlu diliput dan disampaikan kepada publik, serta memilah mana peristiwa yang tidak perlu diangkat sebagai berita (Rani, 2013). Kriteria umum nilai berita antara lain, keluarmiasaaan (*unusualness*), kebaruan (*impact*), akibat (*impact*), kedekatan (*proximity*), informasi

(*information*), konflik (*conflict*), orang penting (*prominence*), kejutan (*surprising*), ketertarikan manusia (*human interest*), dan seks (*sex*) (Iswara, 2002).

Dalam praktiknya, berita dikonstruksi melalui berbagai format penyajian, dan salah satu bentuk yang paling dasar sekaligus paling dominan adalah *hard news*. Hard news adalah informasi yang bersifat sangat penting yang perlu diketahui publik, mencakup peristiwa atau kejadian yang berdampak pada kehidupan sehari-hari dan keputusan yang ditetapkan oleh para pembuat kebijakan (Kovach et al., 2014). Selain itu, menurut Effendi et al. (2023), Hard news merupakan berita yang bersifat penting dan harus segera disampaikan kepada publik. Jenis berita ini tidak dapat ditunda karena nilai aktualitasnya cepat menurun. Hard news juga sering disebut sebagai breaking news, spot news, atau straight news. Jenis berita ini kerap dimaknai sebagai berita yang memiliki tingkat kepentingan tinggi bagi pembaca, pendengar, maupun pemirsa, karena umumnya memuat peristiwa aktual yang baru saja terjadi atau akan segera berlangsung.

Wulandari et al. (2023) memaparkan karakteristik hard news, diantaranya:

1. Berita yang disampaikan terjadi pada saat itu juga
2. Berita yang disampaikan krusial dan penting
3. Kejadian yang dilaporkan dalam berita terjadi di sekitar pembaca
4. Berita yang dilaporkan biasanya menyangkut tokoh penting di masyarakat
5. Kejadian yang dilaporkan biasanya adalah kejadian luar biasa
6. Jenis berita hard news sering digunakan dalam jurnalisme data dan jurnalisme investigasi yang melaporkan berbagai berita-berita penting.

3. Agenda Media

Dalam konteks teori komunikasi massa, peran media dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu isu berkaitan erat dengan konsep agenda setting. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972 melalui penelitian mereka yang berjudul "*The Agenda-Setting Function of Mass Media*" (McCombs & Shaw, 1972). Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik melalui penonjolan (*salience*) topik tertentu dalam pemberitaan. Artinya, semakin sering dan dominan sebuah isu muncul di media, semakin besar pula kemungkinan isu tersebut dianggap penting oleh masyarakat.

Menurut Rogers dan Dearing (1998), teori agenda setting merupakan sebuah proses linear dengan tiga tahapan utama: agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Tahap pertama, *agenda media*, adalah proses ketika media massa menentukan isu-isu mana yang dianggap penting untuk diberitakan. Isu-isu yang diprioritaskan oleh media kemudian memengaruhi pola pikir dan perhatian masyarakat, sehingga membentuk *agenda publik*. Selanjutnya, *agenda publik* yang berkembang di tengah masyarakat akan berinteraksi dengan pandangan serta prioritas para pembuat kebijakan,

menghasilkan *agenda kebijakan* yang mencerminkan isu-isu yang dianggap penting baik oleh publik maupun pemerintah.

Media massa memiliki keleluasaan untuk memuat atau tidak memuat suatu peristiwa, yang tidak terlepas dari ideologi media itu sendiri. Selain menyampaikan informasi, media juga menunjukkan seberapa penting suatu topik melalui berbagai bentuk penekanan. Pada surat kabar, hal ini terlihat dari penempatan berita di halaman depan, penggunaan judul besar, dan posisi sebagai berita utama. Sementara itu, pada televisi ditunjukkan melalui urutan berita, durasi liputan, dan penempatan sebagai berita pembuka. Penekanan yang disajikan secara berulang ini membuat publik memandang isu-isu tertentu sebagai hal yang penting dan menjadi dasar dalam pembentukan opini publik (McCombs, 1997).

Agenda media yang sampai kepada publik merupakan hasil dari ribuan keputusan harian yang diambil oleh para jurnalis dan penyelia mereka mengenai berita terkini. Cara media massa yang memberikan penekanan tanpa disadari dapat memengaruhi kognisi khalayak terhadap suatu peristiwa (McCombs, 1997). Hal ini sesuai dengan pandangan konstruktivisme bahwa berita bukanlah realitas yang sebenarnya, melainkan informasi yang telah dikonstruksikan sedemikian rupa oleh media massa sebelum didistribusikan kepada khalayak (Bungin, 2015). McCombs (2015) mengemukakan bahwa secara abstrak, agenda media terdiri dari objek dan atribut. Objek adalah yang menjadi fokus perhatian dan atribut adalah karakteristik atau aspek-aspek tertentu yang menggambarkan objek tersebut. Media tidak hanya menentukan objek apa yang dipikirkan publik, melainkan juga atribut mana yang ditekankan dalam pikiran publik mengenai objek tersebut.

Meski demikian, McCombs (2015) mengemukakan bahwa pengaruh media tetap dibatasi oleh persepsi relevansi dan kebutuhan orientasi publik, yang ditentukan oleh dua faktor, yaitu relevansi topik bagi seseorang dan tingkat ketidakpastian (kurangnya pengetahuan) tentang topik tersebut. Ketika relevansi suatu isu bagi individu tergolong rendah, maka kebutuhan orientasi juga rendah sehingga pengaruh media terhadap individu tersebut menjadi lemah. Sebaliknya, apabila relevansi isu tinggi tetapi tingkat ketidakpastian atau kurangnya pengetahuan rendah, maka kebutuhan orientasi berada pada tingkat sedang dan pengaruh media pun bersifat sedang. Sementara itu, ketika relevansi isu tinggi dan disertai dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi, kebutuhan orientasi individu meningkat secara signifikan sehingga pengaruh media menjadi kuat.

Pengaruh media terlihat dari bagaimana publik menanggapi, membicarakan, dan memberikan umpan balik terhadap pemberitaan tertentu, yang pada akhirnya memperkuat peran media dalam mengarahkan fokus dan membentuk persepsi masyarakat terhadap hal-hal yang dianggap penting. Ghanem mengidentifikasi empat dimensi utama agenda media, yaitu topik artikel berita yang dimasukkan ke dalam bingkai, penyajian yang mencakup ukuran dan penempatan berita, atribut kognitif berupa detail-detail yang disertakan, serta atribut afektif yang berkaitan dengan suasana atau nuansa

gambar (Tamburaka, 2012:65). Rasyid et al. (2025) mengemukakan ada tahapan agenda media, terdapat tiga elemen, yakni *visibility* (tingkat menonjolnya isu), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), dan *valence* (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa). Meski demikian, kemampuan media massa dalam menonjolkan suatu isu tidak terlepas dari tanggung jawab etis dalam proses tersebut dikarenakan label yang diberikan jurnalis pada suatu peristiwa atau informasi tertentu bisa berdampak signifikan terhadap perhatian dan persepsi publik pada isu-isu yang berkaitan dengan peristiwa tersebut (Severin & Tankard, dalam Tamburaka, 2012).

Menurut Littlejohn dan Foss (2014), terdapat dua tingkatan dalam penyusunan agenda media. Pada tingkatan pertama, media massa menentukan isu-isu umum dari berbagai peristiwa yang terjadi. Penentuan isu umum ini dilakukan melalui proses pertimbangan panjang di tingkat redaksi berdasarkan pengalaman dan pola kerja yang telah terbentuk, sehingga dari banyaknya peristiwa yang terjadi, media memilih satu isu yang dianggap layak untuk diangkat. Pada tingkatan berikutnya, media menentukan bagian-bagian kecil dari isu umum tersebut yang akan disajikan sebagai berita pilihan dari hari ke hari. Isu umum yang bersifat kompleks harus dipilah ke dalam bagian-bagian yang lebih spesifik agar mudah dipahami oleh khalayak. Proses ini melibatkan banyak wartawan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai peristiwa.

4. Framing

Berangkat dari paradigma konstruksivisme yang memandang bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang bersifat alami atau objektif, melainkan hasil dari konstruksi manusia melalui proses pemaknaan. Dalam hal ini, media massa bukan hanya saluran pesan yang memotret peristiwa apa adanya, tetapi juga menjadi subjek yang mengonstruksi realitas, dengan aktif membentuk, mengemas, dan menyajikan realitas kepada khalayak (Rubawati, 2018). Salah satu cara utama media mengonstruksi realitas adalah melalui seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dari suatu peristiwa, yang secara teknis disebut framing.

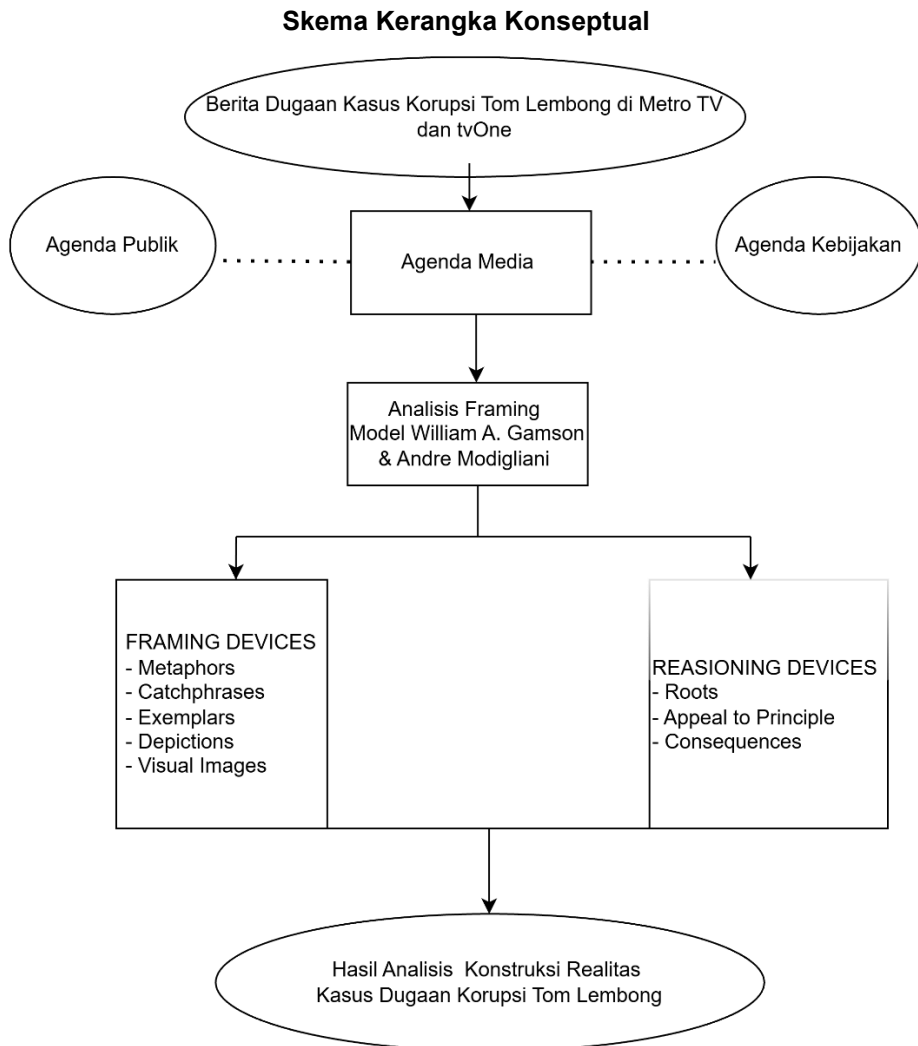
Konsep framing merupakan salah satu teori dalam kajian komunikasi massa yang berfokus pada bagaimana media membentuk realitas melalui cara mereka menyajikan informasi. Teori framing menyoroti *bagaimana* isu tersebut dibingkai atau dikonstruksi oleh media. Entman (1993) menegaskan bahwa framing sangat berpengaruh dalam politik. Politisi, pejabat, dan jurnalis sering "berlomba" menentukan frame mana yang mendominasi pemberitaan, karena siapa yang berhasil menentukan bingkai berita, merekalah yang akan menguasai opini publik. Menurutnya framing adalah proses memilih beberapa aspek dari realitas yang dilihat atau dirasakan lalu membuat aspek-aspek itu lebih menonjol (salient) dalam teks komunikasi (seperti berita, pidato, iklan, atau pesan lainnya). Tujuannya adalah agar audiens memahami suatu isu dengan cara mendefinisikan masalah, menjelaskan penyebab, memberikan penilaian moral, dan solusi.

Entman menekankan bahwa framing bukan hanya soal apa yang disertakan, tetapi juga apa yang dihilangkan atau dikecilkan. Dengan begitu, frame secara efektif mengarahkan perhatian audiens ke sudut pandang tertentu sambil mengaburkan sudut pandang lain. Dalam praktik jurnalistik, wartawan atau redaksi media memilih bagian mana dari peristiwa yang akan ditampilkan, bagaimana urutan narasinya, siapa yang dijadikan sumber utama, dan kata-kata apa yang digunakan untuk menggambarkan peristiwa tersebut (Boer et al., 2020). Semua pilihan itu mencerminkan sudut pandang, nilai, atau kepentingan tertentu yang secara tidak langsung membentuk makna bagi khalayak. Framing adalah cara media *mengemas realitas* agar dipahami dalam konteks tertentu sesuai dengan konstruksi yang ingin dibangun.

Gamson dan Modigliani (1989) meneliti bagaimana wacana media membentuk opini publik tentang energi nuklir di Amerika Serikat sejak 1945 hingga pertengahan 1980-an, dan menunjukkan bahwa opini publik mengenai isu teknis dan politik seperti energi nuklir di Amerika Serikat sangat dipengaruhi oleh narasi media yang berubah seiring peristiwa dan konteks sosial. Dikarenakan pengalaman langsung masyarakat terhadap teknologi nuklir sangat terbatas, persepsi dan sikap publik sangat bergantung pada cara media memilih cerita, bahasa, gambar, serta simbol yang digunakan dalam pemberitaan. Dengan pendekatan konstruksionis, mereka mengembangkan konsep *interpretive package* (paket interaksi), yaitu kumpulan elemen yang terorganisir di sekitar satu ide sentral (*frame*) dan didukung oleh perangkat simbolik seperti metafora, contoh historis, slogan, penggambaran karakter, dan visual.

Dengan analisis longitudinal, mereka menemukan pergeseran frame dari narasi "kemajuan teknologi" menuju frame risiko dan bahaya setelah peristiwa seperti Three Mile Island accident dan Chernobyl disaster. Meski demikian, mereka menegaskan bahwa framing bukanlah proses satu arah, karena masyarakat tidak sepenuhnya pasif, melainkan secara selektif menerima dan menafsirkan narasi yang selaras dengan pengalaman pribadi, nilai, serta diskusi sosial sehari-hari. Akibatnya, opini publik tentang nuklir merupakan hasil interaksi antara framing media, pengalaman individu, dan lingkungan sosial. Untuk memahami perubahan sikap publik terhadap nuklir dari waktu ke waktu, penting untuk menganalisis narasi media yang dominan pada periode tersebut. Framing dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan makna bersama atas isu publik.

Mereka berpendapat bahwa framing adalah proses ketika media membangun paket interpretasi yang berisi satu frame utama sebagai pengorganisir makna, disertai simbol-simbol pendukung seperti metafora, contoh, slogan, penggambaran, dan gambar. Paket-paket ini saling bersaing dalam wacana media dan diproses secara aktif oleh publik dalam membentuk opini. Frame merujuk pada cara media menyusun dan menyajikan peristiwa sehingga menghasilkan makna tertentu. Wacana berita terdiri atas sejumlah *package* atau kemasan makna yang membangun konstruksi realitas, yang dibentuk melalui dua perangkat utama dalam proses pemingkiaan.



Gambar 2 Skema Kerangka Konseptual

F. Batasan Konseptual

1. Metro TV Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang beroperasi 24 jam nonstop dan mulai mengudara pada 25 November 2000. Di bawah Media Group yang dibangun oleh tokoh pers nasional Surya Paloh. Metro TV berkembang sebagai media yang memiliki komitmen besar dalam menyampaikan informasi ke seluruh penjuru Nusantara. Selain berita aktual, Metro TV menayangkan berbagai program edukatif mengenai teknologi, kesehatan, kebudayaan, dan isu sosial lain yang relevan bagi masyarakat.
2. tvOne adalah jaringan televisi nasional yang berfokus pada penyajian program berita. Stasiun ini awalnya bernama Lativi, yang diluncurkan pada 30 Juli 2002 dan dimiliki oleh Alatiel Corporation milik pengusaha Abdul Latif. Pada 14 Februari 2008, Lativi resmi berganti nama menjadi tvOne setelah

70% sahamnya diakuisisi oleh Grup Bakrie melalui PT Visi Media Asia Tbk, yang juga merupakan pemilik ANTV. Mayoritas program yang ditayangkan tvOne merupakan berita, disertai beberapa tayangan lain seperti olahraga, program keagamaan, dan infomercial.

3. Berita adalah laporan aktual yang berisi fakta, pendapat, atau peristiwa penting yang dianggap menarik bagi publik, disusun melalui proses jurnalistik, mulai dari peliputan hingga pengolahan redaksional, untuk memberikan informasi, pemahaman, dan makna terhadap suatu kejadian.
4. Agenda media adalah proses ketika media massa menentukan isu apa yang penting untuk diberitakan dan seberapa besar penekanan yang diberikan pada isu tersebut. Melalui seleksi, penonjolan, dan pengulangan informasi, media membentuk persepsi publik tentang hal yang dianggap penting. Pilihan isu biasanya dipengaruhi oleh nilai berita, kebijakan redaksi, serta kepentingan sosial dan politik.
5. Gamson dan Modigliani (1989), framing adalah proses ketika media membangun paket interpretasi yang berisi satu frame utama sebagai pengorganisir makna, disertai simbol-simbol pendukung seperti metafora, contoh, slogan, penggambaran, dan gambar. Mereka menilai bahwa wacana media, khususnya berita, tersusun atas sejumlah "package" atau kemasan makna yang digunakan untuk membangun konstruksi atas suatu peristiwa.

G. Metode Penelitian

1. **Objek dan Waktu Penelitian**
Objek penelitian ini adalah pemberitaan mengenai dugaan kasus korupsi yang menjerat Tom Lembong sebagai menteri perdagangan Indonesia tahun 2015 hingga 2016 pada media Metro TV dan tvOne. Penelitian ini berlangsung selama empat bulan, dimulai dari bulan Desember 2025 hingga Juni 2026.
2. **Tipe Penelitian**
Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata, kalimat, atau paragraf pada berita kasus korupsi Tom Lembong di Metro TV dan tvOne.
3. **Jenis dan Sumber Data**
Dalam penelitian ini diperoleh data primer dan sekunder, sebagai berikut:
 - a. **Data Primer**
Data utama berupa berita mengenai kasus dugaan korupsi impor gula yang melibatkan Tom Lembong dikumpulkan dari kanal *You Tube* resmi Metro TV dan tvOneNews.
 - b. **Data Sekunder**
Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari buku, dan jurnal ilmiah.
4. **Teknik Pengumpulan Data**
Dalam mengumpulkan data, penelitian ini berorientasi pada kebutuhan analisis, dengan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Penelitian ini diawali dengan menghimpun data berita yang akan menjadi subjek penelitian ini. Observasi secara umum adalah kegiatan pengamatan pada sebuah objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar terkait dengan objek tersebut. Pengujian yang diteliti dan diamati bertujuan untuk mengumpulkan data atau penilaian.

Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati pemberitaan mengenai berita tentang kasus korupsi yang menjerat Tom Lembong pada media Metro TV dan tvOne melalui akun *YouTube* resminya, Metro TV dan tvOneNews menurut timeline kasus dugaan korupsi Tom Lembong dari awal penetapan tersangka hingga diberi abolisi oleh Presiden Prabowo Subianto. Sampel berita dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan keterwakilan peristiwa dan isu pada setiap fase perkembangan kasus. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model framing Gamson dan Modigliani. Berikut adalah timeline ringkas kasus Tom Lembong.

Tabel 1. Timeline Ringkas Kasus Tom Lembong (Sumber: mediajrn.com)

Tanggal	Peristiwa
8-29 Oktober 2024	Pemeriksaan sebagai saksi oleh Kejagung, lalu ditetapkan menjadi tersangka
29 Oktober 2024	Ditahan di Rutan Salemba, tanpa pendampingan hukum saat penetapan
5 November 2024	Pengajuan gugatan praperadilan ke PN Jakarta Selatan
21-26 November 2024	Sidang praperadilan; gugatan ditolak oleh hakim
6 Maret 2025	Sidang perdana di Pengadilan Tipikor Jakarta dimulai
4 Juli 2025	Jaksa menuntut 7 tahun penjara dan denda Rp750 juta
9 Juli 2025	Pleidoi pembelaan: Tom klaim tidak ada <i>mens rea</i>
18 Juli 2025	Vonis: 4 tahun 6 bulan penjara dan denda tetap Rp750 juta
30 Juli 2025	Pengajuan banding ke Pengadilan Tinggi DKI
31 Juli 2025	DPR menyetujui abolisi melalui surat Presiden

1 Agustus 2025	Presiden menerbitkan Keppres Abolisi; proses hukum dihentikan dan Tom Lembong dinyatakan bebas dan keluar dari proses hukum.
----------------	--

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu adalah proses mencari data yang dapat berupa catatan, trnskrip, buku, majalah, serat kabar, dan sebagainya, dengan tujuan untuk memudahkan memperoleh data tertulis tentang berita-berita kasus korupsi yang menjerat Tom Lembong dan analisis framingnya. Peneliti akan mengumpulkan data atas objek terkait penelitian yang akan diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis framing Gamson & Modigliani dengan menganalisis elemen-elemen yang terdapat dalam sebuah berita. Data tersebut berupa dua jenis perangkat utama yang membangun proses pembingkai, yaitu *framing devices* (perangkat pembingkai) dan *reasoning devices* (perangkat penalaran). Perangkat pembingkai adalah unsur yang berkaitan langsung dengan ide pokok atau bingkai utama, sementara perangkat penalaran adalah perangkat yang menjelaskan hubungan makna dalam teks.

Analisis framing model William A. Gamson dan Andre Modigliani digunakan untuk melihat bagaimana media mengemas dan membingkai informasi dan membentuk makna dari peristiwa tertentu melalui narasi yang disajikan. Media tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga membentuk persepsi publik melalui pemilihan cerita, gambar, dan bahasa yang digunakan.

Tabel 2. Framing Model Gamson & Modigliani (Sumber: Buku Analisis Framing, Eriyanto, 2002)

FRAMING DEVICES (Perangkat Pembingkai)	REASONING DEVICES (Perangkat Penalaran)
<i>Methaphors</i> Perumpamaan atau pengandaian	<i>Roots</i> Analisis kausal atau sebab akibat
<i>Catchphrase</i> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu berita. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	<i>Appeal to principle</i> Premis dasar, klaim-klaim normal
<i>Exemplars</i> Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bias berita, perbandingan) yang memperjelas bingkai	<i>Consequences</i> Efek atau konsekuensi yang di dapat dari bingkai

Depiction Penggambaran suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction umumnya berupa kosakata, leksikon untuk membeli sesuatu.	
Visual Image Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara	

Pertama, perangkat framing, yaitu unsur-unsur yang berhubungan langsung dengan ide pokok atau bingkai utama yang ingin ditegaskan dalam teks berita. Perangkat ini tampak melalui penggunaan metafora (pengandaian atau perumpamaan), *catchphrases* (ungkapan atau jargon yang menarik perhatian dan mudah diingat), *exemplars* (contoh atau ilustrasi yang digunakan untuk memperjelas bingkai), *depictions* (penggambaran yang bersifat konotatif melalui pilihan kata atau label tertentu), serta *visual images* (gambar, ilustrasi, atau grafik yang memperkuat bingkai berita).

Kedua, perangkat penalaran, yaitu elemen-elemen yang menunjukkan hubungan logis dan alur pemikiran dalam teks. Perangkat ini meliputi *roots* (penjelasan mengenai sebab-akibat suatu peristiwa), *appeal to principle* (rujukan pada nilai dasar atau prinsip moral tertentu), dan *consequences* (penjelasan mengenai dampak atau akibat dari bingkai yang dibentuk).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Paradigma Konstruktivisme dalam Kajian Media

Dalam perspektif konstruktivisme, media massa tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang membentuk realitas melalui proses konstruksi, termasuk dalam menghadirkan sudut pandang, kecenderungan, dan keberpihakan tertentu (Rubawati, 2018). Media memiliki kemampuan untuk merepresentasikan realitas, tetapi representasi tersebut tidak selalu menampilkan keseluruhan fenomena secara utuh. Realitas yang disajikan merupakan hasil seleksi dan pengolahan media, sehingga memengaruhi cara khalayak memahami suatu peristiwa. Dalam proses ini, media berperan sebagai *gatekeeper* yang menentukan informasi apa yang dianggap penting untuk dipublikasikan dan informasi apa yang dikesampingkan. Oleh karena itu, sudut pandang, arah pemberitaan, dan framing yang ditampilkan merupakan hasil keputusan para profesional media dalam mengonstruksi realitas. Konsekuensinya, informasi yang diterima khalayak telah melalui proses penyaringan, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan seluruh realitas yang ada.

Dalam perspektif ontologis konstruktivisme, realitas dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi antarmanusia. Oleh karena itu, kebenaran dalam kehidupan sosial tidak bersifat mutlak, melainkan relatif dan dipengaruhi oleh konteks yang melatarbelakangi perilaku masyarakat. Konstruksi sosial memandang bahwa nilai, ideologi, dan berbagai institusi dalam masyarakat merupakan produk yang diciptakan serta dikembangkan oleh manusia. Pendekatan ini menekankan pentingnya budaya sebagai faktor yang membentuk kerangka pengalaman sekaligus memengaruhi proses pemberian makna terhadap realitas (Ngangi, 2011).

Berger & Luckmann (1991) berpendapat bahwa realitas dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang dibentuk oleh individu. Karena itu, kebenaran realitas sosial bersifat relatif, bergantung pada konteks tertentu yang dianggap relevan dalam praktik sosial. Realitas sosial tidak dapat berdiri tanpa keterlibatan individu, baik sebagai bagian dari maupun di luar realitas tersebut. Realitas memperoleh makna ketika individu secara subjektif menafsirkan dan membangunnya, sehingga kemudian diakui sebagai sesuatu yang tampak objektif. Melalui proses ini, individu membentuk sekaligus membangun kembali realitas sosial berdasarkan subjektivitas individu lain dalam kerangka institusi sosialnya. Proses pembentukan realitas tersebut terjadi melalui siklus dialektika yang terdiri dari tiga momen simultan. *Pertama* eksternalisasi merupakan proses penyesuaian individu dengan dunia sosiokultural yang merupakan hasil ciptaan manusia. *Kedua*, objektivasi merujuk pada terjadinya interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang telah dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. *Ketiga*, internalisasi adalah proses ketika individu mengaitkan dan mengidentifikasi dirinya dengan lembaga atau organisasi sosial tempat ia menjadi bagian.

Adapun kekurangan atau kelemahan dari teori konstruksi sosial realitas oleh Berger dan Luckmann (1991) yang dikoreksi oleh Bungin (2015), yaitu dikarenakan kondisi zaman sudah berubah terutama dengan hadirnya media massa yang kuat dalam memengaruhi hubungan sosial antarindividu dan kelompok, sehingga realitas tidak lagi terbentuk secara lambat melalui interaksi langsung, tetapi bisa terbentuk dengan cepat melalui arus informasi media yang menyebar luas dan merata. Sifat serta keunggulan media massa telah melengkapi kelemahan dalam proses konstruksi sosial atas realitas yang sebelumnya berjalan relatif lambat. Inti dari teori konstruksi sosial media massa terletak pada peredaran informasi yang berlangsung cepat dan menjangkau khalayak luas. Kondisi ini membuat proses konstruksi sosial terjadi dalam waktu singkat dan tersebar secara merata, dengan memanfaatkan seluruh potensi serta efek yang dimiliki media massa.

Menurut Bungin (2015), proses terbentuknya konstruksi sosial media massa berlangsung melalui beberapa tahapan, di antaranya:

1. Menyiapkan Materi Konstruksi

Tim redaksi berperan menyiapkan materi pemberitaan yang umumnya menjadi tanggung jawab desk editor pada masing-masing media. Pada tahap ini, terdapat tiga aspek penting yang memengaruhi penyusunan materi. *Pertama*, adanya kecenderungan media berpihak pada kepentingan kapital, sehingga media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperoleh keuntungan ekonomi dan memperbesar akumulasi modal. *Kedua*, media sering menampilkan keberpihakan yang bersifat simbolis kepada masyarakat melalui pemberitaan yang memperlihatkan simpati, empati, dan kepedulian terhadap kepentingan publik. Namun, di balik hal tersebut, orientasi utamanya kerap diarahkan pada kepentingan komersial, seperti meningkatkan jumlah audiens, penjualan berita, maupun perolehan rating. *Ketiga*, media pada dasarnya memiliki visi untuk mengutamakan kepentingan umum. Akan tetapi, dalam praktiknya, komitmen tersebut tidak selalu tercermin secara nyata dalam isi pemberitaan, meskipun masih sering dinyatakan melalui slogan atau pernyataan yang menegaskan keberpihakan kepada publik.

2. Sebaran Konstruksi

Penyebaran konstruksi sosial oleh media massa didasarkan pada prinsip bahwa informasi perlu disampaikan kepada masyarakat secara cepat sekaligus tetap menjaga ketepatan isinya, sesuai dengan agenda pemberitaan yang telah ditentukan oleh media. Melalui proses tersebut, isu-isu yang memperoleh perhatian besar dari media pada akhirnya cenderung dipandang penting oleh khalayak.

3. Pembentukan konstruksi Realitas

- a) Tahap pembentukan Konstruksi Realitas

Setelah informasi yang dikonstruksi media tersebar dan diterima oleh masyarakat, proses berikutnya adalah terbentuknya konstruksi sosial di lingkungan publik. Tahap ini berlangsung melalui tiga proses, yaitu munculnya realitas yang dianggap benar oleh masyarakat,

berkembangnya penerimaan terhadap konstruksi yang disajikan media massa, serta terbentuknya kecenderungan masyarakat untuk menjadikan konstruksi tersebut sebagai dasar dalam memilih dan mengonsumsi informasi.

b) Pembentukan Konstruksi Citra

Salah satu tujuan utama dalam proses konstruksi media adalah membentuk citra terhadap objek yang diberitakan. Citra tersebut dapat diwujudkan melalui dua model utama. *Pertama*, model *good news*, yaitu pemberitaan yang membangun persepsi positif terhadap objek. *Kedua*, model *bad news*, yaitu pemberitaan yang lebih menekankan aspek-aspek negatif sehingga menghasilkan citra yang kurang baik di mata publik.

c) Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi merupakan fase ketika media massa memberikan kesempatan kepada audiens untuk menyampaikan tanggapan, argumentasi, maupun bentuk pertanggungjawaban atas keterlibatan mereka dalam proses pembentukan konstruksi sosial. Bagi media, konfirmasi menjadi cara untuk menjelaskan alasan dan dasar yang melandasi penyusunan suatu konstruksi. Di sisi lain, bagi khalayak, tahap ini menjadi ruang untuk menunjukkan alasan mereka menerima, memahami, atau ikut terlibat dalam konstruksi yang disampaikan media.

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memperoleh informasi dari berbagai jenis media. Menurut McLuhan (1964), media merupakan perpanjangan dari kemampuan manusia dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Pandangan tersebut kemudian diperjelas oleh Rubana (2018) yang menyatakan bahwa setiap media memperluas fungsi indera manusia, seperti surat kabar yang memperkuat kemampuan melihat, radio yang memperluas kemampuan mendengar, serta televisi yang menggabungkan fungsi penglihatan dan pendengaran. Kondisi tersebut menjadikan media semakin melekat dalam kehidupan sosial, sehingga keberadaannya kini sulit dipisahkan dari aktivitas masyarakat.

Masyarakat memperoleh dan mencari informasi melalui berbagai media, sebagaimana media telah menjadi perpanjangan keberadaan manusia (McLuhan, 1964). Lebih jauh, keberadaan media dipahami sebagai perpanjangan indera manusia; surat kabar sebagai perpanjangan indera penglihatan; radio sebagai perpanjangan dari indera pendengaran; dan televisi sebagai perpanjangan indera penglihatan dan pendengaran (Rubana, 2018). Kondisi ini menjadikan media semakin melekat dalam kehidupan sosial, sehingga keberadaannya kini sulit dipisahkan dari aktivitas masyarakat.

Sementara itu, Tuchman (1978) memandang objektivitas dalam jurnanisme sebagai ritual strategis (*strategic ritual*). Objektivitas tidak diwujudkan melalui kemampuan wartawan untuk sepenuhnya bebas dari subjektivitas, tetapi melalui penerapan prosedur-prosedur jurnalistik yang telah diterima sebagai standar profesional. Prosedur tersebut meliputi penggunaan kutipan dari

narasumber, pemilihan sumber informasi yang dianggap kredibel, serta upaya menghadirkan keseimbangan dalam pemberitaan. Praktik-praktik inilah yang menjadi dasar bagi wartawan untuk menunjukkan bahwa pekerjaannya telah dilakukan secara profesional, terutama ketika pemberitaannya dipertanyakan.

Pandangan ini menunjukkan bahwa objektivitas lebih merupakan hasil dari penerapan prosedur jurnalistik daripada kondisi yang benar-benar bebas dari pengaruh nilai atau kepentingan. Dengan kata lain, keberadaan dua sudut pandang atau beberapa narasumber dalam sebuah berita tidak secara otomatis menjadikan pemberitaan tersebut objektif. Langkah-langkah tersebut lebih berfungsi sebagai mekanisme profesional yang memperkuat klaim objektivitas media. Objektivitas juga dipahami sebagai bentuk perlindungan bagi wartawan dan institusi media. Melalui penerapan prosedur yang diakui dalam praktik jurnalistik, media dapat menunjukkan bahwa pemberitaannya telah memenuhi standar profesi, sekaligus mengurangi tuduhan mengenai keberpihakan.

Tuchman (1978) juga memperkenalkan konsep faktisitas (*facticity*), di mana media membangun keyakinan bahwa informasi yang disajikan merupakan fakta yang objektif dan dapat dipercaya. Faktisitas bukanlah sifat yang secara otomatis melekat pada sebuah berita, melainkan dibentuk melalui berbagai prosedur jurnalistik yang membuat suatu informasi tampak sebagai fakta yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menciptakan kesan tersebut, media menggunakan berbagai teknik, seperti mengutip pernyataan narasumber secara langsung, mencantumkan waktu dan tempat kejadian secara rinci, merujuk pada sumber yang memiliki otoritas, serta menyajikan angka, data, dan dokumen pendukung. Hal ini memperkuat kredibilitas pemberitaan di mata khalayak. Namun, keberadaan teknik-teknik tersebut tidak serta-merta menjamin bahwa berita yang disajikan sepenuhnya merepresentasikan realitas sebagaimana adanya, melainkan lebih menunjukkan bagaimana media membangun kesan bahwa suatu informasi layak diterima sebagai fakta.

B. Berita

Dari segi etimologis, berita sering disebut juga dengan warta, warta berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu “vrit” atau “vritta” yang berarti kejadian atau peristiwa yang telah terjadi (Yunus, 2012). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Sementara menurut Paul De Massenner dalam Kusumaningrat dan Purnama (2006), berita merupakan informasi yang penting dan memiliki daya tarik sehingga mampu menarik perhatian khalayak pendengar. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Sumadiria, 2011).

Charles A. Dana pernah mengemukakan ungkapan, *“When a dog bites a man, that is not news; but when a man bites a dog, that is news”* Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa suatu peristiwa akan memiliki nilai berita apabila mengandung unsur yang tidak biasa atau di luar kebiasaan. Dengan demikian,

berita dapat dipahami sebagai hasil kerja media massa yang memuat informasi mengenai peristiwa aktual berdasarkan fakta yang telah diverifikasi serta memiliki nilai penting untuk diketahui oleh masyarakat. Dalam praktiknya, masyarakat sering menerima isi pemberitaan tanpa melakukan penelaahan secara kritis. Perhatian khalayak umumnya lebih tertuju pada judul dan kesan awal yang ditampilkan media dibandingkan menelaah keseluruhan isi berita. Akibatnya, cara media menyajikan suatu peristiwa dapat memengaruhi pemahaman publik. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga melakukan proses pembingkaihan (*framing*) yang membentuk cara suatu peristiwa dikonstruksikan dan dipersepsikan oleh masyarakat.

Menurut Djuroto (2004) terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi agar suatu peristiwa layak disajikan sebagai berita, yaitu:

1. Fakta, berita harus didasarkan pada fakta yang benar, baik berupa peristiwa, pendapat, maupun pernyataan dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan
2. Objektif, isi berita harus sesuai dengan kenyataan tanpa adanya rekayasa, serta disampaikan secara jujur, adil, dan tidak memihak.
3. Berimbang, berita harus adil dan berimbang.
4. Lengkap, berita harus memenuhi 5W+1H
5. Akurat, informasi yang disajikan harus tepat, benar, dan telah melalui proses verifikasi.

Dalam praktik jurnalistik, khususnya pada media daring, jurnalis perlu memahami berbagai nilai berita sebagai dasar dalam menentukan kelayakan suatu peristiwa untuk diberitakan. Nilai-nilai tersebut meliputi pengaruh, kepentingan, aktualitas, kedekatan, ketokohan, dampak, konflik, *human interest*, keunikan, dan seks. Selain itu, penyusunan berita juga harus memenuhi unsur dasar 5W+1H, yaitu *what, who, when, where, why*, dan *how*. Oleh karena itu, sebelum sebuah berita dipublikasikan, wartawan perlu menilai nilai berita yang terkandung dalam suatu peristiwa sekaligus memastikan seluruh unsur tersebut telah disajikan secara lengkap. (Taya & Irmawati, 2023).

Secara umum, berita dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *hard news* dan *soft news*. *Hard news* merupakan berita yang memuat informasi aktual dan memiliki tingkat kepentingan tinggi sehingga perlu segera disampaikan kepada masyarakat. Jenis berita ini umumnya membahas peristiwa yang berdampak luas, seperti bencana alam, kecelakaan, kebakaran, pembunuhan, maupun tindak kriminal lainnya. Karena nilai aktualitasnya sangat tinggi, penyampaian *hard news* tidak dapat ditunda sebab informasi yang terlambat dipublikasikan akan cepat kehilangan relevansinya. Oleh karena itu, penulisannya disusun secara sistematis agar informasi penting dapat dipahami dengan jelas oleh khalayak.

Berbeda dengan *hard news*, *soft news* lebih menekankan penyajian informasi yang dikemas secara ringan dan menarik sehingga tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga unsur hiburan. Pemberitaan jenis ini umumnya mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan masyarakat, seperti gaya hidup, kuliner, pariwisata, maupun kisah-kisah yang mengandung nilai *human interest* (Efendi et al., 2023). Menurut Morissan (2008), *soft news*

merupakan informasi yang penting dan menarik, namun penyampaiannya tidak bersifat mendesak sehingga dapat disajikan secara lebih mendalam. Sementara itu, Latief et al. (2017) menjelaskan bahwa *soft news* umumnya berfokus pada berbagai aktivitas sosial yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Bentuk penyajiannya dapat berupa *feature*, *talk show*, maupun dokumenter (Wulan, 2016).

Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi, media massa terus berkembang dalam menyajikan berbagai pemberitaan. Dalam proses tersebut, fakta mengenai suatu peristiwa tidak disampaikan secara apa adanya, melainkan diolah melalui pemilihan kata, penyusunan kalimat, penggunaan gambar, serta berbagai unsur penyajian lainnya. Cara pengemasan tersebut mencerminkan tujuan dan kebijakan editorial masing-masing media, sehingga setiap media dapat memiliki pola yang berbeda dalam mengonstruksi suatu peristiwa. Dalam perspektif konstruktivisme, fakta dipahami sebagai bagian dari realitas yang maknanya tidak bersifat mutlak, melainkan bergantung pada konteks tertentu. Media dipandang sebagai pihak yang secara aktif membentuk realitas melalui proses produksi pesan, sedangkan berita merupakan hasil konstruksi atas peristiwa yang terjadi. Sehingga, pemberitaan tidak sepenuhnya bersifat objektif karena dipengaruhi oleh sudut pandang, pertimbangan, serta nilai-nilai yang dimiliki wartawan selama proses peliputan dan penyusunan berita. Pilihan narasumber, hasil wawancara, maupun pertimbangan etis yang digunakan dalam pemberitaan turut membentuk isi berita. Akibatnya, setiap audiens dapat memberikan penafsiran yang berbeda terhadap berita yang sama sesuai dengan latar belakang dan cara pandang masing-masing (Tuchman, 1978).

Tuchman (1978) berpendapat bahwa berita bukan sekadar mencerminkan realitas, tetapi mengonstruksi realitas. Artinya, wartawan dan media tidak hanya merekam fakta apa adanya, melainkan memilih fakta mana yang dimasukkan, siapa yang dijadikan narasumber, serta aspek apa yang ditonjolkan atau diabaikan. Akibatnya, realitas yang diterima publik merupakan hasil konstruksi media, bukan realitas yang utuh. Ia mengibaratkan berita sebagai jendela dunia. Sama seperti jendela yang hanya memperlihatkan sebagian pemandangan sesuai bingkainya, berita juga hanya menampilkan sebagian realitas berdasarkan pilihan editorial media. Karena itu, media yang meliput peristiwa yang sama dapat menghasilkan pemberitaan yang berbeda.

Ia menegaskan bahwa membuat berita adalah tindakan mengonstruksi realitas itu sendiri, bukan sekadar gambaran dari realitas yang ada. Pandangan ini secara fundamental menolak asumsi bahwa wartawan adalah perekam fakta yang netral dan pasif. Sebaliknya, setiap keputusan editorial yang diambil, mulai dari apa yang diliput, siapa yang dijadikan narasumber, diksi apa yang dipilih, hingga aspek mana yang ditekankan dan aspek mana yang diabaikan adalah tindakan aktif dalam mengonstruksi realitas yang kemudian diterima publik sebagai kebenaran. Berita memberikan karakter publik kepada peristiwa-peristiwa dengan mengubah kejadian biasa menjadi peristiwa yang layak diperbincangkan secara publik. Ini berarti bahwa sebelum sebuah peristiwa diberitakan oleh media, ia hanyalah sebuah kejadian yang terjadi dalam realitas sosial. Namun ketika

media memilih untuk memberitakannya, mengategorikannya, dan menyajikannya dalam format berita, peristiwa tersebut berubah menjadi fakta sosial yang diakui publik sebagai sesuatu yang penting dan relevan untuk dipikirkan bersama. Proses transformasi inilah yang menjadikan media bukan sekadar cermin realitas, melainkan aktor aktif yang turut membentuk realitas sosial.

C. Agenda Media

Teori *agenda setting* diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Gagasan tersebut berawal dari penelitian mengenai pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 di North Carolina, yang menunjukkan bahwa isu-isu yang dipandang penting oleh masyarakat umumnya merupakan isu yang memperoleh perhatian besar dari media. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap media memiliki agenda pemberitaan yang dipengaruhi oleh visi, misi, kebijakan organisasi, serta kepentingan pemilik media (Efendi et al., 2023). Teori ini memiliki makna bahwa media dipahami tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi mengenai suatu peristiwa, tetapi juga berperan dalam menentukan isu mana yang layak memperoleh perhatian publik. Dengan memberikan porsi pemberitaan yang lebih besar terhadap suatu topik, media mampu mengarahkan fokus masyarakat sehingga isu tersebut menjadi bahan pembicaraan, memperoleh perhatian luas, dan akhirnya dipersepsikan sebagai persoalan yang penting. (Trifanny et al., 2023).

Teori ini memiliki tiga konsep dasar, diantaranya adalah

1. Media massa berperan dalam menentukan agenda publik dengan memilih isu-isu yang dianggap penting untuk mendapat perhatian masyarakat.
2. Frekuensi pemberitaan memengaruhi persepsi publik, sehingga semakin sering suatu isu diberitakan, semakin besar peluang isu tersebut memengaruhi cara pandang dan tersimpan dalam ingatan masyarakat.
3. Media membentuk tingkat kepentingan suatu isu, sehingga publik cenderung menganggap topik yang mendapat perhatian besar dari media sebagai persoalan yang penting.

Peran media dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu isu berkaitan erat dengan konsep agenda media. McCombs & Shaw (1972) media mampu memengaruhi persepsi masyarakat mengenai penting atau tidaknya suatu isu melalui penonjolan (*salience*) dalam pemberitaan. Media memiliki kewenangan untuk menentukan peristiwa mana yang akan diberitakan atau diabaikan sesuai dengan kebijakan editorial maupun ideologi yang dianut. Ketika sebuah isu terus-menerus memperoleh sorotan, masyarakat cenderung menganggap isu tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Agenda media terbentuk melalui berbagai keputusan editorial yang setiap hari diambil oleh wartawan dan editor dalam menentukan berita yang akan dipublikasikan. Dalam proses tersebut, beragam isu yang kompleks diseleksi, kemudian diolah menjadi informasi yang lebih terfokus agar mudah dipahami oleh khalayak. Agenda media pada dasarnya terdiri atas objek, yaitu isu yang dijadikan pusat perhatian, serta atribut, yakni karakteristik atau sudut pandang tertentu yang digunakan untuk menggambarkan

isu tersebut. Dengan demikian, media tidak hanya memengaruhi isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami dan menilai isu tersebut. Pandangan ini sejalan dengan perspektif konstruktivisme yang memandang berita sebagai hasil konstruksi media, bukan sekadar cerminan realitas yang disampaikan apa adanya.

Proses pembentukan agenda media dipengaruhi oleh tiga elemen utama, yaitu *visibility*, *audience salience*, dan *valence*. *Visibility* menunjukkan tingkat penonjolan suatu isu dalam pemberitaan, *audience salience* menggambarkan sejauh mana isu tersebut dianggap relevan oleh khalayak, sedangkan *valence* berkaitan dengan nada atau kecenderungan pemberitaan, apakah disajikan secara positif maupun negatif. Selain itu, agenda media juga tercermin melalui pemilihan topik, ukuran dan penempatan berita, serta atribut kognitif dan afektif yang terlihat dari detail informasi maupun penggunaan visual. Walaupun media memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian publik, pengaruh tersebut tetap dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan dan relevansi isu bagi masyarakat. Oleh karena itu, jurnalis memiliki tanggung jawab etis dalam menentukan cara suatu peristiwa diberitakan karena keputusan tersebut dapat memengaruhi persepsi publik terhadap isu yang disampaikan.

D. Framing

Konsep *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Beterson pada tahun 1955. Pada saat itu, *frame* dipahami sebagai suatu struktur konseptual atau seperangkat gagasan yang menjadi acuan dalam memahami realitas, termasuk dalam melihat perspektif politik, program, maupun berbagai bentuk wacana. Gagasan tersebut kemudian dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974 melalui konsep *strips of behavior*, yaitu kerangka yang membantu individu menafsirkan dan memahami realitas di sekitarnya (Sidaputar, 2022). Dalam kajian media, *framing* merujuk pada proses pembingkaihan suatu peristiwa melalui sudut pandang tertentu. Proses ini mencerminkan bagaimana wartawan atau media memilih isu yang dianggap penting, menentukan aspek yang akan ditonjolkan, serta menyusun fakta menjadi sebuah pemberitaan. Dengan demikian, *framing* tidak berarti menghilangkan fakta, melainkan mengonstruksi realitas dengan memberi penekanan pada unsur-unsur tertentu dan mengurangi perhatian terhadap aspek lainnya (Kartini, 2020).

Framing berkaitan dengan proses pembentukan makna terhadap suatu peristiwa. Cara media memaknai sebuah realitas dapat dikenali melalui berbagai tanda dan unsur yang ditampilkan dalam teks berita. Dalam pendekatan ini, perangkat framing terdiri atas empat struktur utama, yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Keempat struktur tersebut menunjukkan bagaimana media mengemas informasi sehingga membentuk cara tertentu dalam memahami suatu peristiwa. Media tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pihak yang secara aktif membentuk opini publik melalui pemilihan fakta, penekanan isu, dan penyajian berita. Setiap berita pada dasarnya merupakan hasil pembingkaihan yang dapat memengaruhi cara

pembaca menafsirkan suatu realitas. Pesan yang ingin disampaikan media diwujudkan melalui penyusunan paragraf, pemilihan bahasa, serta unsur-unsur lain dalam pemberitaan. Menurut Eriyanto (2002), *framing* merupakan cara media menyusun atau menceritakan (*story telling*) suatu peristiwa berdasarkan sudut pandang tertentu. Oleh karena itu, analisis *framing* digunakan untuk mengkaji bagaimana media mengonstruksi realitas sekaligus memahami cara suatu peristiwa dibingkai dalam proses pemberitaan.

Menurut Eriyanto (2002), analisis *framing* merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana media membingkai suatu isu dalam proses pemberitaan. Pembingkaiannya tersebut dilakukan melalui proses konstruksi realitas, yaitu dengan memilih, menyusun, dan menyajikan informasi sehingga menghasilkan makna tertentu. Dalam analisis *framing*, terdapat dua aspek utama yang menjadi perhatian. Pertama, cara media menentukan fakta atau realitas yang akan dimasukkan ke dalam berita. Kedua, cara media menyusun dan menyajikan fakta tersebut dengan memberikan penekanan pada aspek tertentu, sementara aspek lainnya dikurangi atau bahkan tidak ditampilkan. Pan dan Kosicki dalam Siregar et al., (2023) memandang *framing* melalui dua dimensi yang saling berkaitan, yaitu dimensi psikologis dan dimensi sosiologis. Dimensi psikologis menjelaskan bagaimana individu menerima, mengolah, dan menyusun informasi ke dalam skema pemahaman tertentu. Sementara itu, dimensi sosiologis menitikberatkan pada proses individu dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan pengalaman, nilai, dan perspektif yang dimilikinya. Dengan demikian, pemahaman terhadap realitas terbentuk melalui proses interpretasi, klasifikasi, dan pengorganisasian pengalaman sosial.

Bimo Nugroho (1999) menjelaskan bahwa *framing* digunakan untuk memperlihatkan sudut pandang media dalam membangun suatu wacana. Perspektif tersebut memengaruhi cara fakta dipilih, ditonjolkan, maupun dikesampingkan sehingga menghasilkan representasi tertentu terhadap suatu peristiwa. Sejalan dengan itu, Sobur (2006) menyatakan bahwa *framing* merupakan strategi media dalam menyeleksi, menekankan, dan menghubungkan berbagai fakta agar sebuah berita menjadi lebih bermakna, menarik, mudah diingat, serta mampu mengarahkan cara audiens memahami suatu peristiwa sesuai dengan sudut pandang yang dibangun media.

Perangkat *framing* dalam pendekatan ini dapat dibagi ke dalam empat struktur besar, yaitu:

1. Struktur sintaksis berkaitan dengan cara media menyusun fakta dalam teks berita melalui skema pemberitaan. Analisis pada struktur ini mencakup *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan narasumber, hingga penutup berita. Susunan tersebut menunjukkan bagaimana wartawan memaknai suatu peristiwa dan mengarahkan isi pemberitaan (Nugroho, 1999).
2. Struktur skrip berfokus pada cara wartawan mengisahkan suatu peristiwa. Struktur ini dianalisis melalui kelengkapan unsur **5W+1H**. Kehadiran atau penghilangan salah satu unsur tersebut dapat

menjadi indikasi adanya penekanan maupun pengaburan terhadap fakta tertentu.

3. Struktur tematik mengkaji cara fakta disusun menjadi satu kesatuan makna dalam teks. Analisisnya meliputi penggunaan detail, maksud, bentuk kalimat, hubungan antarkalimat, serta cara media menempatkan informasi dan sumber berita untuk membangun suatu tema.
4. Struktur retorik berkaitan dengan upaya media memberikan penekanan terhadap fakta melalui pilihan bahasa dan unsur visual. Analisis pada struktur ini mencakup penggunaan leksikon, metafora, idiom, serta elemen grafis seperti foto, gambar, dan grafik untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Sementara itu, Entman (1993) melihat *framing* melalui dua dimensi utama, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dari suatu realitas. Dalam praktiknya, media memilih isu yang akan diberitakan sekaligus menentukan aspek mana yang akan lebih ditekankan, sementara aspek lain dapat dikurangi atau bahkan diabaikan. Penonjolan tersebut dilakukan melalui berbagai strategi, seperti menempatkan isu sebagai *headline*, melakukan pengulangan informasi, menggunakan foto atau grafis pendukung, serta memilih istilah atau label tertentu untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Jisuk Woo (dalam Eriyanto, 2002) mengemukakan bahwa elemen *framing* dapat dibedakan ke dalam tiga tingkat. *Pertama*, level makrostruktural, yaitu pembedaan pada tingkat wacana yang menunjukkan bagaimana media mengarahkan pemberitaan pada tema atau topik tertentu. *Kedua*, level mikrostruktural, yang berfokus pada pemilihan fakta, sudut pandang, serta narasumber, sehingga terlihat aspek mana yang lebih ditonjolkan atau justru dikesampingkan. *Ketiga*, elemen retorik, yaitu cara media memberikan penekanan terhadap fakta melalui penggunaan bahasa, simbol, maupun unsur visual untuk memperkuat kredibilitas pemberitaan dan memengaruhi keyakinan khalayak terhadap informasi yang disampaikan.

E. Framing Model Gamson dan Modigliani

Konsep framing yang dikembangkan oleh William A. Gamson dan Andre Modigliani (1989) menjelaskan bahwa pembentukan opini publik terhadap suatu isu tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman langsung masyarakat, tetapi juga oleh proses konstruksi makna yang dilakukan media melalui pemberitaan. Dalam penelitian mereka mengenai persepsi masyarakat Amerika terhadap energi nuklir, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat tidak memiliki pengalaman secara langsung dengan teknologi tersebut. Akibatnya, pemahaman mereka lebih banyak dibentuk oleh informasi dan representasi yang disajikan media. Hubungan antara media dan opini publik bersifat dinamis karena keduanya saling memengaruhi dalam proses pembentukan makna, bukan melalui hubungan sebab-akibat yang bersifat linear. Media menyediakan berbagai simbol, narasi, dan interpretasi yang menjadi acuan bagi masyarakat dalam memahami suatu isu. Dalam perspektif ini,

framing dipandang sebagai paket interpretasi (*interpretive package*), yaitu seperangkat makna yang mengarahkan cara suatu isu dipahami. Di dalam setiap paket terdapat *frame* sebagai gagasan utama yang menjadi dasar dalam mendefinisikan persoalan dan menjelaskan bagaimana suatu peristiwa seharusnya dipandang oleh khalayak.

Untuk memperkuat sebuah *frame*, digunakan berbagai perangkat simbolik, seperti metafora, slogan atau frasa yang menonjol, contoh peristiwa, penggambaran tokoh sebagai pahlawan maupun pihak yang dipersalahkan, serta representasi visual. Kehadiran unsur-unsur tersebut membuat suatu paket interpretasi lebih mudah dikenali, dipahami, dan diingat oleh masyarakat. Dalam penelitian mengenai tenaga nuklir di Amerika Serikat, Gamson dan Modigliani (1989) menemukan bahwa terdapat sejumlah paket interpretasi yang saling berkompetisi dalam memengaruhi opini publik. Paket-paket tersebut antara lain memandang tenaga nuklir sebagai simbol kemajuan, solusi kemandirian energi, alternatif yang perlu digantikan oleh energi ramah lingkungan (*soft paths*), isu akuntabilitas pemerintah dan korporasi, teknologi yang berpotensi lepas kendali (*runaway technology*), hingga teknologi yang menawarkan manfaat besar tetapi juga menyimpan risiko yang sangat tinggi (*deal with the devil*).

Dominasi suatu paket interpretasi dapat berubah seiring perkembangan situasi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. *Pertama*, resonansi budaya, yaitu sejauh mana suatu paket interpretasi selaras dengan nilai dan keyakinan yang berkembang dalam masyarakat. *Kedua*, aktivitas sponsor, yakni peran individu atau kelompok yang secara aktif mendorong dan menyebarluaskan interpretasi tertentu. *Ketiga*, praktik media, yang mencakup rutinitas jurnalistik, kebijakan redaksi, serta penerapan prinsip keseimbangan dalam pemberitaan

Selain itu, peristiwa-peristiwa besar juga dapat mengubah dominasi suatu *frame*. Misalnya, kecelakaan nuklir di Three Mile Island dan Chernobyl mendorong perubahan cara media membingkai isu tenaga nuklir. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *framing* bersifat dinamis dan selalu dipengaruhi oleh konteks sosial maupun perkembangan peristiwa. Gamson dan Modigliani (1989) juga menegaskan bahwa media tidak secara langsung membentuk opini publik. Media lebih berperan menyediakan berbagai simbol, narasi, dan perangkat interpretatif yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam memahami suatu isu. Oleh karena itu, *framing* dipandang bukan sekadar proses memilih isu untuk diberitakan, tetapi juga sebagai upaya membangun makna melalui penyusunan narasi dan penggunaan simbol-simbol dalam wacana media.

Tabel 3. Framing Model Gamson & Modigliani (Sumber: Buku Analisis Framing, Eriyanto, 2002)

FRAMING DEVICES (Perangkat Pembingkai)	REASONING DEVICES (Perangkat Penalaran)
<i>Methaphors</i> Perumpamaan atau pengandaian	<i>Roots</i> Analisis kausal atau sebab akibat

<i>Catchphrase</i> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu berita. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	<i>Appeal to principle</i> Premis dasar, klaim-klaim normal
<i>Exemplars</i> Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bias berita, perbandingan) yang memperjelas bingkai	<i>Consequences</i> Efek atau konsekuensi yang di dapat dari bingkai
<i>Depiction</i> Penggambaran suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction umumnya berupa kosakata, leksikon untuk membeli sesuatu.	
<i>Visual Image</i> Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara	