

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Massa

1. Pengertian

Istilah dari “media massa” pada umumnya digunakan untuk menyebut media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, kaset, video dan rekaman kaset.¹ Media massa adalah penyedia informasi, pengetahuan, dan pendidikan kepada seseorang atau publik melalui produk-produknya. Selanjutnya, perhatian utama khalayak media adalah hiburan.

Selain itu, peran komunikasi massa di sisi ekonomi semakin berkembang, karena meningkatnya pertumbuhannya industri media dan juga menguatnya kekuatan suatu media di masyarakat. Setelah munculnya yang pertama, komunikasi massa menjadi obyek perhatian, obyek penelitian dan obyek perhatian.²

Menurut Denis McQuil, media juga memiliki ciri atau sebuah karakteristik untuk dapat menjangkau beberapa massa yang besar dan juga luas (general reach), bersifat sacara publik, dan juga mampu membawa popularitas pada siapa saja yang tampil di sebuah media.³ Media massa juga dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pendapat, pandangan, kritik dan juga saran kepada masyarakat melalui pembaca dan ruang opini yang disediakan.

¹ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2007), 258.

² Morissan, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 1.

³ Ibid

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh suatu komunikator kepada komunikan atau kepada khalayak, pesan bisa verbal dan nonverbal. Anda dapat menulis secara lisan, seperti surat, buku, majalah, catatan, dan koran. Meskipun nonverbal daripada percakapan langsung atau tatap muka seperti telepon, radio dan sebagainya.⁴

Menurut Cassandra, ada dua cara untuk membuat template pesan, yaitu membuat pesan informasional dan pesan persuasif.⁵ Pola penciptaan pesan informasi ini sebagian besar terlihat pada pemahaman dan kesadaran khalayak. Proses ini lebih bersifat distribusi atau penyaluran, jelas, sederhana dan tidak terlalu banyak jargon atau istilah yang tidak diketahui secara umum.

Sebaliknya, dalam model pembuatan pesan persuasif, tujuannya adalah untuk mengubah sikap, persepsi, dan pendapat audiens. Oleh karena itu, ada anjuran dalam membuat pesan persuasif. Proposisi adalah apa yang diinginkan oleh sumber penerima sebagai hasil dari pesan yang dikirimkannya, yang berarti bahwa setiap pesan yang dibuat harus dimodifikasi.⁶

2. Klasifikasi Media Massa

⁴ Eriyanto hal 261

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal 129.

⁶ Ibid., hal 130-131

Berdasarkan bentuknya, media juga dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu media cetak, media elektronik dan media *cyber*.

a. Media Cetak

Merupakan sebuah komunikasi massa yang diproduksi dengan cara dicetak kemudian dituliskan dalam bentuk informasi yang telah diberikan. Media cetak mungkin merupakan komunikasi massa yang sudah dikenal dunia sejak lama dan keberadaannya sudah ada pada tahun 1920-an. Ada beberapa contoh media cetak antara lain surat kabar atau majalah, buku, majalah, tabloid, buletin, dan lain-lain.⁷

Media cetak ini sudah sangat begitu lama keberadaannya di Indonesia bahkan sebelum merdeka media cetak ini sudah ada terlebih dahulu. Dimana media cetak ini lah satu sumber informasi pada jaman dahulu. Dan media cetak inilah yang menjadi satu-satunya media informasi yang bisa didapatkan pada jaman dahulu. Media cetak ini sekain lama semakin maju bahkan sampai saat ini media cetak masih ada akan tetapi tidak sepopuler pada jaman dahulu. Pada masa jaman sekarang ini media cetak sudah jarang dinikmati oleh khalayak, masyarakat sekarang lebih memilih pada media elektronik atau juga media online yang lebih memudahkan masyarakat dalam kegiatan sehari-hari dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun.

b. Media Elektronik

⁷ Morissan, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 34.

Komunikasi massa yang dilakukan melalui teknologi elektronik sehingga suara dan gambarnya dapat didengar oleh semua khalayak. Sarana komunikasi elektronik pertama adalah radio, dimana media ini menyampaikan sebuah informasi hanya melalui suara dan menggunakan kanal frekuensi. Kemudian muncullah media elektronik televisi, dimana media ini memungkinkan penonton tidak hanya bisa mendengar suara, akan tetapi juga dapat menyaksikan sebuah peristiwa yang telah direkam dalam gambar bergerak yang disajikan.⁸

Media ini sangatlah digemari oleh semua kalangan masyarakat pada saat ini dari pada dibandingkan dengan media cetak, karena lewat media ini masyarakat sudah tidak perlu lagi membaca suatu informasi bahkan bisa dengan melakukan aktivitas sehari-hari masyarakat masih bisa mengetahui sebuah informasi dengan melalui televisi maupun radio.

c. *Media Cyber*

Media ini juga dikenal sebagai dengan media internet atau media online. Media komunikasi massa ini sangat terbilang baru setelah ditemukannya televisi. Dimana pembuatannya baru diketahui publik pada tahun 2000-an. Dengan media siber ini, masyarakat dapat mengakses informasi tanpa batas waktu dan wilayah geografis.⁹

Kelebihan dari media *cyber* atau internet ini yaitu sebuah kecepatan dalam mengirim dan juga memperoleh suatu informasi yang

⁸ Ibid.,

⁹ Ibid.,

diinginkan, dan juga sebagai penyedia sebuah data yang terkini. Media *cyber* atau internet ini menjadi sebuah penyedia suatu informasi tentang surat kabar, televisi, film, buku dan lagu baru.

Media *Cyber* juga sangat menguntungkan bagi masyarakat, hampir sama dengan media radio dan televisi akan tetapi media ini bisa dilihat kapan saja dan di mana saja dengan menggunakan jaringan internet. Dengan media ini juga masyarakat yang tertinggal sebuah informasi bisa melihat, akan tetapi media ini lemah akan kebenarannya. Karena tidak semua informasi yang berada di media ini masih diragukan kebenarannya, oleh karena itu masyarakat harus bijak dalam menggunakan media ini.

B. Jurnalistik

Jurnalistik ialah istilah dari bahasa Inggris yaitu *press* atau *journalism*, yang berasal dari kata *journal* terjemahan dari kata Latin yaitu *diurnal*, yang bermakna “daily” atau “harian”.¹⁰ Jurnalistik juga diartikan sebagai pengelolaan bahan suatu berita mulai dari pengumpulan suatu informasi, penyiapan hingga pendistribusiannya kepada publik. Peristiwa yang dianggap penting yang menarik perhatian publik atau pendapat seseorang digunakan oleh wartawan atau redaktur untuk membuat dan kemudian mendistribusikan berita.

Ada beberapa aturan saat menulis berita. Pertama, berita harusnya akurat dan juga tepat, atau bisa juga diartikan dalam bahasa jurnalistik,

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 66.

akurat. Selain itu juga, suatu berita harus secara lengkap, adil, dan berimbang. Maka berita tidaklah boleh mencampuradukkan fakta ataupun opini serta tidak objektif dalam suatu bahasa akademik. Selain itu, berita harus ringkas, jelas, dan hangat. Kekhasan berita ini sangat kuat sehingga tidak hanya menentukan tipikal praktik pelaporan, tetapi juga berfungsi sebagai panduan untuk melaporkan berita dan mengevaluasi apakah sebuah berita harus diterbitkan atau tidak.¹¹

Sebagai bagian dari komunikasi, berita merupakan penyedia informasi tentang peristiwa dunia, permasalahan dan karakteristiknya. Oleh karena itu suatu media harus bisa memberikan sebuah informasi yang tepat kepada khayalak, agar khalayak mendapatkan informasi yang aktual dan dapat dipercaya.

Sering dikatakan bahwa "berita" ialah "sejarah yang tergesa-gesa", berita adalah sejarah yang tergesa-gesa. Ungkapan dalam kalimat ini penting untuk mengukur sejauh mana dampak peristiwa. Efek khusus salah tafsir oleh pembaca, karena peristiwa yang direkonstruksi oleh jurnalis atau media tertentu juga tidak memenuhi aturan 5W 1H, tidak terlalu subyektif untuk menilai peristiwa, dan bukan faktor politik yang disengaja yang memaksa opini publik untuk, membuat fakta tak berdasar.¹²

Oleh karena itu jurnalisme tidak dapat dipisahkan dari unsur kesopanan dalam penyampaian informasi, misalnya menerapkan etika

¹¹ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 47.

¹² Ibid., 59.

kejujuran, kebenaran dan keadilan yang berimbang dan tidak memihak dalam penyampaian berita. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S.

Al-Maidah ayat 8: membahas tentang berlaku jujur dalam bekerja.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ
عَلَىٰ ءَآلٍ ءَلَا تَعْدِلُونَ ۗ ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ إِنَّ اللّٰهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.¹³

Berita juga diartikan menjadi Al-Khabar yang merupakan bentuk dari sebuah kata Masdar atau kata kejadian, yang juga bermakna sebagai “kabar dan berita”. Secara epistemology, khabar adalah sebuah laporan yang belum terlalu begitu lama terjadinya, akan tetapi tidak dikategorikan sebagai berita yang begitu penting dan besar. Khabar bisa juga diartikan sebagai suatu berita yang belum tentu memiliki sebuah nilai kebenaran. Berita yang tersebar terkadang lebih begitu berat dari pada dengan kenyataan yang sedang terjadi.¹⁴

Contoh ayat yang berkaitan dengan nilai kebenaran berita pada Surah Al-Hujurat ayat 6:

¹³ <https://tafsirweb.com/1892-quran-surat-al-maidah-ayat-8.html>, diakses pada 6 November 2020.

¹⁴ Abu Al-Husain Ahmad ibn Faris ibn Zakariyya, dalam Andi Sitti Maryandi, hal. 26.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.¹⁵

Makna dari ayat di atas adalah tidak boleh ada orang atau khalayak yang langsung menerima berita atau informasi langsung mempercayai informasi tersebut. Namun harus dicari dulu sumber kebenarannya agar tidak langsung memprovokasi berita yang belum pasti kebenarannya. Agar tidak menimbulkan ketakutan dan memicu bencana, seseorang tidak berusaha menimbulkan penyesalan dan menimbulkan masalah dengan mencari kebenaran dari sumber informasi yang beredar.

Hadis berasal dari kalimat Arab yaitu, *hadasa, yahdusu, hadisan*, yang bermakna *al-jadid* atau baru. Kalimat ini adalah lawan kata dari *al-qadim* yang artinya yang lama. Hadis adalah “sesuatu yang baru” atau bisa disebut juga berita. Kata hadits dalam sebuah makna berita antara lainnya disebutkan dalam Q.S Al-A’raf surat 185:

أَوَلَمْ يَنْظُرُوا فِي مَلَكُوتِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا خَلَقَ اللَّهُ مِنْ شَيْءٍ
وَأَنْ عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ قَدِ اقْتَرَبَ أَجْلُهُمْ ۖ فَبِأَيِّ حَدِيثٍ بَعْدَهُ يُؤْمِنُونَ

Artinya : Dan apakah mereka tidak memperhatikan kerajaan langit dan bumi dan segala sesuatu yang diciptakan Allah, dan kemungkinan telah dekatnya mereka? Maka kepada berita manakah lagi mereka akan beriman sesudah Al-Qur’an itu?¹⁶

¹⁵ <https://tafsirweb.com/1892-quran-surat-al-hujurat-ayat-6.html>, diakses pada 6 November 2020.

¹⁶ <https://tafsirweb.com/1892-quran-surat-al-a'raf-ayat-185.html>, diakses pada 6 November 2020.

Hadits setara dengan khabaru atau berita dalam pengertian umum. Pada masa awal Hadits tidak hanya menjadi berita Rasulullah, tetapi juga berita lainnya, termasuk Al-Qur'an. Hadits linguistik memiliki arti kata-kata atau percakapan. Dan dalam terminologi agama Islam, yang dimaksud dengan kata Nabi Muhammad SAW, seringkali kata ini juga mengalami perluasan makna, sehingga disamakan dengan kata sunnah yang berarti segala kata atau perkataan.

C. Analisis *Framing*

1. Pengertian Analisis *Framing*

Framing adalah cara untuk mempelajari bagaimana jurnalis menggunakan perspektif saat memilih artikel dan menulis berita. Sudut pandang atau sudut pandang inilah yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang dipertimbangkan, bagian mana yang ditekankan dan dihilangkan, dan mau dibawa kemana beritanya.¹⁷

Ide framing pertama kali diperkenalkan oleh Berterson pada tahun 1955. *Frame* pada mulanya diartikan sebagai sebuah struktur konseptual atau juga kumpulan keyakinan yang mengatur kebijakan, pandangan, dan wacana politik serta juga menyediakan sebuah kategori standar untuk menghargai realitas. Konsep ini juga dikembangkan lebih lanjut pada tahun 1974 oleh Goffan, yang mensyaratkan *frame* sebagai pola perilaku yang memandu orang dalam membaca realitas. Dan terakhir, konsep *framing* banyak digunakan dalam literatur ilmu komunikasi untuk

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta, LKis Yogyakarta, 2012), 79.

menggambarkan proses dimana media memilih dan menekankan aspek realitas tertentu.¹⁸

Analisis kerangka kerja dapat dengan mudah digambarkan sebagai analisis yang dapat menemukan bagaimana sebuah media membingkai realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apapun). Pembingkai terjadi secara alami selama proses konstruksi. Disini realitas sebuah social dapat ditafsirkan dan juga dikonstruksi menjadi makna tertentu.¹⁹

2. Jenis-Jenis *Framing*

a. *Framing* Media

Framing media ialah *framing* yang dilakukan oleh wartawan. Kerangka ini adalah tentang bagaimana wartawan menerapkan sudut pandang atau cara pandang terhadap pemilihan dan produksi berita. Gamson dan Modigliani, seorang akademisi yang terus menerus memperkenalkan konsep *framing*, mengatakan bahwa perspektif ini merupakan sebuah paket yang mencakup konstruksi makna dari peristiwa yang diberitakan.²⁰ Metode ini pada akhirnya membentuk fakta apa saja yang dipertimbangkan, dan bagian mana yang harus ditekankan dan dihilangkan, dan dari mana berita tersebut diambil.

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 161-162.

¹⁹ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta, LKis Yogyakarta, 2012), 3.

²⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015),

b. *Framing* Individu

Framing individu diartikan sebagai reservoir aktivitas ide yang memandu proses pengetahuan secara individual.²¹ Pembingkai ini menciptakan dasar bagi khalayak bebas yang dapat secara selektif menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh berita. Dari bingkai yang satu ini, khalayak dapat menangkap wacana yang disampaikan oleh para jurnalis.

3. *Framing* William Gamson dan Andre Modigliani

William Gamson ialah salah satu pakar analisis bingkai yang paling banyak ditulis. Pemikiran Gamson terutama menghubungkan suatu wacana media dengan opini publik di satu sisi. Menurut Gamson, wacana sebuah media merupakan elemen terpenting dalam memahami opini publik yang berkembang terhadap suatu topik atau peristiwa.²²

Penelitian pembingkai asli Gamson juga pertama kali terkait dengan penelitian gerakan sosial. Menurut Gamson, kesuksesan sebuah gerakan sosial didasarkan pada peristiwa dibentuk untuk menghasilkan aksi kolektif. Mencapai aksi bersama membutuhkan interpretasi dan makna dari simbol-simbol yang akan diterima secara kolektif. Menurut Gamson, seseorang yang berpikir dan juga mengkomunikasikannya melewati sebuah gambar dan diterima sebagai kenyataan.²³

²¹ Ibid.,

²² Eriyanto, *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta, LKis Yogyakarta, 2012), 253.

²³ Ibid., 256.

Menurut Gamson, gerakan sosial membutuhkan setidaknya tiga kerangka kerja. Pertama, kerangka umum: proses mendefinisikan suatu masalah sebagai masalah sosial. Bagaimana orang yang mendengar gambaran atau kejadian tersebut memahami bahwa masalah tersebut merupakan masalah universal yang mempengaruhi setiap individu? Kedua, kerangka konsensus: proses pendefinisian masalah sosial hanya dapat diselesaikan melalui tindakan kolektif. Kerangka konsensus ini bertumpu pada perasaan dan identifikasi individu untuk bertindak secara kolektif. Ketiga, kerangka aksi kolektif: sebuah proses definisi yang berkaitan dengan mengapa aksi kolektif diperlukan dan aksi kolektif apa yang harus diambil. Kerangka kerja ini melibatkan emosi kolektif publik sehingga mereka dapat berpartisipasi bersama dalam demonstrasi atau gerakan sosial.²⁴

Gamson juga menawarkan rekomendasi aksi kolektif (*Collective Action Framework*), sebuah kerangka kerja yang menekankan aspek positif gerakan sosial dan dapat memberikan wawasan tentang kebutuhan dan keinginan aksi tertentu. Agar efektif, bingkai harus memiliki tiga komponen: ketidakadilan, identitas, dan agensi.

- 1) *Injustice frame*, ditandai dengan peristiwa-peristiwa: ketidakadilan, ketimpangan dan penipuan yang dapat mempengaruhi emosi publik. Ketimpangan atau ketidakadilan bukanlah sebuah keputusan intelektual, melainkan sebuah konstruksi yang dibentuk

²⁴ Ibid., 258.

oleh para agen. Kerangka kerja ini memberikan alasan mengapa kelompok harus bertindak sesegera mungkin.

- 2) *Agency frame*, dalam bingkai ini, tidak hanya siapa kita siapa mereka, tetapi juga dapat diakui bahwa kita berbeda dari mereka.
- 3) *Agency frame*, mengacu pada pembentukan struktur, siapa teman dan siapa musuh, siapa kita dan siapa yang memihak mereka. Tujuan dari bingkai ini biasanya untuk menegaskan bahwa kita dapat melakukan sesuatu, jika bukan diri kita sendiri.²⁵

4. Konsep *Framing*

Pembingkaian media pada hakekatnya adalah pembingkaian berita yang mencerminkan baik produk media maupun produk jurnalis ketika mereka harus mengidentifikasi dan mengkategorikan kemudian mengkomunikasikan informasi dan opini kepada publik. Dengan kata lain, analisis bingkai pada hakekatnya adalah konstruksi atau definisi media terhadap realitas atau peristiwa yang ada atau terjadi di masyarakat.²⁶

Ide bingkai media Gamson ditulis bersama Andre Modigliani. Kerangka tersebut memiliki struktur internal, Gamson melihat wacana media (khususnya berita) melalui struktur sebuah peristiwa yang terdiri dari beberapa paket.

Sebuah paket adalah diagram pemahaman atau struktur yang digunakan seseorang untuk membangun pesan yang akan dikirim dan untuk menginterpretasikan pesan yang diterima. Gamson dan Modigliani

²⁵ Ibid., 258-259.

²⁶ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta, LKis Pelangi Aksara, 2007), 188.

menyebut kompresi perspektif ini. Menurut mereka, frame adalah cara bercerita atau sekumpulan ide yang diorganisasikan untuk menghadirkan sebuah konstruksi makna atas peristiwa yang berkaitan dengan topik pembicaraan.²⁷

5. Perangkat *Framing*

Paket dirancang sebagai wadah atau struktur data yang mengatur kumpulan informasi yang menunjukkan posisi atau tren politik dan membantu media menjelaskan konten di balik suatu topik atau peristiwa. Adanya paket dapat dilihat dari adanya ide sentral, yang kemudian didukung oleh alat percakapan seperti kata, kalimat, penggunaan gambar atau grafik tertentu, sugesti, dan lain-lain. Semua elemen dan struktur percakapan ini mengarah pada ide-ide tertentu dan mendukung ide sentral cerita. Perangkat pembedaan yang dikemukakan oleh Gamson dan Modigliani dapat digambarkan sebagai berikut.²⁸

Tabel 2.1 Analisis Framing Model William A. Gamson dan Modigliani²⁹

²⁷ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta, LKis Yogyakarta, 2012), 260-261.

²⁸ Eriyanto, *Analisis Framing : Konstruksi, ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta, LKis Yogyakarta, 2002), 262.

²⁹ *Ibid.*, 262-263.

Framing Devices (Perangkat framing)	Reasoning Devices (Perangkat penalaran)
Metaphors Perempumaan atau pengandaian	Roots Analisis kausal atau sebab akibat
Catchphrases Proses yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.	Appeals to principle Premis dasar, klaim – klaim moral
Exemplaar Mengkaitkan bingkai dengan contoh, uraian (biasa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.	Consequences Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.
Depection Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depection ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
Visual Images Gambar, Grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	

Ada dua ide, ide sentral diterjemahkan ke dalam teks berita. Pertama, perangkat pembingkai (*framing device*). Perangkat ini berhubungan dan berhubungan langsung dengan ide sentral atau *frame* yang ditekankan dalam teks berita. Kedua, alat penalaran (*reasoning roots*). Sementara yang pertama mengacu pada penggunaan kata, frase atau metafora yang mengacu pada gagasan tertentu, perangkat penalaran

mengacu pada koherensi dan koherensi teks yang merujuk pada gagasan tertentu.³⁰

Agar sebuah ide atau bingkai dapat meyakinkan audiens, teks didukung oleh perangkat pembedaan, yang ditandai dengan kata, frase, gambar, metafora atau bahkan pengamatan khusus untuk menekankan poin tertentu. Pada saat yang sama, agar tujuan gagasan tampak masuk akal atau benar, teks berita didukung oleh alat penalaran, sehingga gagasan yang disajikan tampak masuk akal, tidak dibuat-buat, benar, alami, dan inilah dia. Hal itu dilakukan misalnya dengan menggabungkan sebab akibat, fakta atau fakta lain dalam teks berita.³¹

6. Analisis *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Analisis *frame* oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosick merupakan *frame* yang berfungsi sebagai titik sentral pengorganisasian ide. Frame ini adalah gagasan yang menghubungkan berbagai elemen teks berita (misalnya kutipan, sumber, informasi latar belakang, penggunaan kata atau frasa tertentu) dengan teks secara keseluruhan. Bingkai dikaitkan dengan makna tertentu.

Bagaimana seseorang memaknai sebuah berita yang ada, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan.³²

Tabel 2.2 Analisis *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki³³

³⁰ Ibid, 263-265.

³¹ Ibid, 266.

³² Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 175.

³³ Ibid, 176.

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SIKTATIS Cara wartawan menyusun kata	1. Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarakalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan waktu	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafota	Kata, idiom, gambar/foto, grafik