

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konstruksi Realitas oleh Media Massa

Pesan-pesan yang dikirimkan oleh media melalui pemberitaan atau program acara dibangun dan dibentuk untuk suatu tujuan tertentu. Terdapat motif di balik setiap pesan yang ditampilkan dalam produk medianya, baik berupa berita, headli News, liputan khusus, dan produk berita yang lain. Motif ini berupa nilai-nilai yang ingin ditanamkan media dalam benak pemirsa dan pembacanya. Tamburaka mengatakan bahwa pada dasarnya manusia memiliki pengharapan dan kemampuan menyerap pesan secara kognisi.¹

Perubahan kognitif dalam pikiran individu dapat memengaruhi pula perubahan sikap dan perilaku seseorang dalam memandang dan memahami dunia. Selain itu, media tidak hanya berperan sebagai sarana informasi yang menyampaikan berita secara aktual dan faktual tetapi lebih dari itu, mereka mencoba membangun suatu nilai dalam pikiran dan pandangan kita sebagai pemirsa dan pembacanya.

¹ Dessita Chairani dan Dessy Kania, “Konstruksi Realitas Dalam Pemberitaan Pelantikan Presiden Joko Widodo”, *Jurnal Communication Spectrum*, 3 (Agustus, 2013), 122.

Dalam mengkonstruksikan realitas, media massa dipengaruhi oleh banyak faktor baik internal maupun eksternal. Salah satu faktor internal adalah kebijakan redaksi (*redactional concept*) media masing-masing yang sangat boleh jadi dipengaruhi oleh kepentingan idealis, ideologi, politis dan ekonomis. Tetapi apapun yang menjadi pertimbangan, yang relatif pasti merupakan adanya realitas yang ditonjolkan bahkan dibesar-besarkan disamarkan atau bahkan tidak diangkat sama sekali dalam setiap pengkonstruksian realitas.²

Setiap seseorang “menceritakan” peristiwa yang dialaminya, termasuk keadaan, benda dan hal apa pun pada dasarnya adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Suatu misal ketika aktivis mahasiswa yang baru saja pulang dari demo di Gedung MPR/DPR, lantas menceritakan dirinya kepada orang lain, pada dasarnya ia mengkonstruksikan realitas dirinya itu.³

Isi media pada dasarnya hasil kontruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasar informasi itu. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Oleh sebab itu,

² Fauzi Heki, “Analisis Framing Model Pan dan Kosicki Berta Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat (” UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), 56.

³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LkiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 88.

media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

Pada dasarnya isi media adalah hasil para jurnalis mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, salah satunya realitas politik. Terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media massa, khususnya komunikator, tatkala melakukan konstruksi realitas politik yang berujung pada pembentukan makna atau pandangan mengenai sebuah kekuatan politik⁴

Publik secara tidak sadar sehari-hari sudah menikmati konstruksi realitas yang diciptakan media. Hingga sebagian publik dapat mempercayai hal itu sebagai fakta yang bisa diperdebatkan dan di diskusikan dengan kelompoknya.

Dari kepercayaan publik itu media membangun konstruksi realitas yang lebih bombastis. Dengan judul berita yang tak biasa dan *lead* (kalimat utama tulisan) yang menyuguhkan mata untuk meneruskan membaca lagi. Oleh karena itu publik meyakini isu apa yang diciptakan media.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi realitas, yang mana realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh subjektif jurnalis. Tercipta juga dari sudut

⁴Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LkiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 166.

pandangan tertentu dari jurnalis. Dalam hal ini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat kontruksi dan pandangan tertentu.⁵

Realitas dapat berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh jurnalis yang mempunyai pandangan berbeda.⁶ Karena setiap orang mempunyai pandangan yang berbeda pula dalam melihat sebuah objek. Bahkan setiap peristiwa dapat dilihat dari berbagai sudut pandang sesuai yang jurnalis butuhkan. Fakta itu diproduksi dan ditampilkan secara simbolik maka realitas yang dibuat media tergantung pada bagaimana ia dilihat dan bagaimana fakta tersebut dikonstruksi. Juga fakta dan realitas bukan sesuatu yang hanya sekedar tinggal ambil, ada, dan menjadi bahan dari berita. Fakta atau realitas pada dasar dikonstruksi, seperti manusia membentuk dunia mereka sendiri.

Pikiran dan konsepsi manusialah yang membentuk dan mengkreasikan fakta. Fakta yang sama dapat menghasilkan pandangan yang berbeda-beda ketika ia dilihat dan dipahami dengan cara yang berbeda.⁷ Semua fakta bisa dapat benar dengan didukung oleh data dan argumentasi yang kuat oleh jurnalis.

Dalam pemberitaan, media menjadi agen kontruksi setiap peristiwa yang terjadi di sekitar. Melalui perantara jurnalis yang terjun langsung meliput peristiwa yang dilihat. Pada hal ini media hanya menjadi saluran

⁵Eriyanto, *Analisis Framing ; Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2002), 22.

⁶Eriyanto, *Analisis Framing ; Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2002), 22..

⁷Ibid, 24.

dari hasil konstruk peristiwa untuk disebarluaskan ke publik. Tempat bagaimana transaksi pesan dari pihak-pihak yang terlibat dalam berita.

Pada konstruksi realitas juga dapat dipandang dengan analisis wacana kritis yang memfokuskan dengan analisis isi. Dalam analisis wacana kritis menurut Fairclough menawarkan ada empat langkah untuk konstruksi realitas. Pertama, memfokuskan pada 'ketidak beresan sosial'. Kedua, mengidentifikasi hambatan-hambata. Ketiga, mempertimbangkan tananan sosial dalam membutuhkan 'ketidak beresan sosial' itu. Keempat, mengidentifikasi cara-cara untuk mengatasi hambatan.⁸

Sederhananya, media melalui kegiatan jurnalistiknya tidak berperan dalam membentuk realitas. Namun yang ditampilkan dalam berita itu yang sebenarnya terjadi dan dapat menggambar pandangan publik. Media hanya menjadi saluran untuk mendeskripsikan realitas dan menggambarkan peristiwa. Sehingga jurnalis dapat menyampaikan informasi yang didapat dari media.

Peristiwa atau opini tokoh tertentu terhadap suatu peristiwa yang diperkirakan menarik dan diperhatikan khalayak. Sesuatu yang menarik itu yang kemudian menjadi bahan media untuk dapat dilakukan framing sesuai keinginan jurnalis. Kemudian disebarakan seluas-luasnya kepada masyarakat atau khalayak.⁹

⁸ Haryatmoko, *Analisis Wacana Kritis*(Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 19.

⁹ Prilani, *Jurnalisme Politik* (Kediri: IAIN KEDIRI PERS, 2018), 14.

B. Analisis Framing

1. Pengertian analisis framing

Analisis framing adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seperti apa media mengkonstruksi realitas. Penelitian framing juga digunakan untuk mengetahui seperti apa peristiwa dapat dimengerti khalayak dan dibingkai oleh media.¹⁰ Selain itu, framing juga diartikan sebagai sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas.

Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa, sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Seperti yang dikatakan Frank D. Durham, framing membuat dunia lebih mengerti diketahui dan lebih dimengerti.¹¹ Sedangkan menurut Erving Goffman secara sosiologi *frame analysis* memelihara kelangsungan kebiasaan dalam mengklasifikasi, mengorganisasi dan menginterpretasi secara efektif pengalaman-pengalaman hidup untuk dapat memahaminya. Skema interpretasi dapat disebut dengan frame yang memungkinkan untuk diartikan pemberian label terhadap peristiwa-peristiwa dan informasi.¹²

¹⁰ Ibid, 13.

¹¹ Ayub Dwi Anggoro, "Media Politik dan Kekuasaan", *Jurnal Aristo*, 2 (Juli 2014), 28.

¹² Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LKiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 163.

Penelitian framing secara metodologi mempunyai perbedaan yang mencolok dengan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian isi kuantitatif menonjolkan pada isi dari suatu pesan komunikasi. Namun, pada penelitian framing yang diperhatikan adalah proses pembentukan pesan menjadi teks. Framing, memiliki fungsi mengetahui proses pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Proses jurnalis menginterpretasi peristiwa dan menyuguhkan kepada khalyak atau publik.

Penelitian framing akan menjawab semua pertanyaan tentang bagaimana produk berita itu disajikan, dikonstruksi dan diseleksi oleh media itu sendiri. Media mempunyai framing sendiri dari berita yang mereka buat, dan dari framing tersebut dapat dilihat media akan berpihak kepada siapa.

Sederhananya penelitian framing dapat digambarkan sebagai alat untuk melihat proses realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibungkus oleh media. Pembungkuan tersebut dilalui dengan proses konstruksi yang dilakukan oleh media. Hasilnya media hanya mewawancarai narasumber yang menurut mereka memenuhi framing beritanya.

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dalam analisis menelusuri strategi seleksi, penonjolan dan pertautan

fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, menarik dan penting untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.¹³

Pada umumnya framing adalah cara untuk melihat proses bercerita (*story telling*) media pada kejadian. Gaya berkisah itu terdeskripsi dalam “ gaya melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “ Gaya bercerita” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Penelitian framing juga digunakan untuk memandang proses peristiwa dipahami dan dibungkus oleh media.

Selain itu, framing juga digunakan untuk membedah cara-cara ideologi media mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan penyambungan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna. Lebih menarik, lebih berarti dan dapat mudah diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Framing ini merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil. Bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan dibawa kemana berita tersebut.¹⁴

Sebagai suatu cara analisis teks, framing memiliki sifat yang berbeda dibandingkan penelitian isi kuantitatif. Pada penelitian isi kuantitatif yang ditonjolkan adalah isi (*content*) dari suatu pesan komunikasi. Sementara dalam penelitian framing yang menjadi dominan adalah proses pesan menjadi teks. Framing terutama,

¹³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LKiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 162.

¹⁴ Nugrogo, Eriyanto, Frans Sudiarsih, *Politik Media Mengemas Media*, (Jakarta: Institut studi Arus Informasi, 1999) hlm.21.

memandang proses pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana jurnalis dapat menyuguhkan kepada publik.¹⁵

Ana Nadhya Abrar dosen komunikasi UGM mengatakan, kurang lebih terdapat tiga bagian berita yang dapat menjadi objek *framing* seorang jurnalis, yaitu : Judul berita, fokus berita dan penutup berita.¹⁶

2. Faktor yang Mempengaruhi Kontruksi Media

Kegiatan jurnalistik yang mengkonstruksi sebuah realita terdapat tiga faktor yang mendukung proses itu. diantaranya adalah faktor politik, ekonomi, dan ideologi, yaitu sebagai berikut:

a) Politik

Sistem politik yang terdapat dalam sebuah Negara ikut menentukan cara kerja jurnalistik pada sebuah media. Serta mempengaruhi cara media dalam mengkonrtuksi sebuah realita. Saat ini Indonesia mempunyai sistem negara yang otoriter, dengan acuan selera penguasa dalam mengkonstruksi media. Namun dalam politik liberal, media bebas dalam memberitakan apapun. Tidak lupa bahwa satu-satunya kebijakan yang dipakai dalam konstruksi

¹⁵Eriyanto, *Analisis Framing ; Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2002), Hal 11.

¹⁶Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LkiS PT Remaja Rosdakarya, 2018), 173.

realitas, ialah dari redaksi media masing-masing yang boleh jadi dipengaruhi kepentingan politik, idealis, ekonomi dan ideologi.¹⁷

b) Ideologi

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologi yang ada dibaliknya, media sering disebut sebagai perumus realitas. Sesuai ideologi yang melandasinya, bukan menjadi cermin realitas namun sebagai realitas yang lain terbangun dari media. Ideologi itu menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi dan mengubah pandangan seseorang secara tidak sadar.

Dalam ideologi media dikatakan bahwa berita sebagai hasil konstruksi hadir di tengah-tengah realitas social yang sarat dengan konflik dan nilai-nilai. Berita dengan demikian merupakan refleksi dialektika fenomena social dengan nilai dan ideology yang berlaku di sebuah entitas, dengan media sebagai konstruksinya. Berita dengann sendirinya mencerminkan ideologi dan keyakinan entitas yang mendominasi di sebuah entitas.¹⁸

c) Ekonomi

Pada dasarnya isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi yang mendukung dalam mengkonstruksi media

¹⁷ Fauzi Hepi, "Analisis Framing Model Pan dan Kosicki Berta Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat (" UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), 31.

¹⁸ Acan Mahdi, *Berita Sebagai Representasi Ideologi Media*, Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah, Vol 7 No 2, 2013, Hal 209.

itu. diantaranya faktor pemilik media, moda, dan pendapatan media sangat menentukan bagaimana wujud isi media.

Isi media juga diengaruhi oleh kekuatan-kekuatan eksternal diluar diri pengelola media. Internal media dipandang sebagai entitas yang aktif, dan ruang lingkup gerakan mereka dibatasi oleh sistem structural yang memaksanya untuk memberitakan dengan cara tertentu.¹⁹

3. Aspek Framing

Pada intinya, ada dua aspek pada proses framing pemberitaan. Eriyantomenjelaskan kedua aspek tersebut sebagai berikut:²⁰

a) Memilih fakta atau realitas

Proses seleksi realitas ini didasarkan pada asumsi bahwasanya pandanganjurnalisakan selalu mendampingi dan mempengaruhi proses seleksi realitasberita. Pandangan tersebut sangat menentukan fakta yangakan diambil, bagian manayang ditekankan dan hendak dihapus, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Singkatnya, suatu peristiwa dilihat dari angel atau sisi tertentu. Oleh karenanya, realitas atau kejadian yang sama sangat dimungkinkan dikonstruksi dan diberitakan secara tidak sama oleh masing-masing media.

b) Menulis Fakta

¹⁹ Sobur Alex, *Semiotic Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya,2003), hal 111

²⁰ Eriyanto,*Analisis Framing ; Kontruksi, Ideologi dan Politik Media*, Hal 81

Pada tahap ini berhubungan dengan proses fakta yang dipilih tersebut ditampilkan kepada publik. Dalam proses penulisan fakta ini, jurnalis biasanya mengkonsentrasikan perhatiannya pada usaha menonjolkan aspek tertentu sehingga aspek tersebut mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih banyak dibandingkan aspek yang lain.

Penonjolan isu dibuat agar aspek tertentu dari konstruksi berita dapat lebih diperhatikan artinya dan berkesan bagi publik. Penonjolan tersebut dilakukan dengan cara pemilihan Kalimat, foto, kata dan ilustrasi pendukung yang cocok akan disajikan ke dalam suatu berita.

4. Efek Framing

Framing berhubungan dengan proses realitas dibentuk dan ditampilkan kepada khalayak. Sebuah realitas bisa dapat dibingkai dan diartikan secara tidak sama oleh media, karena setiap media mempunyai karakteristik sendiri. Bila terdapat realitas yang objektif, bisa jadi proses yang ditampilkan dan dibingkai oleh media tidak sama dengan pembentukan realitas tersebut. Perbedaan itu dikarenakan oleh dalam proses realitas itu ada proses konstruksi, kemudian dalam proses konstruksi terdapat beberapa penafsiran dan pemaknaan yang berbeda-beda dalam memahami realita.²¹

²¹ Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologis, Dan Politik Media, (Yogyakarta: LKis, 2002), 165

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Teori framing menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplikasi, prioritas dan struktur tertentu dalam peristiwa. Karenanya framing menyediakan kunci bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan ditafsirkan dalam bentuk berita. Karena media melihat peristiwa dari kaca mata tertentu. Maka realitas setelah dilihat oleh khalayak adalah realitas yang sudah terbentuk oleh bingkai media.

Paling dasar dari salah satu efek framing adalah penuh dimensi, realitas yang kompleks dan tidak beraturan ditampilkan dalam berita sebagai sesuatu yang simpel, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Teori ini menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplikasi, menyediakan kunci proses kejadian yang dimengerti oleh media dan diartikan kedalam bentuk berita. Karena media mengetahui peristiwa adalah realitas yang telah terbentuk oleh bingkai media. Dpada hal ini media cenderung mengetahui realitas sebagai sesuatu yang sederhana.²²

C. Analisis Framing Model Robert Entman.

Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari yang lain sehingga khalayak

²²Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologis, Dan Politik Media, (Yogyakarta: LKis, 2002), 166.

lebih tertuju pada topik tersebut. Melalui analisis bingkai, dapat diketahui bagaimana pesan diartikan untuk diinterpretasikan secara efisien.

Bagi Entman dalam proses pembingkaiian merupakan kekuatan yang muncul dari sebuah teks dalam berbagai bentuk. Seperti pidato, berita, dan novel. Analisis ini akan melihat sebuah teks dapat memberikan pengaruh terhadap kesadaran seseorang.

Pada proses pembingkaiian ini terdapat dua kata kunci. Pertama, pada pemilihan yang merujuk pada bagaimana seorang jurnalis bersikap. Baik di lapangan dan di meja redaksi, memilih diantara fakta-fakta peristiwa, termasuk narasumber yang akan diwawancarai. Kedua, penonjolan yang merujuk pada bagaimana aspek yang dipilih tersebut diberi perhatian lebih. Misalnya, dalam bentuk berita di surat kabar, penonjolan bias dilihat pada pemilihan judul, penempatan berita pada bagian berita utama (headline), penambahan ilustrasi dan sebagainya.²³

Robert N. Entman merupakan seorang ilmuwan yang menaruh dasar-dasar bagi penelitian framing untuk pembelajaran isi media. Menurutnya, meskipun framing digunakan dalam berbagai bidang studi yang bermacam, satu unsur yang saling berkaitan adalah proses teks komunikasi yang ditampilkan secara menonjol mempengaruhi khalayak. Entman juga mengatakan framing bisa menjadi paradigma penelitian komunikasi. .

²³ Narullah Rulli, Metode Penelitian Jurnalisme, (Bandung, CV Simbiosis Rekatama Media, 2020), hal 200.

Kerangka framing oleh Entman difungsikan untuk mendeskripsikan proses seleksi dan menekankan akses tertentu dari realitas yang dilakukan oleh media. Framing bisa dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang unik oleh karena itu isu tertentu mendapatkan alokasi lebih.²⁴

Framing memiliki peran penting bagi komunikasi politik. Sebab framing memainkan fungsi utama dalam mendorong kekuasaan politik, dan frame dalam teks berita. Kekuasaan yang tercetak pada pemberitaan menunjukkan identitas para aktor yang berkompetisi untuk mendominasi teks. Sehingga para aktor yang disebut tokoh politik berlomba-lomba untuk mendapatkan suara terbanyak pada masyarakat dengan memanfaatkan media.

Konsep framing menurut Robert Entman, dengan rasional menawarkan sebuah cara untuk mengungkapkan *The power of a communication text* yang menjadi tumpuan dari kekuatan framing media. Dengan *framing analysis* dapat menjelaskan menggunakan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer informasi dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan/ungkapan, dan *news report*, dan novel. Bila secara esensial framing merupakan penyeleksian dan penonjolan terhadap suatu topik. Sehingga membuat frame adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu sedemikian rupa agar dapat mempromosikan sebuah

²⁴ Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologis, Dan Politik Media, (Yogyakarta: LKis, 2002), 219-220.

permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, atau merekomendasi penanganannya.²⁵

Robert N Entman mengetahui framing dalam dua dimensi besar yaitu pemilihan isu dan penegasan unsur-unsur realitas. Kedua unsur ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses pemilihan isu yang cocok ditampilkan dari penegasan isi beritanya. Perspektif jurnalis yang bisa menentukan kebenaran dipilihnya, dibuangnya dan ditonjolkan. Di balik hal itu, pengambilan ketentuan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu dikaitkan dengan tafsiran dan ideologi para jurnalis yang terlibat dalam proses pembuatan sebuah berita.²⁶

Dalam menyeleksi isu tentunya media tersebut menghiraukan topik yang lain yang dianggap tidak menarik. Namun jika ditarik lagi, antara menarik dan penting, tipis untuk bisa membedakannya. Karena dua unsur tersebut sangat berkaitan.

Dalam model Entman, analisis framing dapat dengan tajam melihat media tersebut menoleh atau berpegang kepada siapa. Dari isu yang dipilih hingga tiap kata dan topik yang sering dijumpai dalam produk berita media itu. Dalam hal ini model Entman berusaha dengan jeli melihat arah beritanya dan menjelaskan dari efek framing.

Menurut Robert Entman, *framing* dalam berita dilakukan dengan empat cara, yakni: pertama, pada mencari masalah, dalam maksud kejadian diketahui proses yang terjadi dan nilai yang ada didalamnya.; kedua, pada

²⁵ Muzakkir, *Analisi Framing Dalam Pemeritaan Media*, (Aceh: Fisip UTU, 2019) hal. 190.

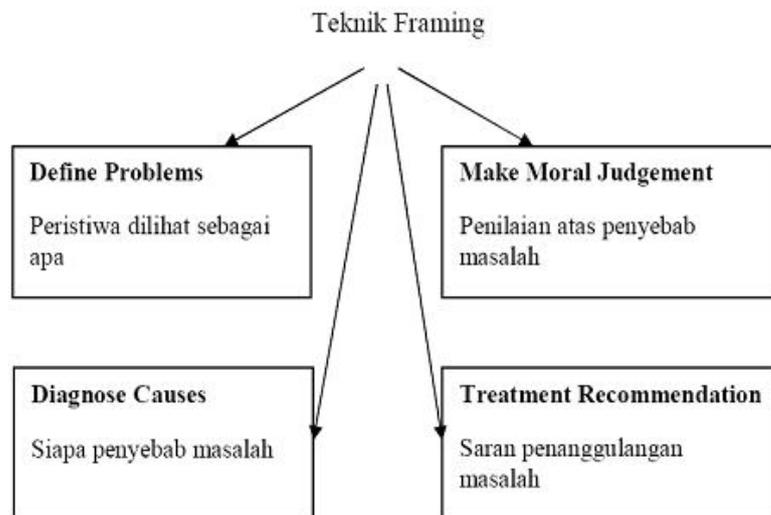
²⁶ Rahmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: kencana, 2014), Hal. 255.

identifikasi penyebab masalah ,harus diketahui siapa yang terlibat masalah dan siapa penyebabnya; ketiga pada evaluasi moral, yaitu penilaian pada penyebab masalah; dan keempat, solusi padamasalah, yaitu menawarkan suatu metode penanganan masalah dan juga memprediksi hasilnya.²⁷

Frame berita timbul dalam dua level. *Pertama*, konsepsi mental yang dilakukan untuk memproses informasi dan sebagainya karakteristik dari teks berita. Misalnya frame Jokowi boneka PDI yang dipakai untuk melihat dan memproses informasi kepedulian PDI terhadap Jokowi. *Kedua*, Perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai kejadian yang terjadi. Frame berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, dan citra yang ada dalam narasi berita. Karenanya, frame dapat dideteksi dan diselediki dari kata, citra dan gambar tertentu yang memberi makna dari teks berita tersebut.

Gambar 1. Elemen Framing model Robert Entmand

²⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LkiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 172.



28

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model Robert Entman. Entman membagi ke dalam empat cara yaitu;

1. *Define problem* (pendefinisian masalah), merupakan kejadian yang diketahui sebagai apapun dan dengan nilai positif atau negatif.
2. *Diagnose Causes* (memperkirakan masalah), yaitu siapa diakui penyebab masalah.
3. *Make Moral Judgement* (membuat keputusan moral), yaitu penilaian atas penyebab masalah.
4. *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian), yaitu menyarankan suatu metode solusi masalah dan kadang memperkirakan hasilnya.²⁹

D. Teori Ekonomi Politik Media

Ekonomi politik media terkait dengan masalah kapital atau modal dari

²⁸Alex Sobur, *Analisis Teks Media ; Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: LkiS PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), 173.

²⁹ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideology, dan Politik Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2001), 223-224.

para investor yang bergerak dalam industri media. Para pemilik modal menjadikan media sebagai usaha untuk meraih untung, dimana keuntungan tersebut diinvestasikan kembali untuk pengembangan medianya. Sehingga pengakumulasian keuntungan itu, menyebabkan kepemilikan media semakin besar. Dalam menjalankan media, investor mempekerjakan karyawan untuk menghasilkan produk media. Untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana media memproduksi isi, mendistribusikan sehingga bernilai ekonomis, Vincent Mosco menawarkan tiga konsep untuk mendekatinya yakni: komodifikasi (commodification), spasialisasi (spatialization) dan strukturasi (structuration).

Teori ekonomi politik memiliki kekuatan pada tiga hal yaitu berfokus pada bagaimana media dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media, dan mencari hubungan antara proses produksi konten media dan keuangan media (Barant, 2010:263)

Teori ekonomi politik bersifat kritis, dimana teori ini mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang segala sesuai dan menyediakan cara-cara pengganti untuk menafsirkan peran sosial media. (Barant,2010:252).³⁰

Teori ekonomi politik media fokus pada media massa dan budaya massa, dimana keduanya dikaitkan dengan berbagai permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Teori ini mengidentifikasi berbagai kendala atau hambatan yang dilakukan para praktisi media yang membatasi

³⁰ Media Sucahya, “ Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media, Jurnal Komunikasi, Volume 2 Nomor 2, (Agustus 2013), 17

kemampuan mereka untuk menantang kekuasaan yang sedang mapan. Dimana penguasa membatasi produksi konten yang dilakukan pekerja media, sehingga konten media yang diproduksi tersebut kian memperkuat status quo. Sehingga menghambat berbagai upaya untuk menghasilkan perubahan sosial yang konstruktif. Upaya penghambatan para pemilik pemodal, bertolak belakang dengan teoritikus ekonomi politik ini, yang justru aktif bekerja demi perubahan sosial.

