

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Media Massa

Media massa merupakan media komunikasi massa yang merupakan produk dari pers yang menyajikan informasi kepada masyarakat mengenai fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat sendiri, baik yang menyangkut masalah sosial, ekonomi, budaya, politik, maupun berbagai sektor kehidupan masyarakat lainnya Richard dan Turner (2013:49).

Adapun tahap-tahap dari perkembangan media massa dalam kehidupan menurut McQuail's dalam bukunya yang berjudul *McQuail's Mass Communication Theory 4th Edition* (Junaedi, 2007:27:29) :

- a. Tahap Pertama dari perkembangan media massa adalah adanya buku dan perpustakaan. Perkembangan buku dan dibangunnya perpustakaan di berbagai Negara dan memberi awal baru bagi perkembangan media massa.
- b. Tahap Kedua dari perkembangan media massa adalah adanya media cetak dalam bentuk Koran. Koran mampu menyajikan informasi terkini secara cepat dan instan, berbeda dengan buku yang terbit tidak teratur dan lebih cenderung menyajikan isi yang berat. Keteraturan penerbitan koran kemudian melahirkan fungsi sebagai ruang publik bagi masyarakat yang berwacana mengenai berbagai hal. Dari mulai muncul keberadaannya koran lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Keadaan ini tidak

berubah sampai sekarang, dimana presentase sirkulasi koran masih banyak diwilayah perkotaan.

- c. Tahap Ketiga penemuan film melalui pita *seluloid*. Jika perspektif lama melihat film hanya dalam fungsinya sebagai media hiburan, maka perspektif baru dalam kajian komunikasi massa melihat bahwa film bukan hanya sebuah mekanisme hiburan, namun film dianggap sebagai sebuah media massa yang mampu menjangkau khalayak yang jauh lebih luas, bahkan sampai di wilayah perdesaan.
- d. Tahap Keempat adalah penemuan teknologi penyiaran melalui media televisi dan radio. Tahap ini dicirikan oleh cakupannya yang luas, teknologi audio visual, melibatkan teknologi dan organisasi media yang lebih kompleks serta isi semakin yang beragam. Dibandingkan dengan media cetak dan film, media penyiaran mampu menjangkau khalayak yang jauh lebih luas, termasuk diperdesaan yang terpencil.
- e. Tahap Kelima adalah perkembangan rekaman musik. Awalnya dalam bentuk *phonogram*, namun kemudian beralih ke pita kaset dan saat ini didominasi oleh cakram digital.
- f. Tahap keenam adalah penemuan internet yang memungkinkan interkoneksi di antara pemakainya. Jika kelima tahap sebelumnya dapat dengan mudah di kontrol oleh Negara, maka pada tahap terakhir ini kontrol Negara menjadi semakin susah. Fungsinya pun juga bukan lagi semata-mata bersifat publik sebagaimana bentuk komunikasi massa yang

lain, namun juga dapat bersifat *privat*. Tahap ini ditopang oleh teknologi berbasis komputer.

Tahap terakhir ini membawa revolusi besar dalam komunikasi massa. Revolusi komunikasi massa yang dilahirkan oleh penemuan internet dapat dipetakan sebagai berikut (Junaedi, 2007:31-35) :

- a. lahirnya *jurnalisme online* yang bukan lagi di *update* dalam hitungan hari atau jam, namun sudah dalam hitungan detik. *Jurnalisme* bentuk baru ini memungkinkan akses informasi yang cepat kepada khalayak.
- b. Perkembangan teknologi baru untuk mengakses berbagai pesan dalam komunikasi massa, seperti melalui *personal computer, laptop, personal digital assistant* dan telepon seluler yang terkoneksi dengan jaringan internet baik melalui kabel maupun nirkabel.
- c. Penemuan internet memungkinkan adanya media interaktif yang semakin memanjakan khalayak untuk menikmati media baru.
- d. Lahirnya *jurnalisme* berbasis masyarakat yang murah sebagaimana yang diperlihatkan dengan fenomena *blog*. *Blog* adalah fasilitas di internet yang memungkinkan seseorang yang tidak paham bahasa pemrograman untuk membuat *website* secara cepat dan instan. Dengan adanya fasilitas ini satu orang pun dapat menulis berita, menerbitkan media *online*, mempromosikannya tanpa bantuan orang lain.

2. Media Online

Pengertian media *online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.

Pengertian media *online* secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) secara *online*. Muhtadi (2012:19-20) mengartikan media *online* sebagai media massa yang tersaji secara *online* di situs *web (website)* internet.

Masih menurut Muhtadi, media *online* adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) karena tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/video.

Secara teknis “fisik” media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet), termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs *web*, termasuk *blog*), radio *online*, tv *online*, dan *email*.

Karakteristik dan keunggulan media *online* dibandingkan media konvensional (cetak/elektronik) antara lain :

- a. Kapasitas luas halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
- b. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja.
- c. Jadwal terit bisa kapan sajas, bisa setiap saat.
- d. Cepat, apabila telah di-*upload* langsung bisa diakses oleh semua orang.

- e. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- f. *Actual*, berisi info *actual* karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- g. *Update*, pembaharuan informasi terus menerus dan dapat dilakukan kapan saja.

Media *online* adalah salah satu bagian dari *new* media yang memiliki karakteristik berbeda dengan media tradisional. Beberapa yang menjadi keuntungan media *online* adalah:

- a. *Audience Control*, publik menjadi lebih leluasa dalam memilih berita yang diinginkannya, Publik (*Audience*) memiliki kesempatan untuk berperan dalam produksi berita.
- b. *Nonlinearity*, yang memungkinkan jurnalis lebih fleksibel dalam menyajikan berita, juga memudahkan publik untuk memilih informasi yang diinginkannya.
- c. *Storage and Retrieval*, dimana berita-berita di media *online*, akan selalu tersimpan sehingga mudah untuk diakses kembali oleh publik.
- d. *Unlimited Space*, memungkinkan untuk memuat jumlah berita yang disampaikan menjadi panjang sehingga menjadi lebih lengkap.
- e. *Immediacy*, dimana berita disampaikan secara cepat melebihi kecepatan media tradisional dan langsung kepada publik.
- f. *Multimedia Capability*, yang mendukung kinerja redaksi dalam menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lain dalam berita secara bersamaan.

- g. *Interactivity* (Timbal-Balik), yang memungkinkan adanya peningkatan partisipasi publik dalam pemberitaan secara langsung (Rosel, 2017:11-12).

3. Ideologi Media

Menurut gambaran Marx, ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai suatu yang alami dan wajar. Ideologi ini menjaga masyarakat berada dalam kesadaran palsu, kesadaran manusia tentang siapa dirinya, bagaimana mereka berelasi dengan bagian lain dari masyarakat, dan pengertian kita tentang pengalaman sosial dihasilkan oleh masyarakat dari lingkungan tempat kita dilahirkan Fiske dalam mawardi, (2012:19).

Ideologi berkaitan dengan konsep seperti “pandangan dunia”, “sistem kepercayaan” dan “nilai”. Namun, ruang lingkup ideologi lebih luas dari pada konsep-konsep tersebut. Ideologi tidak hanya berkaitan dengan kepercayaan yang terkandung mengenai dunia, tapi juga cara yang mendasari definisi dunia. Oleh sebab itu, ideologi tidak hanya tentang politik. Ideologi memiliki cakupan yang lebih luas lagi dan mengandung makna konotasi Croteau dan Hoynes dalam Mawardi, (2012:19).

Hal ini tidak terlepas dari unsur nilai, kepentingan dan kekuatan atau kekuasaan apa yang ada dalam media tersebut, kekuasaan tersebut berusaha dijalankan dan disebarakan melalui media sehingga media tidak dapat lagi bersifat netral dan tidak berpihak. Media bukanlah ranah netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari sebagai kelompok pemegang kekuasaan dan

kekuatan dalam masyarakat. Nilai yang dianggap penting bagi pemegang kekuasaan disebarkan melalui media sehingga isi media mencerminkan ideologi pihak yang berkuasa itu (Shoemaker dalam Mawardi, 2012:21). Kunci analisa dalam menguji ideologi media adalah kesesuaian antara gambar dan kata-kata yang disajikan media dengan cara berfikir mengenai isu-isu sosial dan budaya (Croteau dalam Mawardi, 2012:21).

4. Berita

Secara etimologis istilah “berita” dalam bahas Indonesia mendekati istilah “*bericht (en)*” dalam bahasa belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan mengingat Indonesia lama dijajah Belanda. Dalam bahasa belanda istilah “*bericht (en)*” dijelaskan sebagai “*mededeling*” (pengumuman) yang berakar kata dari “*made (delen)*” dengan sinonim pada “*bekend maken*” (memberitahukan, mengumumkan, membuat terkenal) dan “*vertelen*” (menceritakan atau memberitahukan), sedangkan Departemen Pendidikan RI membakukan istilah “berita” dengan pengertian sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Juga “berita” disamakan maknanya dengan “khabar” dan “informasi (resmi)” (Suhandang, 2004:103).

Dalam mempengaruhi khalayak unsur keindahan sajian produknya (berita) sangat diutamakan. Indah dalam arti dapat dapat diminati dan dinikmati. Karena itu selain dibentu dalam berbagai jenis, berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga unsur,

yaitu : *headline* (Judul berita), *lead* (teras berita), dan *body* (kelengkapan atau penjelasan berita).

a. *Headline* (Judul Berita)

Pada hakikatnya *headline* merupakan intisari dari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya. Karena berita yang harus disajikan itu banyak, dan masing-masing berita harus bisa diminati dan dinikmati pembaca, pendengar atau penontonnya, maka *hideline* pun dibuat tidak seragam. Selain bunyi pernyataannya, juga jenis ukuran, serta penyusunan huruf atau kata-katanya dibuat dengan sedemikian rupa sehingga masing-masing berita (melalui *headline*-nya) memiliki daya tarik sendiri (Suhandang, 2004:115).

b. *Lead* (Teras Berita)

Apabila *headline* merupakan intisari dari berita, maka *lead* (teras berita) merupakan sari dari berita itu. Selaku sari dari beritanya, *lead* merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Untuk memenuhi rasa ingin tahu pembacanya secara cepat, *lead* disusun sedemikian rupa sehingga bisa menjawab pertanyaan hakiki yang selalu timbul dari hati nurani pembacanya atau pendengar radio dan menonton televisi, yaitu pertanyaan yang dirumuskan sebagai 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, dan How*). Dengan demikian, baik pembaca, pendengar, ataupun penonton akan segera tahu mengenai persoalan pokok dari peristiwa yang dilaporkan (Suhandang, 2004:120).

c. *Body* (Tubuh atau Kelengkapan Berita)

Setelah *headline* dan *lead* dari suatu naskah berita, berikutnya apa yang disebut *body* berita. Pada bagian ini kita jumpai semua keterangan secara rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan dalam *lead* tadi. Rinci keterangan atau penjelasan dimaksud adalah hal-hal yang belum terungkap pada *lead*-nya. Karena itu bagian *body* ini sering pula disebut “sisa berita”.

Namun demikian keterangan-keterangan itu disajikan dalam bentuk uraian cerita dengan menggunakan gaya penyajian yang bisa memikat para pembaca maupun pendengar atau penontonnya. Walaupun hanya merupakan “sisa” penjelasan tetap harus bisa diminati khalayak. Karena itu pula harus disajikan dengan menarik perhatian khalayak (Suhandang, 2004:130-131).

Menurut Suhandang (2004:131-135), Adapun empat cara penyajian *body* agar dapat menarik perhatian khalayak yaitu :

1) Berbentuk Piramida

Body berita dimaksud disusun dalam bentuk untaian cerita yang dimulai dengan hal-hal yang kurang penting, kemudian meningkat kepada hal-hal yang penting. Dan diakhiri dengan hal yang terpenting atau klimaks dari peristiwa yang diberitakannya.

2) Berbentuk Kronologis

Body berita yang dimaksud tampaknya hampir sama dengan bentuk piramid. Bahkan sepintas lalu seperti tidak ada bedanya sedikitpun. Padahal sesuai dengan istilahnya, kronologis, yang menjadi dasar konstruksinya adalah rentetean jalannya peristiwa yang diberitakannya. Jadi bukan kepentingan dari fakta peristiwanya. Selurush naskah *body* berita dibangun dengan diawali oleh paparan dari permulaan peristiwanya, dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan jalannya peristiwa itu.

3) Berbentuk Piramida Terbalik

Body berita ini merupakan kebalikan dari bentuk yang pertama tadi. bentuk *body* yang dimaksud dibangun dengan mendahulukan hal yang sangat penting (klimaks) dari peristiwanya. Selanjutnya diikuti oleh hal yang penting, dan diakhiri oleh hal-hal yang kurang atau tidak penting. Dengan demikian apabila tempat atau waktu penyajian tidak memungkinkan lagi, maka hal-hal yang kurang atau tidak penting itu bisa di buang saja.

Nilai sebuah berita ditentukan oleh seberapa jauh syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhinya. Syarat- syarat tersebutlah yang menjadi ukuran penting tidaknya sebuah uraian berita. Adapun unsur-unsur berita adalah sebagai berikut:

- a) Penting (*signifance*) mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan orang banyak atau kejadiannya mempunyai akibat atau dampak yang luas terhadap kehidupan khalayak pembaca.

- b) Besaran (*magnitude*) sesuatu yang besar dari segi jumlah, nilai atau angka yang besar bilangannya sehingga pasti menjadi sesuatu yang berarti dan menarik untuk diketahui oleh orang banyak.
- c) Kebaruan (*timeless*) memuat peristiwa yang baru saja terjadi. Berita haruslah memuat suatu kejadian yang terkini dan aktual atau masih hangat dibicarakan oleh umum. Aktual (terkini) berkaitan dengan tenggang waktu bahwa kejadian tersebut bukan berita basi.
- d) Kedekatan (*proximity*) yaitu berita haruslah memiliki kekuatan jarak (geografis) maupun emosional dengan pembaca.
- e) Ketermukaan (*prominence*) merupakan hal-hal yang mencuat dari diri seseorang atau sesuatu benda tempat atau peristiwa, suatu peristiwa yang menyangkut orang terkenal atau sesuatu yang dikenal masyarakat menjadi berita penting untuk diketahui oleh pembaca.
- f) Sentuhan manusiawi (*human interest*) yaitu sebuah berita haruslah memiliki sesuatu yang dapat menyentuh rasa kemanusiaan, menggugah hasrat serta minat pembaca.

5. Jurnalistik Online

Bentuk paling baru dari *jurnalisme* adalah *jurnalisme online*. *Jurnalisme online* memiliki kelebihan-kelebihan yang menawarkan peluang untuk menyampaikan berita jauh lebih besar dari pada bentuk *jurnalisme* konvensional seperti surat kabar. Deuze menyatakan bahwa perbedaan *jurnalisme online* dari rekan tradisionalnya terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan *cyber*. “*Online Journalist*” harus membuat keputusan-keputusan

mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus memungkinkan ruang bagi pilihan-pilihan publik untuk menanggapi, berinteraksi, atau bahkan menyusun (*customize*) cerita-cerita tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks* (Santana, 2005:137).

Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C yakni *Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation* (Romli, 2012:13), adapun B-A-S-I-C tersebut yaitu :

a) *Brevity* (Keringkasan)

Berita online dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Maka, jurnalisisme online sebaiknya berisi tulisan ringkas saja. KISS Keep It Short and Simple (Buatlah naskah yang ringkas dan sederhana).

b) *Adaptability* (Kemampuan Beradaptasi)

Wartawan online dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi public. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat keberagaman cara seperti dengan penyediaan format suara (audio), video, gambar, dan lainnya dalam suatu berita.

c) *Scannability* (Dapat di Pindai)

Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik online hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

d) *Interactivity* (Interaktivitas)

Komunikasi dari public kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau viewers dibiarkan untuk menjadi pengguna (user). Hal ini sangat penting karena semakin lama audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

e) *Community and Conversation* (Komunitas dan Percakapan)

Media online memiliki peran yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis online yang harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada diantara *jurnalisme online* dan media massa tradisional yaitu 1) kemampuan internet untuk mengkombinasikan semua media, 2) kurangnya tirani penulis atas pembaca, 3) tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak, 4) internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinabung, 5) dan interaktifitas web (Santana, 2005:137).

Karakteristik lain dari media ini adalah kecepatannya secara keseluruhan yang menarik sekaligus menakutkan *jurnalisme online* memungkinkan jurnalisnya untuk menyuguhkan berita terbaru sehingga pembaca akan selalu mengetahui hal-hal baru lainnya. *Jurnalisme online* memiliki kemampuan untuk mengintergrasikan beragam media sekaligus (teks, visual, dan audio) Craig dalam Mawardi (2012:19).

6. Paradigma Konstruksionis

Konsep mengenai konstruksionis pertama kali dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Pemikiran Berger melihat realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subjektif dan objektif. Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis, yaitu :

- a. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang memuat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu prosesatif yang ditafsirkan seorang dalam suatu pesan.
- b. Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator dan dalam sisi penerima memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang

realitas. Seorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman dan pengetahuannya sendiri Eriyanto dalam Rosel (2017:19).

Teori konstuksionis menyatakan bahwa individu menginterpretasi dan bereaksi menurut kategori konseptual dan pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri inividu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut.

Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Tidak ada realitas yang bersifat objektif karena realitas tercipta melalui konstruksi dan pandangan tertentu. Fakta diproduksi dan ditampilkan secara simbolik sehingga realitas tergantung pada bagaimana fakta tersebut dilihat dan dikonstruksi.

Dalam proses konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Bahasa menjadi instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Keberadaan bahasa tidak lagi menjadi sebagai alat untuk menggambarkan suatu realitas saja, melainkan juga menentukan gambaran mengenai suatu realitas yang akan muncul di benak khalayak. Oleh sebab itu penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas karena bahasa mengandung makna. Pengguna bahasa tertentu dengan demikian berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya, semua proses konstruksi, mulai dari pemilihan fakta, sumber,

pemakaian kata, gambar hingga proses penyuntingan, memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak.

Secara esensial, pendekatan konstruktivis pada media, wartawan dan berita dapat dirangkum dalam enam perspektif (Eriyanto, 2012:22-36), yaitu :

- a. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstrutivis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu ada karena diciptakan dan dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas itu bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana wartawan memaknai suatu peristiwa. Pandangan utama dalam konstruktivisme adalah fakta berupa kenyataan itu bukanlah sesuatu yang *real*, melainkan tergantung kepada pemikiran orang yang memaknai fakta tersebut.
- b. Media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstrutivis, media bukan suatu saluran yang bebas. Media juga menjadi subjek atau agen yang turut mengkonstruksi realitas, melalui pandangannya, bias dan keberpihakannya. Maka berita yang diberitakan oleh media tidak hanya menggambarkan realitas, tidak hanya menunjukkan pendapat sumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri.
- c. Berita bukan refleksi dari realitas, hanya konstruksi atas realitas. Bagaimana suatu realitas dijadikan berita, tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu, sehingga sangat besar kemungkinan berita merupakan cerminan dari realitas. Fakta yang sama bisa saja

menghasilkan berita yang berbeda, tergantung dari sudut pandang yang berbeda.

- d. Berita bersifat subjektif atas realitas. Berita subjektif lahir dari sisi lain wartawan. Karena wartawan sendiri melihat dengan perspektif dan berbagai pertimbangan subjektifnya. Penempatan sumber berita yang lebih ditonjolkan dari sumber lainnya, menempatkan wawancara seorang tokoh lebih besar dengan tokoh lainnya, liputan yang hanya satu, tidak berimbang. Bagi kaum konstruktivis, hal itu bukanlah merupakan sebuah kekeliruan atau bias, tetapi dianggap memang itulah praktek yang dijalankan oleh wartawan.
- e. Wartawan bukanlah pelapor, melainkan agen konstruksi realitas. Menurut pandangan kaum konstruktivis, wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya, karena ia merupakan bagian yang intrinsik dalam pembentukan berita. Dan berita bukan produk individual, melainkan juga bagian dari proses organisasi dan interaksi wartawan di dalam suatu media.
- f. Etika, pilihan moral dan keberpihakan wartawan adalah bagian integral dalam produksi berita. Aspek etika, moral dan nilai-nilai tertentu tidak dapat dihilangkan dalam pemberitaan media. Wartawan bukan robot yang meliput apa adanya, apa yang dilihat tanpa interpretasi apapun. Etika dan moral dalam banyak hal dapat berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu yang merupakan integral dan tidak terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas sosial.

7. Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of reality: A treatise in the Sociological of knowledge* (1996). Ia menggambarkan proses social melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang di miliki dan dialami bersama secara subyektif (Bungin, 2008:13).

Dalam kehidupan sehari-hari manusia menggunakan dasar-dasar pengetahuan sehari-hari; obyektivasi (pengobyektivan) dari proses (dan makna-makna) subyektif dengan mana dunia akal sehat intersubyektif itu di bentuk. Gagasan konstruksi sosial telah dikoreksi oleh gagasan dekonstruksi yang melalukan interpretasi terhadap teks, wacana, dan yang terkenal dengan gagasan-gagasan deconstruction. Gagasan ini kemudian melahirkan tesis-tesis keterkaitan antara kepentingan (*interest*) dan metode penafsiran (*interpretation*) atas realitas sosial Nugroho dalam Bungin (2008:23).

Realitas yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas obyektif, realitas simbolis, dan realitas subyektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada diluar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali

realitas obyektif dan simbolis kedalam individu melalui proses internalisasi Henry dalam Bungin (2008:24).

Pada tahun 1978 Derrida menjelaskan bahwa interpretasi yang digunakan individu terhadap realitas sosial bersifat sewenang-wenang. Gagasan Derrida itu sejalan dengan gagasan Habermas tahun 1972 bahwa terdapat hubungan strategis antara pengetahuan manusia (baik empiris-analitis, historis-hermeneutik, maupun kritis) dengan kepentingan (teknis, praktis, atau yang bersifat emansipatoris) walau tidak dapat disangkal bahwa yang terjadi juga bisa sebaliknya bahwa pengetahuan adalah produk kepentingan (Bungin, 2008:23). Menurut Berger dan Luckmann dalam Bungin (2008:23), pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang dimasyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial.

Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Kalau konstruksi sosial adalah konsep, kesadaran umum dan wacana publik maka sebenarnya menurut Gramsci, Negara melalui alat pemaksa, seperti birokrasi, administrasi maupun militer ataupun melalui supremasi terhadap masyarakat dengan mendominasi kepemimpinan moral dan intelektual secara konsensual Sugiono dalam Bungin (2008:24).

Realitas yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas obyektif, realitas simbolis, dan realitas subyektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada diluar diri individu,

dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas obyektif dan simbolis kedalam individu melalui proses internalisasi Henry dalam Bungin (2008:24).

8. Teori Ekonomi Politik Media

Istilah ekonomi politik menurut Mosco sebagai mempelajari tentang hubungan sosial, terutama kekuasaan yang saling menguntungkan antara sumber-sumber yang terkait dengan komunikasi. Dari pendapat Mosco dapat dipahami pengertian ekonomi politik secara lebih sederhana, yaitu hubungan kekuasaan (politik) dalam sumber-sumber ekonomi yang ada di masyarakat.

Bila seseorang atau sekelompok dapat mengontrol masyarakat berarti dia berkuasa secara *de facto*, walaupun *de jure* tidak memegang kekuasaan sebagai eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Pandangan Moscow tentang penguasa lebih ditekankan pada penguasa dalam arti *de facto*, yaitu orang atau kelompok orang yang mengendalikan kehidupan masyarakat. Sedangkan dasar dari kehidupan sosial adalah ekonomi. Maka pendekatan ekonomi politik merupakan cara pandang yang dapat membongkar masalah atau suatu masalah yang tampak pada permukaan (Rosel, 2017:26-27).

Mosco juga mengidentifikasi tiga karakteristik penting ekonomi politik, yaitu :

- a. Awal studi perubahan sosial dan transformasi sejarah.

- b. Ekonomi politik juga memiliki ketertarikan dalam memeriksa sosial secara keseluruhan hubungan sosial yang membentuk lapangan ekonomi, politik, sosial dan kultural.
- c. Ekonomi politik berkomitmen pada filosofi moral, memiliki ketertarikan dalam nilai sosial dan prinsip moral.

Setelah mengidentifikasi tiga karakteristik penting dalam ekonomi politik, Mosco mengembangkan kerangka acuan dari ekonomi politik ke dalam suatu proses komunikasi dengan tiga proses. Dimulai dari komodifikasi kemudian dilanjutkan dengan spesialisasi institusional dan strukturalisasi. Ketiga proses ini disebut dengan *entry point* Mosco dalam Mawardi (2012:21).

Kegunaan ekonomi politik dalam komunikasi adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan signifikansi dari bentuk produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas serta peraturan yang mengatur struktur media tersebut, khususnya oleh Negara. Gaya produksi media dan hubungan ekonomi kemudian menjadi dasar atau elemen penentu dalam pikiran kita, semua hal dibentuk oleh sistem pada pikiran manusia Berger dalam Mawardi (2012:22).

Sistem ekonomi memaksa media untuk bekerja sesuai roda perekonomian yang berjalan. Kemampuan media sebagai institusi dapat bertahan hidup dalam masyarakat tergantung pada bagaimana cara media menyesuaikan diri dengan sistem ekonomi yang berjalan.

Masyarakat memerlukan informasi dan juga hiburan dengan berbagai cara. Kebutuhan tersebut difasilitasi oleh media yang juga ingin menguatkan

kedudukan ekonominya dalam sistem ekonomi masyarakat. Hubungan yang terjadi antara produsen dan konsumen ini menjadi hubungan timbal balik yang terus berkesenambungan, ketika media massa seperti televisi, tunduk pada kepentingan modal, maka kepentingan masyarakat bisa menjadi ambivalen. Konsekuensi keadaan seperti ini tampak dalam wujud berkurangnya jumlah sumber media independen, terciptanya konsentrasi pada pasar besar, munculnya sikap bodoh terhadap calon khalayak pada sektor kecil.

Menurut Murdock dan Gokling dalam Mawardi (2012:22), efek kekuatan ekonomi tidak langsung secara acak, tetapi terus menerus, “pertimbangan untung rugi diwujudkan secara sistematis dengan memantapkan kedudukan kelompok-kelompok yang sudah mapan dalam pasar media massa besar dan mematikan kelompok-kelompok yang tidak memiliki modal dasar yang diperlukan untuk mampu bergerak. Oleh karena itu pendapat yang dapat diterima berasal dari kelompok yang cenderung tidak melancarkan kritikan terhadap distribusi kekayaan dan kekuasaan yang berlangsung. Sebaliknya, mereka yang cenderung menantang kondisi semacam itu tidak dapat mempublikasikan ketidakpuasan atau ketidaksetujuan mereka karena mereka tidak mampu menguasai sumber daya yang diperlukan untuk menciptakan komunikasi efektif terhadap khalayak luas.

9. Analisis *Framing*

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atau peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. Analisis *framing* adalah analisis yang

digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2012:11).

Menurut Eriyanto dalam buku Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media (2012:11), ada dua esensi utama dari *framing*, pertama bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Kedua bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. Dalam analisis *framing* yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca.

Robert N. Entman adalah salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Konsep framing oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu (Eriyanto, 2012:221-224) :

- a. Seleksi Isu, aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berita yang

dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau agian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.

- b. Penonjolan Aspek, aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Entman merumuskannya ke dalam bentuk model *framing* sebagai berikut :

Tabel 2.1

Model Analisis *Framing* Robert N. Entman

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa ? atau sebagai masalah apa ?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh siapa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah ? siapa (actor) yang dianggap sebagai penyebab masalah ?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan Moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan ?
<i>Treatment Recommendation</i> (menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah ?

(Sumber: Eriyanto, 2012:223-224)

Konsep mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing.

Define problems (pendefinisian masalah), merupakan elemen master frame/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami.

Diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai actor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah.

Make moral judgement (membuat pilihan moral) adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Elemen *framing* yang terakhir adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian), elemen ini dipakai untuk melihat apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2012:225-227).

B. Defenisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam kajian ini, maka konsep teori perlu dioperasionalkan sebagai tolak ukur dalam penelitian ini. Menurut Kriyantono (2006 : 26) riset tergantung ada pengamatan dan pengamatan tidak dapat dibuat tanpa sebuah pernyataan atau batasan yang jelas mengenai apa yang diamati.

Defenisi operasional dalam penelitian ini yaitu mengenai sebuah defenisi yang akan memberikan penjelasan terhadap pendekatan teori yang digunakan untuk membahas Konstruksi Media *Online* Dalam Polemik Pengakuan Antasari Azhar.

1. Polemik

Sejenis diskusi atau perdebatan sengit yang diadakan di tempat umum atau media massa berbentuk tulisan. Polemik biasa digunakan untuk menyangkal atau mendukung suatu pandangan agama atau politik.

2. Konstruksi Realitas Sosial

Individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subyektif. Realitas sosial di konstruksikan melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Kontruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

3. Berita

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Kualitas berita harus memenuhi kriteria umum penulisan yaitu 5W+1H, selain kriteria tersebut ada juga yang wajib

dimengerti dalam menulis berita yaitu persyaratan bentuk. Dalam persyaratan bentuk lebih sering dikenal dengan piramida terbalik.

4. Framing

Framing bukan hanya berkaitan dengan skema individu (wartawan), melainkan juga berhubungan dengan proses produksi berita. Produksi berita berhubungan dengan bagaimana rutinitas yang terjadi dalam ruang pemberitaan yang menentukan bagaimana wartawan didikte/dikontrol untuk memberitakan peristiwa dalam perspektif tertentu.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dan Persamaan Penelitian
1.	Ana Maria Sarmiento Gaio (2015)	Analisis framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK VS POLRI di Vivanews.co.id dan Detiknews.com	vivanews.co.id cenderung memojokkan Jokowi bahwa keputusannya dalam mengajukan Budi Gunawan sebagai calon Kapolri adalah awal dari konflik tersebut, namun berbeda detiknews.com yang mana meminta presiden Jokowi mengakhiri konflik tersebut dengan mempertimbangkan masukan dari tim independennya.	Penelitian Ana Maria Sarmiento menggunakan dua media online Vivanews.co.id dan Detiknews.com sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan satu media online Sindonews.com sebagai objek penelitian, dan persamaan penelitian tersebut adalah menggunakan analisis framing Robert Entman.
2	Slamet Dodi Kresno (2014)	Konstruksi Sosial Pemberitaan Kasus Simulator SIM di Media Online Kompas.com	Kompas.com dalam pemberitaannya cenderung melihat KPK semakin berani mengusut tuntas kasus korupsi di negeri ini. Kecenderungan ini terlihat dari seringnya Kompas.com menampilkan pemberitaan tentang keberhasilan atas kinerja KPK dalam mengusut Korupsi.	Dalam penelitian Dodi Kresno memakai objek media online Kompas.com, sedangkan penelitian ini menggunakan media online sindonews.com sebagai objek penelitian. persamaan penelitian tersebut adalah menggunakan analisis framing Robert Entman.

Sumber: Google Cendikia