



**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN MENGENAI
PENETAPAN KAESANG PANGAREP MENJADI KETUA
UMUM PSI PADA MEDIA *ONLINE* REPUBLIKA.CO.ID DAN
MEDIAINONESIA.COM**

SKRIPSI

NAMA : ANGGI PREMIHARTA

NIM : 20190400074

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023



**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN MENGENAI
PENETAPAN KAESANG PANGAREP MENJADI KETUA
UMUM PSI PADA MEDIA *ONLINE* REPUBLIKA.CO.ID DAN
MEDIAINONESIA.COM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

DISUSUN OLEH :

NAMA : ANGGI PREMIHARTA

NIM : 20190400074

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Framing Pemberitaan Mengenai Penetapan Kaesang
Pangarep Menjadi Ketua Umum PSI Pada Media *Online*
Republika.co.id dan MediaIndonesia.com

Nama : Anggi Premiharta

NIM : 20190400074

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 12 Februari 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom
NIDN : 0401018307

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom
NIDN : 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa,

Nama : Anggi Premiharta

NIM : 20190400074

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Analisis Framing Pemberitaan Mengenai Penetapan Kaesang Pangarep Menjadi Ketua Umum PSI Pada Media *Online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com

Dinyatakan layak untuk mengikuti sidang skripsi

Tangerang, 12 Februari 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom
NIDN : 0401018307

Dosen Pembimbing

Pia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom
NIDN : 0310048205



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Anggi Premiharta
NIM : 20190400074
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Framing Pemberitaan Mengenai Penetapan Kaesang Pangarep Menjadi Ketua Umum PSI Pada Media *Online* *Republika.co.id* dan *MediaIndonesia.com*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Buddhi Dharma

Tim Penguji

1. Ketua Penguji : FX. Rahyono, S.S, M.Hum
NIDN: 8918350022
2. Penguji 1 : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
NIDN: 0411118205
3. Penguji 2 : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
NIDN: 0401018307

Dekan Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Buddhi Dharma



Sonya Ayu Kumala, S.Hum, M.Hum
NIDIN : 0418128601



PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah karya saya sendiri baik dari segala sumber yang dikutip maupun yang saya nyatakan sendiri dengan benar

Nama : Anggi Premiharta

NIM : 20190400074

Tanda Tangan :



Tanggal : 12 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatNya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora. Penulis juga mengucapkan terima kasih tak terhingga pada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam proses penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan hati yang tulis dan ikhlas, kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., B.K.P., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.I.kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom, Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan pengetahuan, bimbingan, saran dan dukungan untuk peneliti agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Para Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga ilmu yang telah disampaikan tersebut bermanfaat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
6. Kepala Tata Usaha dan staf Administrasi di Fakultas Sosial Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan bantuan dalam hal administrasi sejak awal masuk perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

7. Kedua Orang Tua dan Adik penulis yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan nasihat kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan dan melewati proses pengerjaan skripsi ini sampai tahap akhir.
8. YM. Bhikksu Vidya Sasana Mahasthavira selaku Pembina Yayasan Bodhidharma Pakopen, guru yang membimbing penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan dan kehidupan.
9. Keluarga besar Pusdiklat Buddhis Bodhidharma yang tersayang. Terkhusus untuk Lu's Family (Kak Seni, Angga, Dwi, dek Mevi & Sastrawan), terimakasih sudah menjadi *support system* penulis, yang telah memberi dukungan dan dorongan penuh dalam penyusunan skripsi ini setiap harinya.

Penulis berharap dengan adanya karya tulis skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan masyarakat luas mengenai analisis *framing* pada pemberitaan di media *online*. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu, penulis mengharpkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca, terimakasih.

Tangerang, Maret 2024

Anggi Premiharta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	ixi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	7
1.3 Identifikasi dan Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Teoretis	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 Komunikasi Massa.....	21
2.2.3 Media Massa	23
2.2.4 Media Online.....	24
2.2.5 Berita.....	25
2.2.6 Analisis <i>Framing</i>	29
2.2.6.1 <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Pendekatan Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian.....	36
3.4 Subjek/objek Penelitian.....	36
3.4.1 Subjek penelitian.....	36

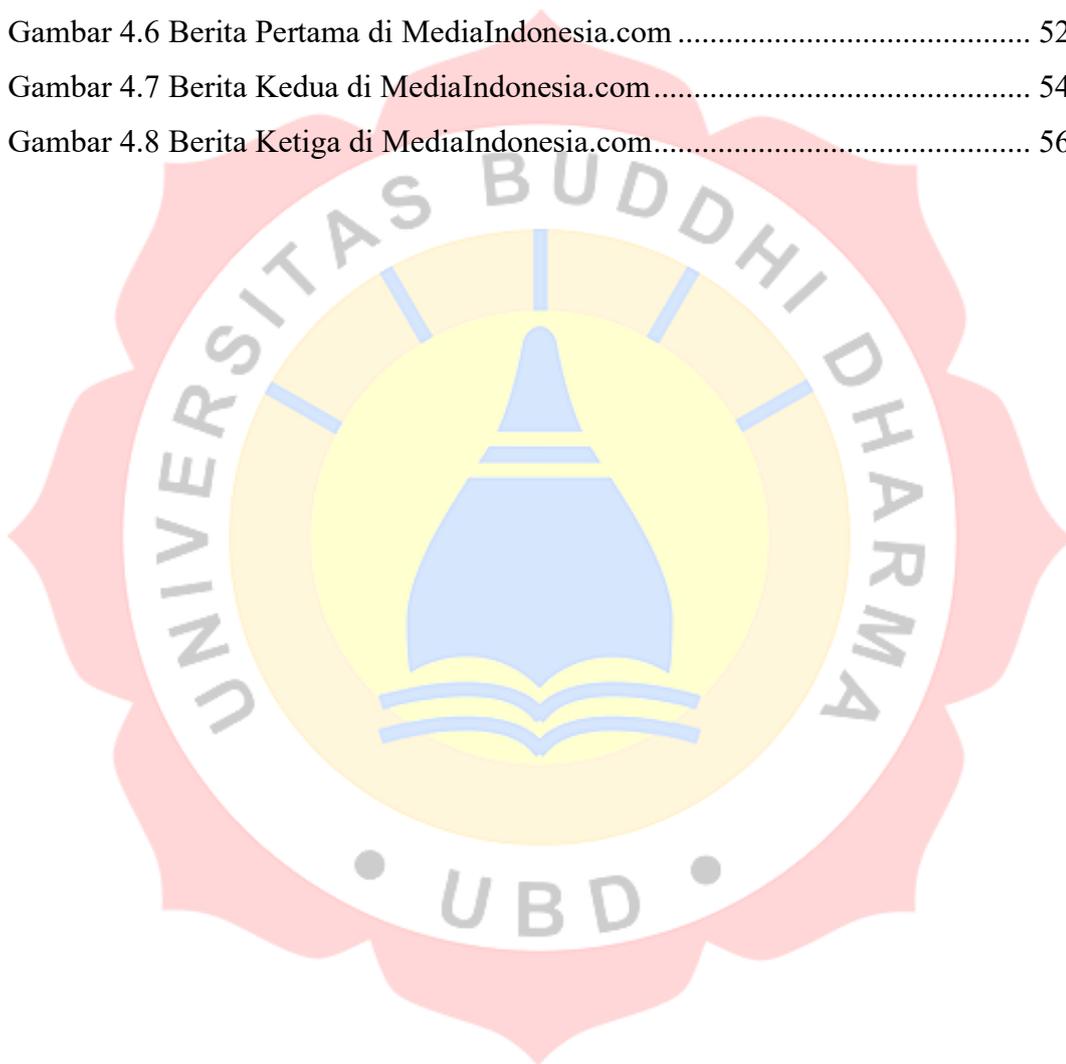
3.4.2 Objek penelitian	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	38
4.1.1.1 Profil Republika.co.id	38
4.1.1.2 Profil MediaIndonesia.com	43
4.1.2 Hasil Temuan Data Berita	47
4.1.2.1 Berita Republika.co.id.....	47
4.1.2.2 Berita MediaIndonesia.com.....	52
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Pembingkaiian Pemberitaan (Analisis <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Mengenai Penetapan Kaesang Pangarep Menjadi Ketum PSI Pada Berita Republika.co.id)	58
4.2.2 Pembingkaiian Pemberitaan (Analisis <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Mengenai Penetapan Kaesang Pangarep Menjadi Ketum PSI Pada Berita MediaIndonesia.com)	72
4.2.3 Perbedaan <i>Framing</i> Pemberitaan Republika.co.id dan MediaIndonesia.com.....	84
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tebel 2.1 Kerangka <i>Framing</i> Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki.....	30
Tebel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	34
Tebel 4.1 Susunan Manajemen Republika.co.id	39
Tebel 4.2 Susunan Redaksi Republika.co.id	41
Tebel 4.3 Susunan Manajemen dan Dewan Redaksi MediaIndonesia.com.....	46
Tebel 4.4 Susunan Redaksi MediaIndonesia.com.....	46
Tebel 4.5 Analisis Berita Pertama di Republika.co.id.....	60
Tebel 4.6 Analisis Berita Kedua di Republika.co.id	65
Tebel 4.7 Analisis Berita ketiga di Republika.co.id	69
Tebel 4.8 Analisis Berita Pertama di MediaIndonesia.com	74
Tebel 4.9 Analisis Berita Kedua di MediaIndonesia.com	78
Tebel 4.10 Analisis Berita Ketiga di MediaIndonesia.com.....	82
Tebel 4.11 Perbedaan <i>Framing</i> Pemberitaan Republika.co.id dan MediaIndonesia.com	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Republika.....	38
Gambar 4.2 Logo MediaIndonesia.....	43
Gambar 4.3 Berita Pertama di Republika.co.id.....	47
Gambar 4.4 Berita Kedua di Republika.co.id	48
Gambar 4.5 Berita Ketiga di Republika.co.id.....	50
Gambar 4.6 Berita Pertama di MediaIndonesia.com	52
Gambar 4.7 Berita Kedua di MediaIndonesia.com.....	54
Gambar 4.8 Berita Ketiga di MediaIndonesia.com.....	56



ABSTRACT

This research aims to determine the framing of the news regarding the appointment of Kaesang Pangarep as Chairman of the PSI on the online media Republika.co.id and MediaIndonesia.com as well as the differences in the framing. This research uses framing analysis theory with the Zhongdang Pan and M Kosicki model. The research method used is descriptive qualitative with a constructivist paradigm. In this research, the data source comes from news regarding the appointment of Kaesang Pangarep as PSI General Chair, consisting of three news stories on Republika.co.id and three news stories on MediaIndonesia.com, for the period 25-28 September 2023. The conclusions obtained show that the online media Republika. co.id places more emphasis on information and reasons regarding the appointment of Kaesang Pangarep as General Chair of the Indonesian Solidarity Party (PSI) in the form of positive support regarding Kaesang's appointment. Meanwhile, on MediaIndonesia.com, the reporting places more emphasis on the background and impact of Kaesang's appointment as general chairman of the Indonesian Solidarity Party (PSI), which leads to a negative assessment of the news about Kaesang's appointment as PSI chairman. There are differences in the framing of the two online media, namely that the online media Republika.co.id script fulfills the 5W+1H elements. Meanwhile, the online media MediaIndonesia.com does not fulfill the 5W+1H elements. Furthermore, the online media Republika.co.id emphasizes the content of the news using images that do not visualize the news being discussed, while the online media MediaIndonesia.com is more visualizing the news being discussed.

Keywords: communication, online media, News, framing analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembingkaiian pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI pada media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com serta perbedaan framingnya. Penelitian ini menggunakan teori analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan M Kosicki. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Dalam penelitian ini sumber data berasal dari pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI yang terdiri dari tiga berita di Republika.co.id dan tiga berita di MediaIndonesia.com, periode 25-28 September 2023. Kesimpulan yang diperoleh menunjukkan bahwa media *online* Republika.co.id lebih menekankan pada informasi dan alasan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI) berupa dukungan yang positif mengenai penetapan Kaesang tersebut. Sedangkan pada MediaIndonesia.com pemberitaannya lebih menekankan pada latar belakang dan dampak dari penetapan Kaesang menjadi ketua umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang mengarah pada penilaian negatif terhadap pemberitaan ditetapkannya Kaesang menjadi Ketum PSI tersebut. Terdapat perbedaan *framing* pada kedua media online tersebut, yaitu pada media online Republika.co.id secara skrip memenuhi unsur 5W+1H. Sedangkan pada media online MediaIndonesia.com kurang memenuhi unsur 5W+1H. Selanjutnya, pada media online Republika.co.id dalam menekankan isi beritanya menggunakan gambar yang kurang memvisualisasikan berita yang diangkat, sedangkan pada media online MediaIndonesia.com lebih memvisualisasikan berita yang diangkat.

Kata Kunci: Komunikasi, Media *Online*, Berita, Analisis *Framing*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan komunikasi dalam berhubungan dengan sesama, baik dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat dan bernegara. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia karena dapat membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan. Maka dari itu, komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Melansir dari *suara sosial.com* fungsi komunikasi menurut (Harold D. Lasswell) yaitu untuk mengontrol lingkungan, sarana beradaptasi dengan lingkungan di mana pun kita berada, dan melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi-generasi selanjutnya.¹

Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting karena mampu mengubah perilaku setiap manusia. Selain itu, komunikasi juga memiliki fungsi untuk memajukan peradaban, kebudayaan, dan menghindarkan perpecahan sesama manusia dalam lingkungan Masyarakat. Salah satu jenis komunikasi ialah “komunikasi massa” yang berarti sebuah bentuk komunikasi yang memiliki jumlah komunikator yang banyak. Komunikasi Massa adalah komunikasi melalui media massa (cetak dan elektronik) maupun media *online*.

Pada awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata “*media of mass communication*” yang artinya media komunikasi massa. Oleh karena itu, komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai sebuah proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massa

¹ <http://suarasosial.com/2017/12/26/apa-sih-pentingnya-komunikasi-terutama-peran-komunikasi-dalam-organisasi>. Diakses pada 21 Oktober 2023 pukul 19.00 wib

melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain (Nurudin, 2016:4).

Secara umum fungsi komunikasi massa ada empat, sebagai berikut: (1) menginformasi (*to inform*) adalah fungsi yang memberikan informasi serta menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang kejadian yang sedang berlangsung, (2) mendidik (*to educate*) adalah fungsi komunikasi yang digunakan untuk dapat menjadi sarana pendidikan, (3) menghibur (*to entertain*) adalah fungsi interaksi yang digunakan sebagai sarana membahagiakan individu lain, (4) mempengaruhi (*to influence*) merupakan peran interaksi atau komunikasi guna mempengaruhi individu dan mempengaruhi pikiran komunikan untuk merubah tindakan maupun tingkah laku komunikan.²

Berbicara mengenai bagaimana sebuah informasi atau berita dapat tersampaikan, maka tentunya tidak terlepas dengan sebuah perantara yaitu media massa. Dalam setiap harinya media menyajikan berbagai macam informasi untuk memenuhi kebutuhan publik yang selalu menginginkan informasi aktual dan faktual sebagai kebutuhannya. Oleh karena itu, peranan media sangat penting sebagai penyedia informasi bagi masyarakat luas saat ini.

Menurut Nurudin (2016:5), media massa dalam komunikasi massa bisa dikatakan bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Namun dia juga mengatakan dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Dengan adanya internet, informasi lebih mudah dan cepat didapatkan, seperti halnya dalam mengakses berita, publik di mudahkan dengan adanya media *online*.

² <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-massa/#2> Onong Uchjana Effendy diakses pada 30 oktober 2023 pukul 20.40 wib.

Media *online* merupakan salah satu di antara saluran berita yang memungkinkan masyarakat dapat mengaksesnya tanpa batas ruang dan waktu. Hal ini terjadi karena kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih. Kemudahan dalam mengakses media *online* tidak menutup kemungkinan tingkat konsumsi masyarakat pada berita juga meningkat. Seperti yang dikutip dari *Databoks.katadata.co.id*, menurut *Reuters Institute* yang merilis laporan *Digital News Report 2022*, tentang lanskap media massa, di mana Indonesia juga termasuk dalam laporan tersebut. Laporan itu menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mayoritas mengonsumsi media daring sebagai sumber berita dengan persentase yang sangat tinggi yaitu sebesar 88%.³

Maka dengan sangat tingginya konsumsi Masyarakat pada berita melalui media *online*, tentu memberikan pengaruh pada lingkungannya. Media merupakan mesin yang secara aktif dapat mengubah perilaku masyarakat. Bagi media, berita merupakan bingkai yang membatasi pemahaman pembaca melalui serangkaian paragraf di setiap berita.

Octama dalam Leliana, dkk (2018:61), mengetahui bahwa media dalam memaknai isu suatu kasus, tentunya memiliki persepsi dan pemaknaan yang berbeda-beda. Perspektif dalam menulis berita, mulai dari sudut berita, pemaknaan suatu kasus, gaya penulisan berita, kategorisasi, serta unsur-unsur tersendiri yang terkandung di dalam penulisan berita sesuai dengan isu-isu yang akan dimunculkan. Berita yang dibuat tentunya memiliki kebijakan tersendiri oleh keredaksian, yang dapat membatasi kebebasan wartawan dalam menulis berita. Kebijakan redaksional tersebut menjadi pedoman dalam menentukan kejadian macam apa yang patut media *online* angkat menjadi berita, serta dipilih untuk disampaikan kepada masyarakat.

³ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia> diakses pada 13 November 2023 pukul 18.50 wib.

Setiap media *online* tentu memiliki identitas khas yang berbeda dalam mengemas dan membingkai suatu berita. Dengan demikian, ketika menerima berita mengenai suatu peristiwa, khalayak harus jeli dan selektif dalam memilih berita yang diterimanya. Untuk membedah cara-cara media membingkai suatu berita tersebut diperlukan suatu pendekatan yaitu dengan menggunakan analisis *framing*. Analisis *framing* di didefinisikan sebagai analisis yang bertujuan mengetahui bagaimana realitas di bingkai oleh media melalui proses konstruksi (Aliya, 2023:25)

Menurut Sobur (2009:162), *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Berdasarkan pengertian tersebut, maka analisis *framing* dapat diartikan sebagai cara bagaimana wartawan melaporkan sebuah peristiwa berdasarkan posisinya saat menganalisis berita. Analisis *Framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media.

Salah satu model analisis *framing* yang banyak digunakan oleh para peneliti yaitu analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut pandangannya terhadap *framing*, ia mengoprasionalisasikan empat kerangka struktural teks berita sebagai perangkat *framing* yaitu: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Ke-empat kerangka struktural ini membentuk sejenis tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide (Sobur, 2012:161).

Mengutip Tabroni dalam Aliya (2023:2), Masyarakat sebagai konsumen media sekaligus sebagai objek opini publik, seringkali terabaikan haknya untuk mendapatkan informasi yang berimbang, mencerdaskan, dan tentunya objektif. Pada dasarnya Masyarakat yang menerima berita sesungguhnya selain hanya untuk sekedar memuaskan pencariannya atas informasi, mereka juga mencari berita yang sedang marak di bicarakan atau

dalam bahasa gaul saat ini yaitu *berita viral*. Setidaknya saat ini, selain berita kriminal yang selalu hangat diperbincangkan ada juga berita politik yang setiap harinya selalu ada untuk di perbincangkan,

Media berita *online*, menjadi salah satu yang berperan penting dalam memberikan pembelajaran politik bagi Masyarakat, Namun realisasi peran media *online* tersebut tidak berjalan sempurna karena keberpihakan kepada kepentingan politik terlalu tinggi. Hal ini karena media efektif sebagai titik pertemuan antara banyak unsur kekuatan yang ingin mendapatkan simpati dari Masyarakat. Misalnya ketika kampanye politik, maka media tertentu akan melakukan *branding* politik pada satu calon, dengan tujuan mencari suara dan dukungan dari Masyarakat. Media juga disebut sebagai agen atau subjek konstruksi yang tidak hanya sebagai saluran bebas melainkan subjek yang mengkonstruksi realitas bersama dengan pemihakannya, pandangannya, dan biasanya (Eriyanto, 2002:26).

Salah satu pemberitaan politik yang sedang hangat dan gencar-gencarnya para pelaku media angkat adalah berita mengenai ditetapkannya Kaesang Pangarep menjadi ketua umum PSI (Partai Solidaritas Indonesia). Putra bungsu dari Presiden Republik Indonesia ke-7 ini ditetapkan sebagai ketua umum saat KOPDARNAS PSI di Djakarta Theater, Jakarta Pusat, pada Senin 25 September 2023. Penetapan Kaesang ini sempat menjadi pusat perhatian publik karena ia ditetapkan menjadi Ketua Umum dari Partai Solidaritas Indonesia setelah hanya berselang dua hari bergabung dengan partai tersebut.⁴

Pemberitaan mengenai ditetapkannya Kaesang menjadi ketua umum PSI ini tidak sedikit menuai pro dan kontra di lingkungan masyarakat, apalagi dengan beragam pemberitaan yang muncul di media *online*, semakin membuat masyarakat menjadi bingung dengan peristiwa ini. Ada berita media

⁴ <https://news.republika.co.id/berita/s1lj6484/kaesang-pangarep-resmi-gantikan-giring-jadi-ketum-psi>
diakses pada 10 oktober 2023 pukul 18.35 wib

online yang memberitakan penetapan Kaesang ini mengabaikan nilai-nilai dalam proses pengkaderisasian untuk dijadikan alat bagi segelintir orang demi kepentingan para *elite* politik. Namun tidak sedikit juga yang memberitakan bahwa dengan bergabungnya Kaesang Pangarep di PSI dan menjadi Ketua Umum partai, justru menjadi semangat bagi kaum muda untuk tidak antipati pada politik di Indonesia.

Dengan bergabungnya Kaesang Pangarep dan menjadi Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI), yang digadang-gadang sebagai partainya anak muda (kaum milenial) ini, belakangan menjadi *hot topic* pemberitaan di hampir seluruh media *online* di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa betapa besar pengaruh ketua umumnya yang baru, yang mana tidak langsung menjadi “kampanye politik” bagi partai itu sendiri.

Pada penelitian ini penulis memilih Republika.co.id dan MediaIndonesia.com untuk diteliti karena kedua media *online* tersebut menjadi bagian dari saluran berita yang dikenal banyak oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, Republika.co.id pernah mendapatkan penghargaan dari Serikat Perusahaan Pers (SPS) sebagai salah satu pemenang *Media Brand Awards 2023* untuk kategori media nasional. Begitu juga dengan [MediaIndonesia](http://MediaIndonesia.com) juga pernah meraih dua penghargaan *Indonesia Print Awards (IPMA) 2023*. Pertama, *The Best of Travel and Sport Photography (Silver Winner)* dan *The Best of National Newspaper (Silver Winner)*. Oleh karena itu, meskipun tema yang diangkat sama, cara seseorang mempresentasikan ide *framing* di salah satu dari dua platform media *online* tersebut akan berbeda, sebagaimana masing-masing saluran berita mempunyai karakteristik tersendiri dalam mengemas berita yang menarik bagi para pembacanya.

Dengan demikian, maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui suatu proses *framing* dan melihat bagaimana pola pembingkaihan yang diimplementasikan oleh berita media *online* [Media Indonesia.com](http://MediaIndonesia.com) dan Republika.co.id, periode 25-28 September 2023. Berdasarkan pemaparan yang telah penulis uraikan sebelumnya maka

penulis menetapkan judul penelitian dengan topik “**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN MENGENAI PENETAPAN KAESANG PANGAREP MENJADI KETUA UMUM PSI PADA MEDIA *ONLINE* REPUBLIKA.CO.ID DAN MEDIAINDONESIA.COM**”.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti memfokuskan penelitian pada penetapan Kaesang Pangarep ditetapkan sebagai ketua umum PSI yang terbit di media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com periode 25-28 September 2023, total berita yang akan dianalisis yaitu 6 berita, 3 berita dari Republika.co.id dan 3 berita MediaIndonesia.com.

Peneliti membatasi waktu periode pada bulan tersebut untuk dianalisis, karena pada bulan itu penetapan Kaesang Menjadi Ketum PSI dideklarasikan dan media sedang hangat-hangatnya menginformasikan peristiwa tersebut.

1.3 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang beserta Batasan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pembingkaiian pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi ketum PSI pada media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com?
2. Bagaimana perbedaan *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi ketum PSI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah di susun sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI pada media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com.

2. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh media *online* Republika.co.id dan Media Indonesia.com pada kasus mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan menetapkan rumusan masalah di atas, peneliti berharap penelitian yang dilakukan mampu membawa manfaat akademis dan manfaat praktis. Manfaat akademis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi koleksi penelitian yang tersedia di perpustakaan, sebagai sumber bacaan atau referensi pembelajaran untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam mengkaji pembingkaihan isu pemberitaan media *online* di masa mendatang.

Adapun manfaat praktik dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi pembelajaran dan dapat menambah pengetahuan mengenai pembingkaihan pemberitaan yang dilakukan oleh portal berita *online*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian. Penulis terlebih mencari studi sebelumnya yang relevan untuk bisa menunjang penelitian ini. Berikut penelitian yang sejenis peneliti jadikan acuan untuk melakukan penelitian ini yaitu berupa Skripsi, *Tesis* dan Jurnal.

Berikut pemaparan hasil penelitian terdahulu berupa **Skripsi**, antara lain:

1. Skripsi oleh Nur Alfin Bintang Perkasa (2021), Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, dengan judul “**Analisis *Framing* Pemberitaan Banjir di Jakarta Periode Januari 2020 Di Media Online Republika Dan Media Indonesia**”. Dengan memanfaatkan metode penelitian analisis *framing* Robert N. Entman, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat beberapa perbedaan merujuk kepada berita-berita yang telah disampaikan, frame yang dikembangkan oleh Republika.co.id menempatkan dirinya sebagai media yang berada di pihak pemerintah provinsi, Republika.co.id menilai banjir merupakan masalah yang harus dihadapi bersama-sama sehingga dapat mencari solusi yang terbaik dan tidak saling menyalahkan atas kejadian yang terjadi. Sedangkan Media Indonesia.com menjadi pihak yang menilai bahwa pemerintah provinsi tidak siap menghadapi banjir karena beberapa faktor yang tidak bisa diselesaikan akibatnya dampaknya tidak bisa ditoleransi.

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nur Alfin Bintang Perkasa memanfaatkan teori Robert N. Entman, sedangkan peneliti memanfaatkan teori dari Zhongdang Pan dan M. Kosicki. Selanjutnya meskipun saluran media berita *online* yang digunakan sama, tetapi objek yang diteliti berbeda. Nur Alfin Bintang

Perkasa meneliti pemberitaan banjir di Jakarta sedangkan penulis dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah pemberitaan penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

2. Skripsi oleh Citra Hayati Nainggolan (2017), Universitas Diponegoro Semarang, dengan judul “**Analisis *Framing* Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam kasus Korupsi E-Ktp (Tribun News, Jawa Pos, Dan Suara Merdeka Periode Agustus - November 2015 Dan Maret 2017)**”. Dengan memanfaatkan analisis *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan Tribun News, Jawa Pos, dan Suara Merdeka dalam kasus E-KTP tersebut menuju pada tujuan yang sama yaitu untuk membandingkan pemberitaan Ganjar Pranowo sebelum dan sesudah kasus E-KTP. Hasil dari analisis *framing* pada pemberitaan Tribunnews yaitu adanya perubahan sikap dari yang memihak sampai dengan menyudutkan Ganjar sebagai penerima suap E-KTP. Berbeda dengan Jawa Pos yakni sikap yang pro pada Ganjar baik sebelum dan sesudah adanya pemberitaan kasus E-KTP tersebut yang memperlihatkan adanya keberpihakan dan dukungan terhadap Ganjar. Sedangkan dari Suara Merdeka pada pemberitaan Ganjar yaitu tidak ada perubahan sikap yang ditemukan. Suara Merdeka sangat netral dan tidak memihak pada siapapun, namun menonjolkan hal sensasionalisme pada pemberitaan Ganjar Pranowo.

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Citra Hayati Nainggolan menggunakan saluran berita dari Tribunnews, Jawa Pos dan Suara Merdeka, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan saluran berita *online* dari Media Indonesia.com dan Republika.co.id. Meskipun sama-sama memanfaatkan model analisis *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, penelitian dari Citra Hayati Ningolan ini membahas mengenai Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam kasus Korupsi E-KTP sedangkan yang diteliti peneliti adalah pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

3. Skripsi oleh Falah Aliya (2023), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul penelitian **“Analisis Framing Pemberitaan Anis Baswedan Setelah Dideklarasikan Sebagai Calon Presiden di Kompasiana.com”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan tentang Anies Baswedan setelah dideklarasikan sebagai capres di Kompasiana.com tersebut mengungkap potensi kegagalan Anies Baswedan serta rintangan yang dihadapi Anies yang tidak mulus terutama karena Anies tidak mendapat dukungan dari Presiden Jokowi.

Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Falah Aliya ini hanya menggunakan satu saluran berita yang diteliti yaitu media *online* Kompasiana.com. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan dua saluran berita yaitu media *online* Media Indonesia.com dan Republika.co.id. selanjutnya meskipun teori yang digunakan sama, namun objek yang dibahas tentunya berbeda. Penelitian oleh Falah Aliya mengenai Pemberitaan Anis Baswedan Setelah Dideklarasikan Sebagai Calon Presiden sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

4. Skripsi oleh Rayyan Sofyan (2020), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul Penelitian **“Analisis Framing Model Muray Edelman Pada Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Serambinews.Com Dengan Republika.Co.Id”**. Dengan menggunakan analisis *framing* model Muray Edelman penelitian ini mendapatkan hasil pemberitaan media Serambinews.com tampak mendukung pasangan calon presiden nomor urut 01 ada lima berita dan Berita yang tampak cenderung pada pihak pasangan calon presiden nomor urut 02 ada dua berita. Sedangkan selebihnya, ada tiga berita yang tidak cenderung ke pihak manapun. Sedangkan hasil dari analisis pemberitaan di media Republika.co.id bahwa pemberitaan Republika.co.id terkait pemilu

presiden 2019 edisi September 2018 terdapat dua berita yang mengarah pada tim pemenangan Prabowo-Sandi, dua berita yang mengarah pada pihak KPU terkait berita jumlah data DPT yang dirilis, dan terdapat satu berita yang tidak mengandung unsur memihak kelompok manapun. Dari kedua media tersebut juga dapat disimpulkan bahwa faktor yang membentuk perspektif wartawan dalam menyeleksi isu pada media bersumber dari faktor bergabungnya sejumlah pemilik media ke salah satu kubu capres pada pilpres lalu, semakin menunjukkan adanya kecenderungan kuat media membuat agenda setting dan *framing* berita sampai sekarang ini semakin masif dan terstruktur.

Perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Rayyan Sofyan, menggunakan teori analisis *framing* model Muray Edelman, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori analisis model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Selanjutnya meskipun salah satu liputan berita yang dipakai sama namun saluran berita yang kedua berbeda. Pada penelitian yang dilakukan Rayyan Sofan menggunakan saluran media *online* Serambinews.com sedangkan pada penelitian ini menggunakan media *online* Media Indonesia.co.id. kemudian objek yang diteliti Rayyan yaitu Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

Selanjutnya akan dipaparkan hasil penelitian terdahulu berupa Tesis, antara lain:

1. Tesis dari Rama Dhaniel (2021) Universitas Andalas, dengan judul “**Analisis Framing Media Online Padang Ekspres Tentang Pemberitaan Mengenai Belajar Daring**”. Dengan menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman, ia mendapatkan hasil penelitian dibagi atas dua pembingkai yang dilakukan dalam pemberitaan tentang belajar daring 1) Seleksi isu yang ditampilkan media *online* Padang

Ekspres dalam pembelajaran daring adalah terletak pada kebijakan pemerintah untuk merumuskan kebijakan terkait pembelajaran *online* (*daring*) maupun pembelajaran tatap muka (*Luring*). Bahkan dalam memberikan sejumlah alternatif maupun solusi untuk beberapa keluhan yang dihadapi peserta didik. 2) Penonjolan aspek yang ditampilkan adalah aspek Efektifitas dari kebijakan pembelajaran daring dan luring guna untuk menekan penyebaran Covid 19 di Sekolah.

Perbedaan dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh Rama memanfaatkan model analisis Robert N. Entman sedangkan dalam penelitian ini penulis memanfaatkan model analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Selanjutnya saluran berita *online* yang digunakan oleh Rama hanya menggunakan saluran media *online* padang ekspres sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan dua saluran berita *online* yaitu Media Indonesia.com dan Republika.co.id. selain itu objek dari penelitian Rama yaitu pemberitaan mengenai pembelajaran daring sedang dalam penelitian ini objek dari penulis adalah pemberitaan mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

2. Tesis dari Annisa Ayu Lestari (2021), Universitas Jendral Sudirman dengan judul **“Pemberitaan Kehalalan Vaksin Covid-19 Di Media Online (Studi Analisis Framing Pada Kompas.Com Dan Republika.Co.Id)”**. Dengan memanfaatkan model analisis *framing* Robert N. Entman ia menemukan Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pendefinisian masalah, Kompas.com mem-*framing* berita kehalalan vaksin covid-19 ini sebagai soal ketidakjelasan sikap MUI Sebaliknya, Republika.co.id justru menilai masalah kehalalan vaksin covid-19 ini adalah masalah vaksin harusnya masih bisa diusahakan agar tetap memakai bahan halal. Pada aspek memperkirakan sumber masalah, Kompas.com mem-*framing* pihak pemerintah sebagai pihak yang aktif lewat inisatifnya, meskipun belum mendapat sertifikasi halal. Sebaliknya, Republika.co.id menonjolkan sikap MUI untuk mempersilahkan vaksin dilakukan dengan mendorong pemerintah untuk

melibatkan MUI untuk memastikan kehalalan vaksin untuk digunakan masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim.

Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Annisa memanfaatkan model analisis *framing* Robert N. Entman sedangkan dalam penelitian ini penulis memanfaatkan model analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Selanjutnya meskipun saluran berita *online* yang digunakan sama-sama menggunakan media *online* Republika.co.id namun saluran berita *online* yang ke dua berbeda. Annisa menggunakan media *online* Kompas.com sedangkan penulis menggunakan media *online* Media Indonesia.com.

3. Tesis dari Musyaffa (2017), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “**Konstruksi Pemberitaan Media Online Indonesia Terhadap ISIS (Analisis *Framing* Kompas.com, Okezone.com, Tempo.com dan Republika.co.id)**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi media online tentang ISIS, untuk mengetahui pendefinisian masalah, diagnosa masalah, membuat keputusan moral, menekankan penyelesaian masalah ISIS di media online, dan untuk mengetahui perbedaan pembingkaihan ISIS oleh keempat media tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Robert M. Entman. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat empat kategori utama, yakni; ISIS: Gerakan Teroris, Upaya berbagai pihak atasi ISIS, ISIS: Media dan Propaganda, serta ISIS dan Eksistensinya di Indonesia. Serta diperoleh pula bahwa seluruh berita pada masing-masing media online tersebut cenderung membicarakan tentang upaya berbagai pihak atasi ISIS, kecuali Tempo.co. Adapun kesimpulan tersebut juga mengindikasikan, bahwa keempat media akan menjadi media literasi untuk mendidik pengunjung atau pembacanya di Indonesia.

Selanjutnya, akan dipaparkan penelitian terdahulu berupa Jurnal antara lain:

1. Jurnal oleh Zahra Febriyanti dan N.R Nadya Karina (2021), Universitas Paramadina, dengan judul **“Konstruksi Berita Cnn Indonesia Tentang Gibran Rakabuming Raka Pasca Pilkada Serentak Kota Solo 2020: Analisis Framing Perspektif Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki”**. dengan menggunakan metode Zhongdang Pan dan Gerald. M. Kosicki. Penulis menemukan, dari sisi perangkat *framing* (sintaksis, skrip, tematik dan retorik), menunjukkan CNN Indonesia dalam mengkonstruksi realitas sosial utamanya berita tentang Gibran Rakabuming Pasca Pilkada Serentak Kota Solo 2020 cukup dominan pada keberpihakan medianya. Sebagai media yang profesional dan loyal kepada publik, seharusnya CNN Indonesia mengkonstruksi realitas sosial secara berimbang antara kepentingan media, tokoh yang diberitakan dan juga penyampaian kepada publik. Bisa dengan cara memperbaiki cara menyusun fakta, kemudian cara menulis fakta, lalu cara CNN Indonesia mengisahkan fakta, dan caranya menekankan fakta. Kemudian sebaiknya melakukan peningkatan mutu penyajian berita terus menerus agar mampu menghadapi tantangan zaman yang berubah.

Perbedaanya dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Zahra Febriyanti¹ dan N.R Nadya Karina menggunakan hanya satu saluran berita *online* yaitu CNN Indonesia sedangkan dalam penelitian ini menggunakan dua saluran media *online* yaitu Media Indonesia.com dan Republika.com.

2. Jurnal oleh Abdul Aziz dan Umaimah Wahid (2021), Universitas Budi Luhur, dengan judul **“Analisis Framing Pemberitaan Politik Dinasti Jokowi Pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 di Media Online Kompas.com dan Okezone.com”**. Hasil analisis penelitian ini menampilkan pemberitaan tentang politik dinasti pada Pilkada tahun 2020. Dalam hasil analisis *framing* berita menggunakan model Robert N. Entman, ada beberapa tahapan seperti definisi masalah,

perkiraan masalah dari sumber masalah, pembuatan keputusan moral, dan penyelesaian masalah. Pemberitaan pada kompas.com secara jelas menonjolkan berita yang kontra atau tidak setuju dengan adanya politik dinasti yang ada di Indonesia, khususnya pada Pilkada 2020 ini, sedangkan pemberitaan pada okezone.com secara jelas tidak mempermasalahkan adanya politik dinasti pada Pilkada 2020 ini.

Perbedaanya dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Abdul dan Umaimah ini menggunakan model analisis Robert N. Entman sedangkan pada penelitian ini menggunakan model analisis Zhongdang Pan dan Gerald. M. Kosicki. Selain itu saluran berita *online* yang digunakan beerbeda.

3. Jurnal dari Fadli Muhammad Athalarik dan Fina Zahra (2021), Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dengan judul “**Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Mundurnya Ratu Tisha Dari Jabatan Sekretaris Jenderal PSSI**”. Dengan menggunakan analisis *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald. M. Kosicki dalam penelitian ini menemukan fakta kalau Detik.com cenderung lebih tendensius dalam memberikan headline berita ketimbang Kompas.com. Selain itu, penelitian ini juga menemukan fakta bahwa Kompas.com cenderung lebih deskriptif dan hanya sedikit memberikan pernyataan dalam penulisan beritanya.

Perbedaanya dengan penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Fadli Muhammad Athalarik dan Fina Zahra menggunakan saluran berita *online* yang berbeda, yaitu Detik.com dan Kompas.com sedangkan dalam penelitian ini menggunakan saluran media *online* yaitu Media Indonesia.com dan Republika.com. Selain itu objek dalam penelitian yang diteliti Fadli adalah Mengenai Mundurnya Ratu Tisha Dari Jabatan Sekretaris Jenderal PSSI. Sedangkan dalam penelitian ini mengenai penetaan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI.

2.2 Kerangka Teoretis

2.2.1 Komunikasi

Menurut Uchjana dalam Hariyanto (2021:16), komunikasi dapat di tinjau dari dua sudut pandang atau perspektif, diantaranya yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum (komunikasi dalam pengertian etimologis) serta pengertian komunikasi secara paradigmatis.

Komunikasi secara etimologis, berasal dari bahasa Inggris (*communication*), dan bersumber dari kata latin *communicare* atau *communis* (sama), dalam arti kata sama makna, yakni sama makna mengenai suatu hal. Berdasarkan pengertian tersebut maka komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan yang dapat berlangsung apabila dua orang atau lebih yang memiliki kesamaan makna pada satu hal. Begitu juga sebaliknya jika salah satu pelaku komunikasi tidak mengerti makna pesan yang disampaikan, maka komunikasi tidak dapat berlangsung dengan baik.

Secara paradigmatis bahwa komunikasi selalu mempunyai tujuan tertentu, ada yang di lakukan lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi atau film, media sosial maupun media non massa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk dan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan kepada orang lain yang mencapai kesamaan makna terhadap pesan yang disampaikan melalui berbagai perantara, baik langsung maupun tidak langsung untuk mencapai tujuan tertentu.

2.2.1.1 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Setiap orang tentu memiliki tujuannya masing-masing saat berkomunikasi dengan orang lainnya. Secara umum tujuan dari komunikasi

adalah agar lawan bicara memahami maksud dari pesan yang disampaikan. Ada empat tujuan komunikasi, yaitu:⁵

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
2. Mengubah pendapat atau opini (*to change opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu ketika kehidupan sosial individu atau kelompok menjadi berubah atas informasi yang mereka terima tentu akan berpengaruh juga dengan lingkungan masyarakatnya.

Melansir dari (*suara sosial.com*) fungsi komunikasi menurut Harold D. Lasswell yaitu untuk mengontrol lingkungan, sarana beradaptasi dengan lingkungan di mana pun tempat kita berada, dan melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi-generasi selanjutnya.⁶

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka komunikasi memiliki peranan penting dalam rangka mengubah sikap, pendapat, sekaligus perilaku setiap manusia yang sekaligus dapat digunakan sebagai sarana beradaptasi antar individu dengan individu, individu dengan masyarakat, dan individu dengan lingkungannya

⁵ <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/1135/3/BAB%20II.pdf> diakses pada 01 november 2023 pukul 13.50 wib

⁶ <http://suarasosial.com/2017/12/26/apa-sih-pentingnya-komunikasi-terutama-peran-komunikasi-dalam-organisasi>. Diakses pada Senin 21 Oktober 2023 pukul 19.00 wib

2.2.1.2 Bentuk Komunikasi

Menurut Mulyana (2012:75), di dalam menjalin hubungan sehari-hari komunikasi dibagi menjadi dua bentuk yaitu bentuk verbal dan nonverbal.

- 1) Verbal merupakan komunikasi yang meliputi simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih, dari semua interaksi yang disadari termasuk dalam kategori disengaja yang dilakukan dengan sadar ke orang lain baik itu menggunakan lisan.
- 2) Nonverbal merupakan komunikasi menggunakan gerak-gerik tubuh atau menunjukkan sikap tertentu, misalnya menunjuk, menggelengkan kepala, maupun memperagakan angka tertentu.

2.2.1.3 Komponen/Unsur Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Komponen-komponen dalam komunikasi, adalah (Hariyanto, 2021:29)

1. Sumber (*Source*) adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.
2. Pengirim pesan atau komunikator (*sender*) adalah individu, lembaga, redaktur, kelompok, dan sebagainya yang berlakukan sebagai pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada komunikan.
3. Pesan (*message*) adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, ide, keinginan, informasi, curahan hati, gambar, lambang, dan sebagainya.
4. Saluran (*channel*) adalah media di mana pesan disampaikan kepada komunikan. Dalam komunikasi massa saluran dapat berupa media cetak, media elektronik dan media baru.
5. Penerima atau komunikan (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain atau orang yang menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator baik secara langsung maupun menggunakan media.

6. Hasil (*Effect*) yaitu dampak yang terjadi pada diri komunikan setelah mendapatkan pesan komunikasi dari komunikator. Hasil antar-*effect* adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap dan tingkah laku seseorang sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan.
7. Umpan balik (*Feedback*). Respon atau efek yang dikembalikan oleh komunikan kepada komunikator setelah mendapatkan pesan komunikasi dari komunikator.
8. Gangguan (*Noise*). Hambatan atau gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi, akibatnya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

2.2.1.4 Proses Komunikasi

Menurut Uchana dalam Hariyanto (2021:31), proses komunikasi dibagi menjadi dua yaitu, proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder

1. Proses komunikasi primer yaitu proses penyampain pikiran, ide, gagasan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media pertama. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang diberi arti oleh peserta komunikasi, yang dapat dimengerti oleh keduanya, karena itu lambang harus merupakan kesepakatan bersama atau umum.
2. Proses komunikasi sekunder yaitu proses penyampain pikiran, ide, gagasan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan saluran atau sarana sebagai media kedua setelah media pertama yang berupa lambang atau simbol. Media digunakan dalam proses sekunder ini dengan tujuan efisiensi dan efektifitas dalam menjangkau komunikan apabila letaknya berjauhan dan jumlahnya sangat banyak.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (cetak dan elektronik). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massa melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain.

De Fleur & McQuails dalam Hariyanto (2021:83), menjelaskan bahwa Komunikasi massa sebagai suatu proses melalui mana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna serta diharapkan mempengaruhi khalayak besar dan beragam.

Mengutip dari Nurudin (2016:4) pada bukunya yang berjudul “Pengantar Komunikasi Massa”, pada awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata “*media of mass communication*” yang artinya media komunikasi massa. Media yang dimaksud di sini adalah suatu alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat penghubung antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya.

2.2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut McQuail dalam Sadono (2015:4), komunikasi massa memiliki ciri utama sebagai berikut.

1. Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan satu organisasi formal dan “sang pengirim-nya” seringkali merupakan komunikator profesional.
2. Pesannya tidak unik dan beragam, serta dapat diperkirakan.
3. Pesan tersebut seringkali diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak.

4. Pesan itu juga merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan.
5. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif.
6. Hubungan tersebut juga bersifat impersona, bahkan mungkin seringkali bersifat non-moral dan bersifat kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan diperjualbelikan dengan uang atau dengan perhatian tertentu.
7. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.

2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Mengutip dari *Gramedia.com*, secara umum fungsi komunikasi massa ada empat, sebagai berikut.⁷

1. Menginformasikan (*to inform*). Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi kepada seseorang atau publik mengenai ide/pikiran, peristiwa, hingga sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*). Sebagai sarana pendidikan, komunikasi menjadi penyampaian ide dan pikiran kepada orang lain sehingga membuat orang lain mendapatkan informasi serta ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*). Komunikasi berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*). Komunikasi membuat pihak yang terlibat berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi atau hingga merubah tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

⁷ <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-massa/#2> Onong Uchjana Effendy diakses pada 30 oktober 2023 pukul 20.40 wib.

2.2.3 Media Massa

Media massa adalah saluran atau perantara dalam komunikasi massa. Saluran berita massa yang dimaksud adalah lembaga, yang berarti bahwa berbagai pihak menjalankannya, yakni dalam pengumpulan informasi, pengelolaan, serta sampai penyampaian fakta. Bagi media, berita merupakan bingkai yang membatasi pemahaman pembaca. Melalui serangkaian paragraf di setiap berita, media menyampaikan pesan kepada publik.

Di tengah kehidupan Masyarakat saat ini, Dennis McQuail (1987) mengemukakan asumsinya tentang arti penting media massa sebagai berikut (Nurudin, 2016:34-35)

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Di pihak lain, institusi media diatur oleh masyarakat.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi (atau norma) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga menyuguhkan

nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Menurut Nurudin (2016:5) media massa dalam komunikasi massa bisa dikatakan bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Namun ia juga mengatakan dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet, yang mana media online termasuk di dalamnya.

2.2.4 Media Online

Media *online* adalah bagian dari media massa yang berbasis telekomunikasi menggunakan jaringan internet melalui *situs web*, *portal*, *radio online (streaming)*, *TV online*, *berita online*, *mail online* atau apapun itu yang menggunakan jaringan internet disebut dengan media *online*. Internet adalah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan tersebar di seluruh dunia. Internet merupakan media komunikasi berbasis komputer teknologi informasi (Sofyan, 2020:10).

Menurut Kirana (2021:12) Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Media *online* bisa dipahami sebagai keadaan konektivitas atau ketersambungan yang mengacu pada internet atau *world wide web (www)*. *Online* dapat diartikan sebagai istilah saat kita sedang terhubung dengan media atau dunia maya yang dapat kita akses di mana pun dan kapan pun asalkan tersambung dengan internet.

Selain itu keunggulan dari media *online* menurut Suryawati dalam Kirana (2021:14)

1. Informasinya bersifat *up to date* (senantiasa terbaru). Media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian

informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibandingkan media massa lainnya.

2. Informasinya bersifat *real time*. Media *online* dapat menyajikan informasi dan berita saat peristiwa sedang berlangsung (*live*). Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa.
3. Informasinya bersifat praktis. Media *online* dapat diakses di mana saja dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat mengakses informasi dikantor, di rumah, di kamar, di warung internet (*warnet*), bahkan di dalam mobil saat perjalanan sekali pun.

2.2.5 Berita

Istilah berita sudah tidak asing lagi sebab berita merupakan produk seorang jurnalis yang disalurkan melalui media massa. Berita berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.⁸ Selain itu, berita diartikan sebagai kabar, laporan, pemberitahuan atau pengumuman. Sementara itu, mengutip pernyataan Prof. Mitchael V. Charner bahwa berita merupakan laporan tercepat atau aktual tentang fakta atau opini yang di dalamnya terkandung hal yang menarik minat dan/atau penting bagi mayoritas penduduk (Suhaimi & Nasrullah 2009:27).

Menurut Romli (2014:3), dalam bukunya yang berjudul “Panduan Praktis Mengelola Media *Online*”, mengatakan bahwa berita (*news*) merupakan sajian utama sebuah media massa selain opini (*views*). Bahan berita kemudian dicari dan disusun oleh jurnalis yang mana hal itu menjadi tugas pokok mereka serta bagian redaksi sebuah media massa.

⁸ <https://kbbi.web.id/berita> diakses pada 2 November 2023, pukul 19.20 wib

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi, yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, menarik dan penting, masih baru harus secepatnya disampaikan kepada khalayak melalui media berkala seperti televisi, surat kabar, radio, televisi, atau media online.

2.2.5.1 Karakteristik dan Nilai Berita (*News Value*)

Berita sebagai produk konstruksi realitas tentunya dibangun atas penyusunan bahasa yang terbentuk dari kumpulan kata-kata. Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Dari pengertian tersebut, setidaknya ada tujuh unsur yang harus dipenuhi sebuah berita, sekaligus menjadi karakteristik utama sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa (layak muat). Unsur-unsur ini yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik (Sadono, 2015:6).

- 1) Unsur waktu (*timeless*), yang mana kejadian atau peristiwa, semakin dekat atau cepat dengan waktunya akan lebih menarik perhatian, dibanding dengan waktu yang lampau.
- 2) Unsur kedekatan (*nearness*), merupakan letak tempat atau kejadian, dekat dengan pembaca dan kedekatan keperluan atau kepentingan pembaca
- 3) Unsur Unik (*Uniqueness*), yaitu segala sesuatu hal yang tidak lazim dan berbeda dengan kebiasaan, mempunyai nilai berita yang tinggi.
- 4) Unsur konflik (*conflict*), yaitu suatu kejadian atau hal-hal yang berbau atau mengandung konflik/pertentangan akan menarik perhatian. Apalagi jika yang terlihat dalam konflik tersebut orang-orang penting, cendekiawan, tokoh masyarakat, politikus dan sebagainya.
- 5) Unsur Akibat (*Impact*), adalah aksi atau tindakan dari pihak tertentu, di mana akibatnya akan mempengaruhi atau menyangkut kepentingan

umum atau khalayak. Oleh karena itu, akan menjadi berita yang menarik perhatian pembaca.

- 6) Unsur Human Interest, yaitu peristiwa atau kejadian- kejadian yang dapat menyentuh hati manusia. *Human interest* di sini bisa kejadian-kejadian sukses yang menggembirakan, bisa kegagalan-kegagalan yang menyedihkan, kejadian heroik dan sebagainya.

2.2.5.2 Jenis berita

Berita terbagi menjadi beragam jenis. Ada yang dikelompokkan menurut sifat dan secara umum. Jika dilihat berdasarkan sifatnya, berita terdiri dari berita ringan (*softnews*) yang menampilkan berita dengan materi ringan dan bersifat menghibur. Kemudian, berita sedang (*middle range news*) yang menampilkan informasi mengenai dampak psikologis yang umum sehingga pembaca dapat merasakan dampak psikologis yang mendalam dari berita ini. Terakhir, ada berita berat (*hard news*) yang dapat berdampak pada psikologis pembaca secara luar biasa karena berita yang disampaikan menguras emosi dan pikiran pembaca.

Secara umum berita terbagi menjadi beberapa jenis sebagai berikut (Aliya, 2023:53-55).

- 1) Berita langsung (*straight news*)

Peristiwa yang dilaporkan dalam jenis berita ini merupakan peristiwa yang saat ini terjadi sebab berita ini merupakan berita hasil liputan dari suatu peristiwa secara langsung. Informasi mengenai suatu peristiwa tersebut harus disampaikan secepatnya. Dalam berita langsung yang dilaporkan secara singkat bisa disebut dengan istilah “*Breaking News*”.

- 2) Berita mendalam (*depth news report*)

Berita dalam kategori ini dibahas secara lengkap dan mendalam. Khalayak pun nantinya setelah mengonsumsi berita ini akan memahami

dan mengetahui isu yang diberitakan dari berbagai sudut pandang. Biasanya, berita ini disajikan dalam laporan khusus, kajian utama, atau laporan utama di media massa. Persiapan yang dibutuhkan dalam membuat berita ini harus matang dan membutuhkan waktu lama sehingga biasanya dibutuhkan tim yang terdiri atas beberapa orang.

3) Berita menyeluruh (*comprehensive news report*)

Berita dalam jenis ini menyajikan fakta secara lengkap atau menyeluruh dengan ditinjau dari macam-macam aspek yang menyatukan berbagai potongan fakta sehingga menghasilkan berita secara utuh. Hal tersebut karena berita ini sebagai penyempurna dari *straight news*.

4) Berita pelaporan interpretatif (*interpretative news report*)

Berita ini biasanya fokus pada sebuah peristiwa, masalah atau isu yang memiliki sifat kontroversial tapi bukan berupa opini melainkan tetap fokus pada fakta. Wartawan dituntut untuk dapat menjelaskan dan menganalisis persoalan yang terjadi dalam membuat berita jenis ini. Pertimbangan fakta dan nilai yang ada menjadi hal yang sangat memengaruhi berita interpretatif. Informasi yang diperoleh pun langsung berdasarkan hasil wawancara narasumber.

5) Berita pelaporan cerita khas (*feature story report*)

Adapun berita dalam jenis ini merupakan berita ringan yang menghibur, enak dibaca atau disimak, mendalam, dan umumnya menggunakan teknik pengisahan sebuah cerita. Berita ini akrab disapa dengan *feature*. Penulisan berita jenis *feature* lebih menekankan pada fakta yang menimbulkan empati khalayak dan menghibur. Feature memiliki ciri khas dengan menampilkan berita yang mengandung unsur sastra dan ditulis dengan gaya menulis fiksi. Meskipun begitu, informasi yang disajikan tetap faktual dan informatif serta memiliki unsur menghibur, kreativitas, informatif, dan tidak terbatas oleh waktu.

2.2.6 Analisis *Framing*

Framing atau “*frame*” yang berarti bingkai adalah sebuah cara untuk membingkai sebuah peristiwa, atau dengan kata lain *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan memberitakan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sobur, 2012: 162)

Menurut Eriyanto dalam Kartini, dkk (2020:142) *Framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*stori telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada cara melihat terhadap realitas yang dijadikan berita. *Framing* merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan di belokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu.

Pada dasarnya analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1995. Mulanya *framing* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang menyediakan wacana kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas. (Sobur, 2012:161).

2.2.6.1 *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Menurut pandangan Pan dan Kosicki terhadap *framing*, mengoprasionalisasikan empat kerangka struktural teks berita sebagai perangkat *Framing* yaitu: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat kerangka struktural membentuk sejenis tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi. Model ini berasumsi

bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide (Sobur, 2012:161).

Eriyanto (2002:291), dalam bukunya yang berjudul “Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media”, mengutip analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan yaitu konsepsi psikologis dan konsepsi sosiologis. *Pertama*, dalam konsepsi psikologi. *Framing* dalam konsep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemem tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. *Kedua*, konsepsi sosiologis. lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Frame di sini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit Yang Diamati
Sintaksis (cara wartawan menyusun fakta)	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 antarkalimat
Retoris (cara wartawan menekankan fakta)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Tabel 2.1
Kerangka *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki

Berikut penjelasan singkat mengenai kerangka *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, antara lain:

1. Struktur Sintaksis

Sintaksis mengacu pada cara jurnalis menyusun peristiwa, pendapat, pernyataan, kutipan, opini, dan pengamatan peristiwa dalam membentuk susunan berita secara menyeluruh. Bagan berita mulai dari *headline*, *lead*, sumber, kutipan yang diambil, pernyataan, latar informasi, hingga penutup merupakan indikator yang dapat diamati untuk melihat struktur sintaksis.

- a. *Headline* atau judul berita, merupakan cara yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana wartawan mengkonstruksi suatu isu. Judul biasanya dibuat semenarik mungkin, seperti dari sisi *font* ada yang tebal, sedang, tipis. Posisi judul menjadi sangat penting karena jika pembaca membuka atau melihat media massa, maka yang akan terbaca pertama kali adalah judulnya.
- b. *Lead*, umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan perspektif tertentu dari sebuah peristiwa yang diberitakan. Latar belakang mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan.
- c. Latar, merupakan bagian berita yang mempengaruhi makna ketika wartawan menulis berita di mana mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang terjadi. Latar ini dapat membawa pandangan khalayak harus ke mana dibawa peristiwa tersebut.
- d. Sumber berita, yakni bagian yang dimaksudkan untuk membangun objektivitas atau tidak memihak. Tidak semua bagian berita yang kita baca merupakan hasil dari pemikiran wartawan ketika menulis berita, melainkan ada pendapat orang lain yang memiliki otoritas tertentu.

2. Struktur Skrip

Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah 5W+1H (*who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how*). Ada pemberitaan yang jarang memenuhi

pola 5W+1H, namun kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Dalam unsur kelengkapan berita dapat menjadi tanda sebuah *framing*.

- a. *What* berarti peristiwa apa yang akan dilaporkan kepada khalayak.
- b. *Who* berarti siapa yang menjadi pelaku dalam peristiwa di berita itu.
- c. *When* berarti kapan berita itu terjadi.
- d. *Where* berarti di mana peristiwa itu terjadi.
- e. *Why* adalah alasan mengapa peristiwa yang diberitakan itu terjadi.
- f. *How* berarti bagaimana jalan peristiwa atau bagaimana cara menanggulangi peristiwa tersebut.

3. Struktur Tematik

Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis, berbeda halnya dengan struktur sintaksis yang berhubungan dengan fakta yang diambil oleh wartawan yang akan ditempatkan pada skema atau bagan berita.

- a. *Detail*, adalah elemen yang berelasi dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator). komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik.
- b. Koherensi, merupakan pertalian atau jalinan antarkata. Ada beberapa macam koherensi, yaitu koherensi sebab-akibat (yang dipandang apa yang sebagai sebab dan apa yang sebagai akibat ditandai dengan “sebab” atau “karena”), koherensi penjelas (sebagai penjelas proposisi dari kalimat satu ditandai dengan “dan” atau “lalu”), dan koherensi pembeda (kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat lain ditandai dengan “dibandingkan” atau “sedangkan”).

- c. Bentuk kalimat, adalah sisi pemakaian kalimat yang berelasi dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Bentuk kalimat tidak hanya menjadi persoalan teknis kebenaran atau bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat.

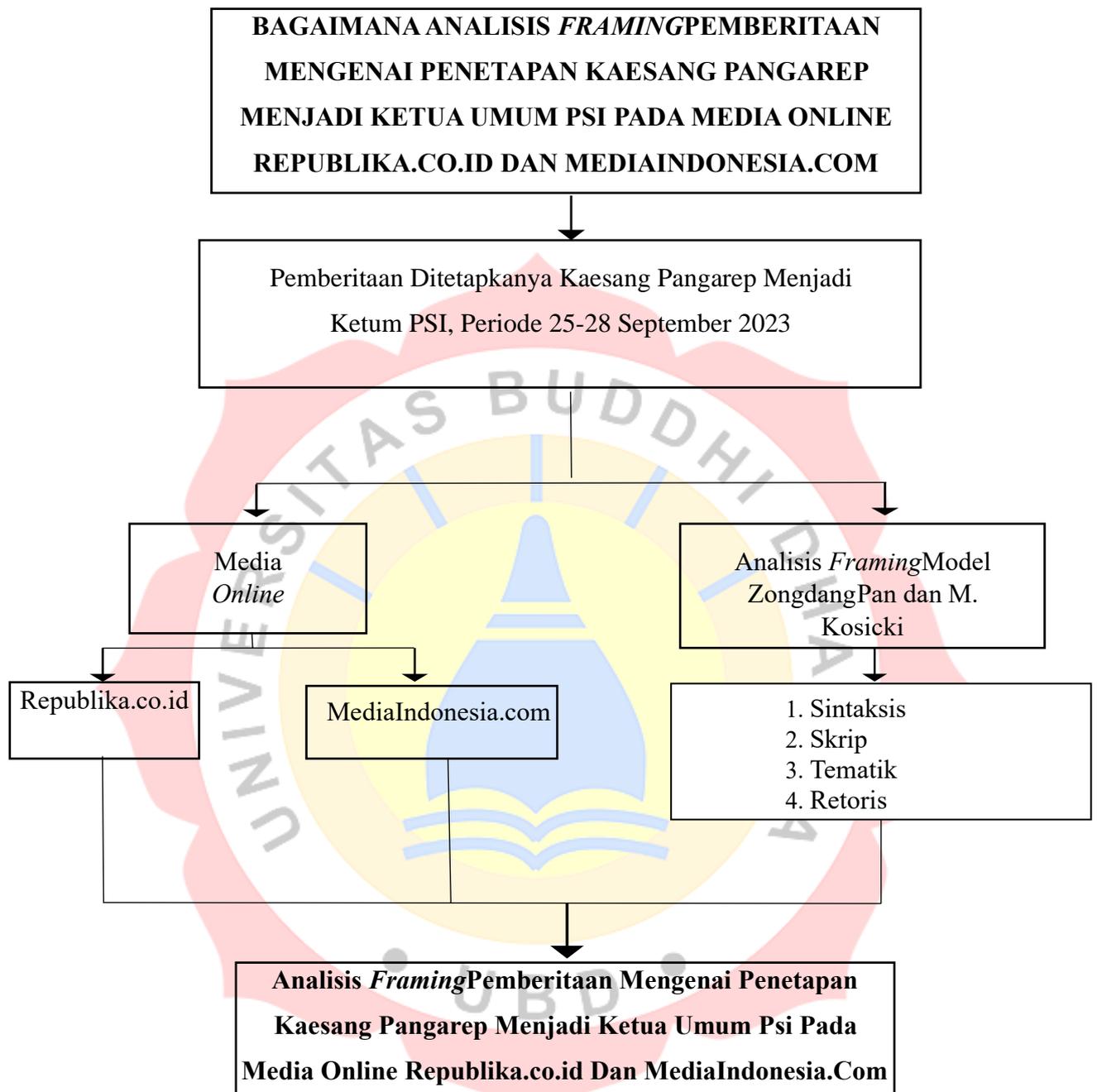
4. Struktur Retoris

Struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik memakai pilihan kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu. Elemen dari struktur retorik antara lain:

- a. Leksikon, pemilihan kata yang menggambarkan peristiwa itu, tidak secara kebetulan, namun untuk menunjukkan pemaknaan yang sama pada sebuah fakta.
- b. Grafis, diwujudkan dalam bentuk variasi huruf (ukuran, warna, efek), *caption*, gambar, tabel, foto, dan data lainnya. Termasuk juga penempatan dan ukuran judul.
- c. Metafora, merupakan kiasan yang mempunyai persamaan sifat atau benda atau hal yang bisa dinyatakan dengan kata atau frase untuk mendukung dan menekankan pesan utama yang akan disampaikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Merujuk kepada latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan kajian teoritis yang telah dipaparkan di atas, apabila dituangkan ke dalam kerangka pemikiran digambarkan melalui bagan berikut:



Tabel 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian adalah suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan secara hati-hati dan sempurna terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat pada masalah tersebut. Sedangkan paradigma itu sendiri merupakan cara berfikir atau pendekatan terhadap masalah.

Ronda (2018:5) dalam buku “Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi” menjelaskan bahwa paradigma itu sebagai sebuah sistem kepercayaan dalam ilmu pengetahuan untuk kemudian diterapkan pada penelitian. Sifat dinamis paradigma itu sendiri dibentuk dari pergerakan waktu sesuai dengan kondisi riil tiga kelompok ilmu pengetahuan: kelompok ilmu alam, ilmu humaniora, dan ilmu sosial,

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivisme, di mana paradigma konstruktivisme menganggap realitas sebagai hasil dari ciptaan atau konstruksi individu atau manusia, yang di mana juga melihat kenyataan bahwa realitas sosial bukanlah suatu hal yang alamiah, tetapi dibentuk oleh hasil konstruksi. Paradigma konstruktivisme pada penelitian ini menggambarkan fenomena penggunaan media yang digunakan untuk membongkar suatu berita pada media *online* mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana pendekatan kualitatif ini merupakan proses untuk memahami masalah melalui gambaran atas masalah yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan secara terperinci sesuai dari sudut pandang yang diberikan oleh informan, dan disusun dalam latar ilmiah. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

3.3 Metode Penelitian

Metode adalah cara yang digunakan seseorang ketika bekerja secara sistematis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan model analisis *framing*. Metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis dari hasil penelitian Sugiono (2012: 219). Peneliti memilih deskriptif kualitatif karena peneliti ingin melakukan penelitian mendalam tentang bagaimana media online membingkai suatu berita pada kasus ini.

3.4 Subjek/Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian berarti membahas siapa atau apa yang menjadi sumber data atau informasi untuk memenuhi topik penelitian. Subjek penelitian adalah manusia, benda, ataupun Lembaga (organisasi) yang sifatnya akan diteliti. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu terkait pembingkai pemberitaan Penetapan Kaesang menjadi Ketum PSI.

3.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah dua situs web pemberitaan media online Republika.co.id dan MediaIndonesia.com

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini mengambil data dari media *online* yang sudah ada, maka informasinya dikategorikan sebagai informasi primer. Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan menyeleksi berita mengenai penetapan Kaesang Pangarep menjadi Ketum PSI yang terbit di media *online* Republika.co.id dan MediaIndonesia.com periode 25-28 September 2023, total berita yang akan dianalisis yaitu sebanyak 6 berita, 3 berita dari Republika.co.id dan 3 berita MediaIndonesia.com.

Kemudian, menggunakan kajian pustaka yaitu buku, jurnal, media online, dan sumber-sumber pendukung untuk studi ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data berupa teknik analisis *framing* yang bertujuan untuk memahami bagaimana media membingkai realitas dalam pemberitaan. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Zhongdang Pan dan M. Kosicki. Dengan menggunakan struktur-struktur seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorik

Dengan menggunakan empat struktur tersebut, penulis membaca berita dari kedua media *online* terlebih dahulu. Selanjutnya, berita tersebut di olah dan hasil analisis yang sudah penulis temukan disajikan ke dalam bentuk tabel, kemudian dideskripsikan serta diinterpretasikan ke dalam bentuk deskripsi. Selain itu penulis dalam penelitian ini mencari perbedaan *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh kedua media *online* tersebut ke dalam tabel. Terakhir, penulis pada penelitian ini menarik kesimpulan dari hasil yang sudah diteliti mengenai pembingkaiian dari kedua media tersebut.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang disusun Penulis yakni dengan menggunakan studi Pustaka maka penulis tidak membutuhkan tempat khusus dalam melakukan penelitian. Adapun waktu penelitian ini dilakukan sejak bulan September 2023 - Januari 2024.