

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Media Massa dan Politik**

Dalam demokrasi modern, komunikasi antara aktor-aktor politik dan warga negara sulit dilakukan secara tatap muka. Oleh sebab itu, komunikasi politik dewasa ini dilakukan secara termediasi lewat media massa atau disebut *mediated politics* (Bennet dan Entman, 2001). Selanjutnya, media juga tidak lagi menjadi sarana komunikasi semata, tetapi sekaligus menjadi ruang publik untuk deliberasi politik di mana warga negara dapat berpartisipasi secara aktif, berkat kemajuan teknologi dan makin independenya ekonomi media, sehingga terbebas dari intervensi negara (S. Simarmata, 2014: 4-5).

Sikap politik media merupakan manifestasi dari pelaksanaan fungsi media sebagai pilar keempat demokrasi. Istilah lain dari Dennis dan Meril (1984) adalah *relationship* atau hubungan antara media dan pemerintah. Oleh karena itu, pelaksanaan fungsi *check on government* media sering diasosiasikan sebagai hubungan yang adversarial, karena media dipandang bertentangan dan mengkritik pemerintah. Sikap tersebut dalam istilah yang berbeda disebut fungsi *watchdog* media. Sikap politik media mencerminkan ideologi, nilai, dan kepentingan yang ingin diperjuangkan (S. Simarmata, 2014: 23)

Media massa sering menjadi sumber informasi di samping sebagai saluran komunikasi bagi para politisi. Cara-cara media menampilkan

peristiwa-peristiwa politik dalam mempengaruhi persepsi para aktor politik dan masyarakat mengenai perkembangan politik. Melalui fungsi kontrol sosialnya, bersama institusi sosial lainnya, secara persuasif media massa bisa menggugah partisipasi publik untuk ikut serta dalam merombak struktur politik (Ibnu Hamad, 2004: 9).

Pers atau media massa dimasukkan sebagai salah satu unsur struktur politik yaitu salah satu unsur infrastruktur politik (di samping partai politik, *pressure groups*, *interest groups*, dan lain-lain). Politik adalah *power game*. Apakah pers merupakan bagian atau baagian yang ikut dalam *power game*. Apa bila *power game* tidak semata-mata diartikan sebagai upaya memperoleh kekuasaan, tetapi juga termasuk mempengaruhi (pembentukan, susunan, jalan) kekuasaan, ada benarnya kalau pers termasuk komponen politik, walaupun tidak ikut duduk didalam kekuasaan atau menjadi alat kekuasaan (Bagir Manan, 2012: 163-164).

Media massa memainkan peran yang sangat penting dalam proses politik. Bahkan, media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. ia memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karier politiknya. Setiap yang memiliki kepentingan politik, baik personal maupun kolektif, tidak perna luput dari media sebagai instrumen aktivitasnya. Media selalu ada dan menjadi saluran komunikasi dalam konteks berpolitik (Roni Tabroni, 2012: 96)

Keberadaan media massa dalam perspektif ilmuwan komunikasi, sangat berperan dan efektif dalam membahas dan menyebarkan pesan komunikasi

politik. selain itu, media massa juga berperan dalam membentuk citra politikus dan kegiatan komunikasi politik. Ini sangat wajar mengingat komunikasi politik juga upaya untuk mencari, mempertahankan, dan meningkatkan dukungan politik (Roni Tabroni, 2012: 103).

Bagi pihak yang berkepentingan dengan politik (pelaku politik), media tidak hanya berfungsi sebagai mitra pemberitaan biasa, tetapi juga sebagai saluran untuk menyampaikan gagasan-gagasan politik, saluran pendidikan politik hingga menjadi ruang untuk promosi diri dan lembaganya. Kemitraan ini penting dilakukan oleh pelaku politik karena media memberikan pengaruh kepada publik. Perlakuan pelaku politik terhadap media massapun dilakukan secara proposional, tidak berlebihan dan menghindari sikap eksploitatif (Roni Tabroni, 2012: 100-101).

Perpaduan media dan politik dalam negara demokrasi adalah deskripsi dari dua bilah pisau yang saling bertolak namun menyatuh. Media dalam kondisi ideologi moral sebagai alat kontrol kekuasaan dan penyeimbang demokrasi. Namun kondisi yang demikian kerap tidak terpenuhi di media manapun. Sehingga, media lebih condong terhadap pemaknaan sebagai alat kekuasaan (Dedi. K. S. Putra, 2015: 127).

Dye dan Zeigler (1986) mengidentifikasi fungsi politis media massa. Fungsi politis media massa meliputi lima hal, yaitu fungsi pemberitaan, interpretasi, sosialisasi, persuasi, dan fungsi pengagendaan isu (Pawito, 2009: 95).

Komunikasi politik (*political communication*) dapat dipahami menurut berbagai cara. McQuail (1992), mengatakkan bahwa komunikasi politik merupakan semua proses penyampaian informasi termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan, dan seterusnya, pertekuran dan pencarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga. Komunikasi politik merupakan fungsi dari sistem politik, dan komunikasi politik dan berlangsung dalam suatu sistem politik tertentu (Pawito, 2009: 1-2).

Terdapat beragam saluran komunikasi politik. pada dasarnya saluran komunikasi politik sama dengan saluran komunikasi secara umum. Saluran komunikasi politik adalah alat atau sarana yang memudahkan penyampaian pesan politik. Saluran komunikasi politik tidak hanya mencakup alat, sarana dan mekanisme seperti mesin cetak, radio, televisi, dan sebagainya tetapi yang paling penting adalah manusia itu sendiri. Manusia sebagai otak perumusan pesan politik melalui sarana yang ada di media massa (Nimmo, 1993: 166-167).

Dalam kegiatan komunikasi politik, fungsi media massa: Pertama, fungsi informasi. Media massa selalu menjadi sumber informasi dalam berbagai tayangan atau peristiwa politik yang terjadi di berbagai belahan bumi termasuk aktivitas aktor politik dengan sikap dan perilaku politiknya. Kedua, fungsi partisipasi, hal ini menunjukkan bahwa setiap unsur berita harus mampu membangkitkan kesertaan masyarakat dalam mendukung segala kebijakan pemerintah yang berkait dengan kepentingan masyarakat. Ketiga,

fungsi sosialisasi dan pendidikan politik, fungsi ini untuk meningkatkan kualitas rujukan masyarakat dalam menerima dan mempertahankan sistem nilai atau sistem politik yang sedang berlangsung. Keempat, fungsi politisasi, yaitu mengembangkan budaya politik, fungsi ini membentuk pola perilaku yang memberi warna dominan terhadap karakter suatu bangsa (Roni Tabroni, 2012: 102).

Komunikasi politik era digital saat ini adalah wujud dari kehidupan politik informasional. Memiliki cara yang sangat berbeda jika dibandingkan dengan politik pada masa lalu, di mulai dari membangun popularitas, manipulasi citra, hingga kampanye politik yang tidak lagi menggunakan cara-cara konvensional (D.K Syah Putra, 2015: 119).

Komunikasi politik di media massa erat kaitannya dengan opini publik. Opini publik yaitu upaya membangun sikap dan tindakan khalayak mengenai suatu masalah politik atau aktor politik (Nimmo, 1989: 5). Dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi individu terhadap terpaaan berita yang diterimanya (Nimmo, 1993: 198-200).

## **B. Media, Berita dan Pemberitaan**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), menjelaskan bahwa arti media yaitu alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio televisi, film, poster, dan spanduk. Kemudian media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas (R. Nasrullah, 2014: 4).

Berita adalah hasil akhir dari prose kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu di dalam suatu kategori tertentu. seperti yang dikatakan McDougall, setiap hari ada jutaan peristiwa di dunia ini, dan semuanya secara potensial dapat menjadi berita (Eriyanto, 2002:102).

Shoemaker dan Reese (1996) menegaskan dua faktor yang memengaruhi media, yakni faktor internal yang antara lain karakteristik individu pekerja media dan rutinitas yang berlangsung dalam organisasi media (*media routine*), dan faktor eksternal media, yakni variabel ekstramedia dan ideologi yang mempengaruhi isi media, variabel di tingkat eksternal media mempersoalkan sumber informasi media, pengiklan, khalayak sasaran, kontrol pemerintah, ataupun dasar media (R. Nasrullah, 2014: 41)

Kekuatan media massa dalam mengkonstruksikan dan mendekonstruksikan realitas terutama pada pemberitaan, di samping bentuk isi lain seperti tajuk (editorial), opini, dan karikatur pada media cetak, dan *talk show* pada media elektronik. Dalam pemberitaan, media massa memberikan prioritas liputan mengenai peristiwa ataupun isu tertentu dan mengabaikan yang lain (*agenda setting*), (Pawito, 2009: 103).

Informasi yang disajikan sebuah media massa harus dibuat atau disusun lebih dahulu menurut kaidah-kaidah penulisan baik dan benar. Adapun yang bertugas menyusun informasi adalah bagian redaksi (*editorial department*), yakni mulai dari wartawan (reporter/kontributor/koresponden) dan

fotografer, selanjutnya ke redaktur *desk*, redaktur bahasa, redaktur pelaksana, hingga ke pemimpin redaksi (I. Suryawati, 2014:5).

Media informasi adalah media massa (*mass media*), yaitu sarana komunikasi massa (*channel of mass communication*). Komunikasi massa artinya proses penyampaian makna yang terkandung dari penyajian pesan, gagasan, dan informasi yang ditujukan kepada khalayak secara serentak. Ada tiga jenis media massa, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*(I. Suryawati, 2014: 6).

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, televisi, film, dan internet (I. Suryawati, 2014: 37).

McQuaill (1989), menyatakan ada enam perspektif tentang peran media massa dalam konteks masyarakat modern, yaitu sebagai berikut (I. Suryawati, 2014: 37) :

1. Media massa sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa. Ia ibarat “jendela” untuk melihat apa yang terjadi di luar kehidupan.
2. Media massa adalah refleksi fakta, terlepas dari rasa suka atau tidak suka. Ia ibarat “cermin” peristiwa yang ada dan terjadi di masyarakat ataupun dunia.
3. Media massa sebagai filter yang menyeleksi berbagai informasi dan isu yang layak mendapatkan perhatian atau tidak.

4. Media massa sebagai penunjuk arah eragai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
5. Media massa sebagai sarana mensosialisasikan berbagai informasi atau ide kepada publik untuk memperoleh tanggapan/umpan balik.
6. Media massa sebagai interkulator, tidak sekedar tempat “lalu lalang” informasi, tetapi memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.

Pilihan antara kepentingan bisnis dan kepentingan pemberitaan yang berimbang masih menjadi bahan perdebatan besar. Fenomena ini membentot perhatian sejumlah wartawan idealis untuk lebih memilih menjadi penulis lepas atau *freelance* dari pada bergabung dalam sebuah institusi atau organisasi media (I. Suryawati, 2014: 51).

Dalam Kamus Bahasa Indonesia karya W.J.S Poerwodarminta, berita diartikan sebagai ‘kabar atau warta’. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi ‘laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat’. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi ((I. Suryawati, 2014: 67).

Berita (*news*) merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. Biasanya, berita berupa pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa (I. Suryawati, 2014: 67).

Menurut Willard C. Bleyer, berita adalah sesuatu yang termassa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu, ia dapat menarik atau mempunyai makna dan dapat menarik minat bagi pembaca surat kabar tersebut. Sedangkan menurut Nancy Nasution, berita yakni laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi, yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi dilingkungan pembaca, mengenai tokoh terkemuka, akibat peristiwanya berpengaruh terhadap pembaca (I. Suryawati, 2014: 68-69).

Dalam kamus komunikasi definisi dari berita adalah laporan informasi mengenai hal atau peristiwa yang baru saja terjadi, menyangkut kepentingan umum dan disiarkan secara cepat oleh media massa, surat kabar, majalah, radio, siaran televisi, ataupun media *online*. Berita pada dasarnya dibentuk lewat proses aktif dari pembuat berita. Peristiwa yang kompleks dan tidak beraturan disederhanakan dan dibuat bermakna oleh pembuat berita. Menurut Fishman, karena peristiwa adalah sebuah fenomena atau kejadian yang diinterpretasikan, sesuatu yang diorganisasikan dalam pikiran, ucapan, dan tindakan ( Mulyana, Deddy, 2009: 92).

Media massa tidak hanya mengamati kejadian dan kemudian melaporkannya kepada publik, tetapi juga mengupayakan langkah-langkah sistematis. Media massa biasanya menempatkan suatu peristiwa dalam konteks tertentu, memilih *frame* pemberitaan, memilih sumber-sumber tertentu, baik dalam berita ataupun *talkshow*, dan mengemukakan analisis dan

interpretasi-interpretasi tertentu. Informasi inilah yang secara potensial menjadi rujukan khalayak (Pawito, 2009: 97).

Surat kabar *Washington Post* mempunyai standar mengenai sikap adil wartawan dan berita (L. Ishwara, 2011: 70), yaitu:

1. Berita itu tidak adil bila mengabaikan fakta-fakta yang penting. Jadi adil dalah lengkap.
2. Berita itu tidak adil bila dimasukan informasi yang tidak relevan. Jadi adil adalah relevansi.
3. Berita itu adil bila secara sadar maupun tidak menggiring pembaca ke arah yang salah atau menipu. Jadi adil adalah jujur.
4. Berita itu tidak adil bila wartawan menyembunyikan prasangka atau emosinya di balik kata-kata halus yang merendahkan. Jadi adil menuntut keterusterangan.

### **C. *Cover Both Side* dan Kelengkapan Berita**

*Cover both side* dalam terminologi jurnalistik secara sederhana berarti berimbang. Dan makna sederhana dari kata ‘berimbang’ adalah adil, tidak memihak, netral. *Cover both side* adalah kosa kata dengan makna sangat penting dalam dunia jurnalistik. Siapapun awak media (wartawan) yang akan menyajikan berita wajib memegang prinsip ini. Tujuannya, untuk

menghormati hak masyarakat memperoleh informasi yang benar. Selain itu, masyarakat pun berhak mendapatkan pendidikan yang baik dari media<sup>5</sup>.

Standar baku hasil kerja jurnalistik yakni peliputan yang berimbang, dua sisi, netral dan objektif. Peliputan yang berimbang artinya menampilkan pandangan yang setara antara pihak-pihak yang terlibat dan hendak diberitakan. Prinsip netral, berarti dalam menulis ataupun mencari bahan, wartawan tidak boleh berpihak pada suatu kelompok yang membuat laporan berita menjadi tidak seimbang. Prinsip objektif, di mana wartawan menghindari masuknya opini pribadi dalam pemberitaan (Eriyanto, 2001: 44).

Impartialitas meliputi keseimbangan dan netralitas. Menurut Robert Harckett, sikap ini menyiratkan bahwa wartawan dan media berita merupakan pengamat yang tidak memihak. Adalah netral dan bebas nilai dengan demikian dapat menjamin kejujuran “pesan”. Keseimbangan lebih bersifat teknis pengaksesan informasi kepada semua narasumber yang baik secara kualitatif maupun kuantitatif sama. Artinya, keseimbangan dicapai dengan menyajikan dua sisi cerita (M. Robot, 2016: 30)

Satu berita idealnya memiliki unsur-unsur berita secara lengkap, yang terdiri dari: *who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how*. Kelengkapan unsur berita menentukan sejauhmana informasi yang diberitakan akan dipahami oleh

---

<sup>5</sup>[http://www.academia.edu/7536577/Makna\\_Cover\\_Both\\_Side\\_Pemberitaan\\_Media\\_Massa\\_di\\_Tahun\\_Politik](http://www.academia.edu/7536577/Makna_Cover_Both_Side_Pemberitaan_Media_Massa_di_Tahun_Politik)(akses 3 Mei 2017)

pembaca secara benar dan akurat, serta berkualitas untuk membantu pembaca menentukan sikap terhadap informasi yang ada (S. Simarmata, 2014:160).

Sebuah laporan jurnalistik masuk kategori berita jika memenuhi ciri-ciri tertentu. Menurut Sedia Willing Barus (2010), ciri-ciri sebuah berita antara lain, Akurat (cermat dan teliti), berlaku umum, jujur dan adil, nilai kemanusiaan, dan terakhir segera (I Suryawati, 2014: 77).

#### **D. Media Online dan Pemberitaan Politik**

Media *online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu, media *online* tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita (I. Suryawati, 2014: 46)

Keunggulan media *online* sebagai berikut (I. Suryawati, 2014: 46):

1. Informasi bersifat *up to date* (senantiasa terbaru), yaitu 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 dengan jenis media massa lainnya.
2. Informasinya bersifat *real time*, yaitu 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, yaitu media *online* dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di warung internet (warnet), bahkan di dalam mobil sekalipun.

Unsur *online* inilah yang merupakan satu-satunya kelebihan yang tidak dimiliki media massa konvensional. Karena itu, media *online* tidak dikategorikan ke dalam media massa cetak maupun elektronik, melainkan disebut sebagai media massa baru (*new media*) atau media modern (I. Suryawati, 2014: 114).

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhan akan berbagai hal. Salah satunya dengan media *online* yang tergolong media baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena mempunyai sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Septian Santana K, 2005: 137).

Terdapat lima perbedaan utama antara media massa *online* dan media massa tradisional yang sekaligus menjadi karakteristik media massa *online*, yaitu (Septian Santana K, 2005: 137):

1. Kemampuan internet untuk mengkombinasi sejumlah berita

2. Kurangnya tirani penulis atas pembaca
3. Tidak seorangpun dapat mengendalikan khalayak
4. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung bersinambung
5. Interaktifitas *web*
6. Kecepatan secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan.

Banyak penyebutan yang bisa disematkan untuk media siber (*cyber media*) dalam literatur akademis, misalnya media *online*, *digital media*, *media virtual*, *e-media*, *network media*, media baru, dan media *web*. Penyebutan ini merujuk pada karakteristik maupun hal teknis seperti teknologi itu sendiri (R. Nasrullah, 2014: 13)

Berbeda dengan media tradisional seperti buku, majalah, bahkan radio, dalam media baru, keberadaan pengguna tidak hanya pasif menerima informasi tetapi juga aktif dalam memproduksi informasi. Pengguna juga tidak hanya menerima satu informasi sesuai dengan yang diproduksi oleh institusi media yang terkadang juga memuat informasi yang tidak sesuai dengan keinginan pengguna, tetapi pengguna bisa memilah informasi apa saja yang diinginkan dari jumlah sumber yang tidak terbatas (R. Nasrullah, 2014: 78).

Salah satu karakter pembeda media siber yaitu tersajinya informasi bahkan media bisa dikatakan informasi membanjiri ruang virtual di internet. Setiap orang, asal memiliki koneksi ke jaringan internet ia bisa mengunggah informasi apa pun sehingga bisa menjadi arsip data yang bisa diakses oleh siapa pun (R. Nasrullah, 2014: 103).

Melampaui media *mainstream* yang sudah ada, cetak (koran, tabloid, dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), internet hadir ditengah aktivitas sosial masyarakat dunia memberikan pengaruh secara langsung dalam berbagai aktivitas politik. Tidak terhindarkan, proses komunikasi politik kini tidak bisa mengabaikan internet sebagai saluran yang paling efektif karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki media sebelumnya (Roni Tabroni, 2012: 152).

Berita politik merupakan berita utama media karena relevansi dan implikasinya mencakup masyarakat luas. Sejalan dengan itu, berita media pada dasarnya memiliki dimensi politik, karena media adalah institusi politik. Cook (1998) ada tiga alasan kuat untuk menyatakan pers sebagai institusi politik, yaitu: pertama, sejarah pertumbuhannya, kedua, kesamaan proses dan produk yang dapat diprediksi pada seluruh media, dan ketiga, cara media bekerja sangat mirip dan terkait dengan pekerjaan pejabat publik (S. Simarmata, 2014: 16).

Proses terbentuknya berita politik menurut Hamad (2004) selalu diawali oleh adanya peristiwa politik, baik yang menyangkut lembaga politik, aktor politik, maupun kebijakan politik. konstruksi realitas oleh media ini akan membentuk makna dan citra tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai aspek terkait dengan media seperti sistem operasi media tersebut, faktor internal dan eksternal, serta perangkat pembentukan wacana berita, termasuk didalamnya fungsi bahasa, strategi *framing*, dan *agenda setting* (S. Simarmata, 2014: 20).

Pemberitaan politik setidaknya mempunyai dua kecenderungan, pertama, media cenderung meliput sisi konflik dari politik dari pada sisi kerja sama dengan dasar nilai berita. Kedua, media sangat tergantung pada sumber elit politik karena keahlian dan jabatan mereka dalam struktur politik. Akibatnya, kemungkinan media menjadi alat politik para elit (S. Simarmata, 2014: 26).

Pemilihan topik berita merupakan bentuk otonomi media sebagai institusi. Dalam proses pemilihan ini media merealisasikan kekuatan politikya, tidak hanya karena topik tersebut menjadi berita baik tentang isu, peristiwa, tokoh, maupun kebijakan politik, melainkan terlebih bagaimana topik tersebut dipresentasikan (*framed*), (S. Simarmata, 2014: 27).

#### **E. Karakteristik *Hyperlink* Dalam Media *Online***

*Hyperlink* dapat menghubungkan suatu halaman dengan halaman lain yang masih terdapat pada *website* itu sendiri, selain itu *hyperlink* juga dapat menghubungkan suatu halaman *website* dengan halaman yang terdapat pada *website lain*. Selain mengaitkan antar halaman, *hyperlink* juga bisa mengaitkan halaman dengan *file multimedia*, dan *file program*. *Hyperlink* dapat dipasang pada text maupun gambar. *Hyperlink* dengan text dapat dibedakan secara visual, secara default text yang dipasang *hyperlink* pada sebuah halaman *website* akan berwarna biru dan *underline*. Sedangkan

*hyperlink* yang terpasang pada gambar tidak bisa dibedakan secara visual langsung<sup>6</sup>.

*Hyperlink* adalah cara untuk menghubungkan suatu bagian di dalam *slide*, *file*, program ataupun pada halaman *web* dengan bagian yang lainnya dalam bidang-bidang tersebut. *Hyperlink* sering dipakai untuk menunjukkan lokasi lainnya dari dari teks maupun objek yang diperlihatkan atau dipresentasikan. *Hyperlink* dapat menghubungkan beberapa *file*, objek, aplikasi, dokumen, halaman *web* dan lain-lain<sup>7</sup>.

Keunggulan media *online*, seperti adanya fasilitas *hyperlink*, yaitu sistem koneksi dari *website* ke *website* lain, fasilitasnya dapat dengan mudah menghubungkan dari satu situs ke situs lainnya, sehingga pengguna dapat mencari atau memperoleh informasi lainnya (I. Suryawati, 2014:47).

Iswara (2001), menjelaskan salah satu karakteristik umum yang dimiliki media *online*, yaitu setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke *bank data* yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media *online* dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup><http://www.mandalamaya.com/pengertian-hyperlink-fungsi-hyperlink-contoh-hyperlink/>

<sup>7</sup> <http://www.mandalamaya.com/pengertian-hyperlink-fungsi-hyperlink-contoh-hyperlink/>  
(4 Mei 2017)

<sup>8</sup><http://lenterakecil.com/pengertian-media-online/> (4 Mei 2017)

## F. Analisis Framing

Gagasan tentang *framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955. Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, Alex 2002: 162).

Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* dipakai juga untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002:10). Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing*, terutama, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2002: 10-11).

Pan dan Kosicki mendefinisikan *framing* sebagai strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan untuk mengkode

informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002:68).

Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* bisa menjadi alternatif dalam menganalisis teks media di samping analisis isi kuantitatif. Analisis *framing* dilihat sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosiasikan. Model yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial politik Amerika (Eriyanto, 2002:289-290).

*Framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologi. Framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, konsepsi sosiologis. Kalau pandangan psikologis lebih melihat pada proses internal seseorang, bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu, maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Eriyanto, 2002:291).

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai organisasi ide. *Frame* ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata, atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana

seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks (Eriyanto, 2002: 293).

### **G. *Standpoint Media***

*Standpoint theory* (Riger, 1992) memberikan kerangka untuk memahami sistem kekuasaan. Kerangka ini dibangun atas dasar pengetahuan yang dihasilkan dari kehidupan sehari-hari, orang mengakui bahwa individu-individu adalah konsumen aktif dari realitas mereka sendiri dan bahwa perspektif individu-individu itu sendiri merupakan sumber informasi yang paling penting (Richard, Lynn H. Turner, 2008: 178.).

Kaum pluralis melihat media sebagai saluran yang bebas dan netral, di mana semua pihak dan kepentingan dapat menyampaikan posisi dan pandangannya secara bebas. Pandangan ini ditolak oleh kaum kritis. Pandangan kritis melihat media bukan hanya alat dari kelompok dominan, tetapi juga memproduksi ideologi dominan. Media membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsensus antaranggota komunitas. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya (Eriyanto, 2001: 36).

McQuail (2010), media merupakan sebuah institusi yang lahir dalam kehidupan masyarakat secara sosiologis dan posisinya dipengaruhi oleh perspektif mengenai masyarakat itu sendiri. Menurut teori normatif, media

memiliki hak dan tanggung jawab agar bisa memberikan manfaat kepada individu dan masyarakat (Rusadi, 2015: 81).

Penentuan agenda pada dasarnya merupakan rumusan ideologi institusi atau tepatnya merupakan garis haluan kebijaksanaan media dalam menyeleksi dan memprediksi pesan yang memberikan citra dan gambaran verbal dunia realitas kedalam pundi-pundi pikiran politik. Dalam hal ini, pers tentu saja harus selektif dalam melaporkan peristiwa, apa yang harus dilaporkan, bagaimana cara melaporkannya (M. Robot, 2016: 17).