

BAB II

TINJAUAN PUSTAKAN DAN KERANGKA TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memperkuat masalah yang akan di teliti maka penulis mengadakan tela'ah pustaka dengan cara mencari dan menemukan teori-teori yang akan di jadikan landasan penelitian, yaitu :

Penelitian yang berkaitan dengan analisis *framing* sudah banyak dilakukan peneliti. Diantaranya oleh Xena Levina Atmadja (2014) yang berjudul “*Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) Di Media Online*” yang bertujuan untuk mengetahui untuk melihat isu apa yang ditonjolkan maupun dihilangkan media online dalam membingkai sosok Ahok sebagai pemimpin politik sekaligus pemerintahan masyarakat beretnis Cina. Adapun hasil penelitiannya adalah dari pemberitaan di ketiga media online, sosok Ahok dibingkai sebagai pemimpin politik beretnis Cina yang pemaaf dan tidak pendendam. Walaupun ia menjadi korban dalam kasus isu SARA, baik dengan Rhoma Irama maupun Farhat Abbas, namun Ahok tetap mau memaafkan dan tidak dendam dengan perbuatan keduanya. Selain itu sosok Ahok juga dibingkai sudah terbiasa dengan isu SARA. Hal ini terlihat dari pernyataan-pernyataan Ahok dalam berita yang menyatakan bahwa isu SARA memang sudah terjadi sejak ia terjun ke dunia politik. Lewat *framing* yang dilakukan oleh ketiga media online, maka Ahok memang menjadi salah satu tokoh media darling. Dengan pemberitaan positif pada sosok Ahok, maka media lagi-lagi berusaha untuk mendukung Ahok dan mencari dukungan dari pembacanya. Pembingkaiian yang dilakukan oleh Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id merupakan salah satu upaya untuk membentuk suatu pemikiran menjadi wajar di benak pembaca. Tujuan ketiga media online ini adalah agar sosok Ahok, yang

merupakan pemimpin politik beretnis Cina menjadi wajar di benak pembacanya. Selama ini masyarakat beretnis Cina di Indonesia selalu lekat dengan profesi di dunia bisnis dan ekonomi. Langkah ini diambil media online sehubungan dengan wacana Jokowi yang dikabarkan maju dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia pada tahun 2014.¹

Penelitian ini juga dilakukan oleh Sartika Dewi (2014) yang berjudul “*Analisis Framing Pada Pemberitaan Larangan Pemakaian Jilbab Bagi Polwan Dalam Surat Kabar Harian Republika Edisi 4-15 Juni Dan Koran Kompas Edisi 14 Juni-9 Juli 2013*” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana media (Kompas dan Republika) mengkonstruksi pemberitaan terkait larangan penggunaan jilbab bagi polwan. Adapun hasil penelitiannya adalah peneliti menemukan dalam berita berjudul “PKS: Harusnya Ada Aturan Pemakaian Jilbab Untuk Polwan” jilbab tergambar sebagai sebuah pakaian yang justru akan membuat perempuan lebih terhormat dalam melaksanakan segala aktivitasnya. Terlihat dari pernyataan Hidayat Nur Wahid, “penggunaan jilbab tidak akan menyebabkan kinerja polwan turun. Bahkan mungkin polwan bisa bekerja lebih mudah jika memakai jilbab, karena lebih diharga ketika menjalani tugasnya di tengah masyarakat Muslim. Hidayat meminta agar anggota Komisis II DPR mengkritisi aturan seragam polwan ini dengan serius. “Seharusnya aturan seragam itu menghormati kekhasan yang dimiliki oleh penganut agama tertentu.”²

Penelitian lainnya dilakukan oleh Panca Okta Hutabrina (2009) yang berjudul “*Insiden Monas Dalam Bingkai Berita (Analisis Framin Terhadap Berita Seputar Insiden Monas, 1 juni 2008, di Harian Kompas dan Republika Periode 2-8 Juni 2008)*” yang bertujuan untuk mengetahui bingkai (*frame*) yang terbentuk dalam

¹ Xena Levina Atmaja, *Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) Di Media Online*, 2014, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya.

² Sartika Dewi, *Analisis Framing Pada Pemberitaan Larangan Pemakaian Jilbab Bagi Polwan Dalam Surat Kabar Harian Republika Edisi 4-15 Juni Dan Koran Kompas Edisi 14 Juni-9 Juli 2013*, 2014, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

berita-berita mengenai Insiden Monas pada harian *Kompas* dan *Republika*. Adapun hasil penelitiannya adalah bahwa *Kompas* dan *Republika* memiliki kecenderungan keberpihakan yang berbeda dalam memberitakan insiden Monas. *Kompas* memaknai insiden Monas sebagai aksi kekerasan yang mencederai kebhinekaan. *Kompas* secara implisit berusaha menampilkan pemberitaan yang berkecenderungan mengarah pada penentangan terhadap aksi kekerasan yang dilakukan FPI. Hal itu dilakukan dengan menghadirkan pendapat narasumber yang menentang dan mengancam aksi kekerasan FPI. Sedangkan *Republika* memaknainya sebagai masalah Negara yang lamban menyelesaikan Ahmadiyah. *Republika* secara implisit mencoba menghadirkan berita yang memiliki tendensi terhadap pembubaran Ahmadiyah. Tampilan beritanya berupa paparan pendapat para ulama dan tokoh agama yang mendesak pemerintah untuk segera membubarkan Ahmadiyah.³

Terdapat beberapa keterkaitan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, diantaranya adalah objek yang digunakan adalah sama yaitu berita dan analisis yang digunakan adalah analisis *framing*. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *framing* terhadap berita *hoax* di media online *detik.com* dan *okezone.com* dalam pemberitaan kedatangan Raja Salman ke Indonesia.

B. KERANGKA TEORI

1. Media Massa

Menurut KKBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), bahwa media dapat diartikan sebagai : (1) alat dan (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. *Association For Education And Communication Technology* (AECT) mendefinisikan media yaitu segala bentuk

³ Panca Okta Hutabrina, *insiden Monas Dalam Bingkai Media (Analisis Framing Terhadap Berita Seputar Insiden Monas, 1 Juni 2008, di Harian Kompas dan Republika Periode 2-8 Juni 2008)*, 2009, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan dimanipulasikan, dilihta, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik. sehingga dapat dikatakan media merupakan perantara dari suatu proses komunikasi seperti keika seorang menulis surat, maka media yang digunakan adalah kertas atau ketika menelepon menggunakan media telepon.⁴

Berbeda dengan pemahaman tentang media sebagai “perantara” komunikasi pada umumnya, pemahaman akan media massa lebih dari sekedar sebagai “perantara komunikasi”, akan tetapi media massa adalah media yang digunakan dalam komunikasi diruang *pers*. *Pers* merupakan istilah yang digunakan pada tahun 1920-an untuk memperkenalkan jenis media yang secara khusus dirancang untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Menurut oemar Seno Adji, bahwa :

1. *Pers* dalam arti sempit, yaitu penyiaran-penyiaran pikiran, gagasan atau berita-berita dengan kata tertulis.
2. *Pers* dalam arti luas, yaitu memasukkan didalamnya semua *media mass communications* yang memancarkan pikiran dan perasaan seseorang baik dengan kata-kata tertulis maupun dengan lisan.⁵

Sangat penting bagi pengguna media massa untuk mengidentifikasi karakteristik dan perbedaan setiap media massa baik cetak dan elektronik. Sebelum mengakses informasi media massa, khalayak perpu mengidentifikasi media massa untuk menghubungkan dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi dalam mengakses media massa. Oleh karena setiap media massa memiliki karakteristik media massa, antara lain :

⁴ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media (Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa)*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2013, Cetakan 1, Hal.

⁵ *Ibid.*, Hal.

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi ataupun umpan balik, biasanya memerlukan waktu yang tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.⁶

2. Media Online

Media online disebut juga dengan digital media adalah yang tersaji secara online di internet. Pengertian media online di bagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus :

1. Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (social media) masuk dalam kategori media online.

⁶ *Ibid.*, hal. 39-41.

2. Pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu. Seperti publisitas dan perioditas.⁷

3. Berita

Berita berasal dari bahasa sansekerta *Vrit* yang berarti “ada” atau “terjadi”, namun dapat pula dikatakan *Vritta* artinya “kejadian yang telah terjadi”. Istilah *write* (menulis) dalam bahasa Inggris berarti kata kerja yang menunjukkan aktivitas menulis. Sedangkan istilah *news* dalam bahasa Inggris, berasal dari *new* (baru) dengan konotasi kepada hal-hal baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan etimologis istilah berita dalam bahasa Indonesia mendekati istilah *bericht* (*en*) dalam bahasa Belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan mengingat Indonesia lama dijajah Belanda.⁸

Berita adalah segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca dan berita yang terbaik adalah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca paling besar. Menurut Dja'far H. Assegaf berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa (baru), yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan.⁹

⁷ M.Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online “Panduan Praktis Mengelola Media Online”* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm. 34

⁸ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media (Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa)*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2013, Cetakan 1 hal. 87.

⁹ *Ibid.*, hal. 87.

Berita adalah laporan peristiwa aktual dan hangat melalui proses kerja jurnalistik sehingga layak dipublikasikan oleh media massa. Berita itu lebih dari sekedar kegiatan berkomunikasi antar manusia, berita merupakan hasil pengolahan data mentah dalam bentuk teks, suara, gambar, film yang diolah menjadi suatu berita. Proses kerja suatu peristiwa sehingga menjadi berita, dilakukan melalui kegiatan jurnalistik, yaitu kegiatan mencari peristiwa atau kejadian, mengumpulkan fakta, mengolah menjadi berita dan menyebarluaskan melalui media massa.¹⁰

Menurut Suhandang, bahwa keseluruhan bangunan naskah berita (surat kabar) terdiri dari tiga unsur, yaitu : *headline* (judul berita), *lead* (teras berita) dan *body* (kelengkapan atau penjelasan berita) :

1. *Headline*, merupakan intisari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya.
2. *Lead*, selaku sari dari beritanya, merupakan laporang singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Didalam *lead* ini munculah unsur berita 5W + 1H yaitu *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (kenapa), *How* (bagaimana).
3. *Body*, pada bagian ini kita jumpai keterangan rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan.¹¹

Kriteria berita yang sesuai dengan kaidah jurnalistik adalah :

1. Mengandung nilai berita. Suatu peristiwa dan pendapat memiliki nilai berita jika memenuhi unsur :

¹⁰ *Ibid.*, hal. 88-89.

¹¹ *Ibid.*, hal. 89-90.

- a. Penting (*significance*), ada manfaat bagi pembaca.
 - b. Besar (*magnitude*), kejadian besar, terutama dilihat secara kuantitatif dan dampaknya bagi manusia.
 - c. Aktualitas, peristiwa yang baru terjadi dan belum dimuat media lain.
 - d. Kedekatan (*proximity*), peristiwa yang dekat dengan pembaca secara geografis maupun emosional.
 - e. Tenar (*prominence*), menyangkut hal-hal yang terkenal.
 - f. Manusiawi (*human interest*), kejadian yang memberikan sentuhan perasaan, hiburan, melepaskan ketegangan.
 - g. Lengkap (komperhensif), menjawab pertanyaan tentang apa, siapa, dimana, apabila, mengapa dan bagaimana.
2. Berimbang (*cover both side*) dan tidak memihak.
 3. Tidak mencampuri opini dan fakta.
 4. Tidak mengadili atau menghakimi (*trial by the press*).
 5. Bahasa yang baik dan benar, komunikatif, efektif, efisien dan sopan. Bahasa yang digunakan tidak bermakna ganda. Mengelak kata-kata superlative, dsb.
 6. Penyajian (tata letak, huruf, dsb) yang menarik.¹²

Dalam praktek jurnalistik berlaku prinsip etis adil dan berimbang. Artinya tulisan harus disajikan secara tidak memihak. Berlaku adil adalah ajaran islam. Kata *al-adl* dalam istilah islam berarti memberikan sesuatu yang menjadi hak seseorang yang menjadi kewajibannya. Umat Islam diperintahkan untuk berkomunikasi dengan

¹² Jurnalisme Positif (Panduan Kerja Para Jurnalis Berita Satu Media Holdings).

adil. Artinya harus berkomunikasi dengan benar, tidak memihak, berimbang dan tentunya sesuai dengan hak seseorang.¹³

Dalam komunikasi massa, wartawan wajib mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan berita, tulisan atau gambar dengan tolok ukur; yang dapat membahayakan keselamatan dan kemanan Negara dan bangsa. Misalnya, tidak boleh menyiarkan berita rahasia militer atau Negara atau berita yang dapat menyinggung perasaan umat beragama, suku, ras dan golongan tertentu. Dalam Al-Qur'an juga terdapat tuntunan dalam etika berkomunikasi, yaitu :

1. *Qaulan Ma'rufa*. Artinya ungkapan yang pantas, tidak menyinggung dan menyakiti perasaan.¹⁴
2. *Qaulan Sadida*. Artinya perkataan yang baik dan benar, baik dari segi materi dan isi pesan maupun bahasanya. Dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 9 :

وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : “dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa : 9).¹⁵

3. *Qaulan Karima*. Artinya perkataan yang mulia. Dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 23 :¹⁶

وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

Artinya : “dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (QS. Al-Isra' : 23).¹⁷

¹³ *Ibid.*, hal 80-81.

¹⁴ *Ibid.*, hal. 85.

¹⁵ Al-Qur'an, Surah An-Nisa ayat 9.

¹⁶ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal. 87.

4. *Qaulan Maysura*. Artinya perkataan atau bahasa yang mudah dimengerti, ringkas dan tepat. Dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 28 :¹⁸

فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya : “maka katakan kepada mereka ucapan yang mudah.” (QS. Al-Isra' : 28).¹⁹

5. *Qaulan Baligha*. Artinya perkataan yang jelas maknanya, berkesan dan membekas pada hati. Dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 63 :²⁰

وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya : “dan katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.” (QS. An-Nisa : 63).²¹

6. *Qaulan Layyina*. Artinya perkataan yang lemah lembut. Dalam Al-Qur'an surah Thaha ayat 44 :²²

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya : “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.” (QS. Thaha : 44).²³

Unsur *accuracy* juga merupakan salah satu pokok etika dalam komunikasi masa. Keakuratan informasi dalam komunikasi massa bisa dilihat dari sejauh mana

¹⁷ Al-Qur'an, Surah Al-Isra' ayat 23.

¹⁸ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal.89.

¹⁹ Al-Qur'an, Surah Al-Isra' ayat 28.

²⁰ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal. 92.

²¹ Al-Qur'an, Surah An-nisa ayat 63.

²² Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal. 93.

²³ Al-Qur'an, Surah Thaha ayat 44.

informasi tersebut telah diteliti dengan cermat dan seksama, sehingga informasi yang disajikan telah mencapai ketepatan. Menyampaikan informasi secara tepat merupakan landasan pokok untuk tidak mengakibatkan masyarakat pembaca, pemirsa dan pendengar mengalami kesalahan. Kesalahan yang ditimbulkan oleh kesesatan informasi pada media massa, tentu bisa diperkirakan betapa besar bahaya dan kerugian yang diderita masyarakat banyak.²⁴

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6 :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat : 6).²⁵

4. Hoax

Dalam Kamus Bahasa Inggris, *hoax* artinya olok-olok(an); cerita bohong.²⁶

Istilah dalam Bahasa Indonesia adalah pemberitaan palsu. Pemberitaan palsu adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang

²⁴ Drs. H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, Cetakan 2 hal. 96.

²⁵ Al-Qur'an, Surah Al-Hujurat ayat 6.

²⁶ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris- Indonesia*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, hal. 300.

berbeda dengan barang/kejadian sejatinya. Suatu pemberitaan palsu berbeda dengan misalnya pertunjukan sulap; dalam pemberitaan palsu, pendengar/penonton tidak sadar sedang dibohongi, sedangkan pada suatu pertunjukan sulap, penonton justru mengharapkan supaya ditipu.²⁷

Menurut Hoaxes.id (komunitas yang berfokus membongkar berbagai informasi palsu (*hoax*)), *hoax* adalah sebuah tipuan dan kebohongan yang menyamar sebagai kebenaran. Istilah ini populer di internet dan media sosial karena peredaran *hoax* yang memang lebih mudah berkembang di internet dan media sosial.

Istilah *hoax* biasa digunakan untuk berita palsu, legenda urban, rumor dan kebohongan yang menipu. Pada dasarnya, *hoax* diciptakan untuk menipu banyak orang dengan cara merekayasa sebuah berita agar terkesan menjadi sebuah kebenaran.²⁸

Ciri-ciri berita *hoax* :

1. Beritanya terlalu mengada-ngada, aneh dan tidak masuk akal.
2. Meskipun beritanya aneh dan isinya menghebohkan, jarang media yang meliput. Walaupun ada, media tersebut hanya sekedar mencopy apa adanya dari sumber berita pertama dan tidak mengecek langsung kepada sumber berita.
3. Berita itu bertentangan dengan berita-berita lain yang lebih valid.
4. Sumber yang disebutkan tidak jelas bahkan ada kecenderungan menutup-nutupi. Misalnya dengan menyebut kata “pejabat” tanpa menyebut nama pejabat itu, atau kata “pengurus” tanpa menyebut namanya.²⁹

²⁷ Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas. (Diakses : 11 Maret 2017, 17.08 WIB).

²⁸ Hoaxes.id.

²⁹ Dalam PDF *Kaedah Menerima dan Menyampaikan Berita* oleh Niasato.

Dilansir oleh Liputan6.com, berita hoax memiliki tujuan antara lain, ada yang bertujuan untuk menghibur, ada yang bertujuan politis dan adapula yang bertujuan untuk meraup keuntungan dengan mengundang jebakan klik pada saat *browsing* (*clickbait*). Informasi tersebut dibuat dengan cara memelintir berita sehingga seolah-olah hal tersebut benar-benar terjadi. Beberapa hal yang perlu dicurigai oleh pembaca ketika mendapat informasi yang berpotensi *hoax* :

1. Berita *hoax* umumnya tidak mencantumkan sumber berita yang tidak *valid* atau tidak bisa diverifikasi.
2. Berita juga cenderung tidak memuat dari sisi yang berlawanan dan ditulis dengan nada tendensius.
3. Berita *hoax* kerap menampilkan narasumber anonim.³⁰

5. Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.³¹

Wartawan memakai secara strategis kata, kalimat, *lead*, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lain untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana ini dapat juga menjadi alat bagi peneliti untuk memahami bagaimana media mengemas berita.³²

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar

³⁰ Liputan6.com.

³¹ Eriyanto, *Analisis Framing*, Yogyakarta : LKiS Yogyakarta, 2011, Cetakan 6 hal. 3. Hal. 290-291.

³² *Ibid.*, Hal. 293.

informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) kedalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memakai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Elemen yang menandakan pemahaman seseorang mempunyai bentuk yang terstruktur dalam bentuk aturan atau konvensi penulisan sehingga ia dapat menjadi “jendela” melalui makna-makna yang tersirat dari berita menjadi terlihat.³³

Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi menjadi kedalam empat struktur besar. Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa–pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atau peristiwa–kedalam bentuk susunan umum berita. Struktur semantik ini dengan demikian dapat diamati dari bagan berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil dan sebagainya). Intinya, ia mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta kedalam bentuk umum berita. Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa kedalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa kedalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil. Keempat, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang

³³ *Ibid.*, Hal. 293.

dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.³⁴

Pendekatan tersebut itu dapat digambarkan kedalam bentuk skema sebagai berikut :

Tabel 2.1 Skema Framing Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT <i>FRAMING</i>	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS (Cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema Berita	<i>Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup</i>
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
TEMATIK (Cara wartawan menulis fakta)	3. Detail 4. Kohesi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, Proposisi, Kalimat, Hubungan Antar Kalimat
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, Idiom, Gambar/Foto, Grafik. ³⁵

Sintaksis. Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana beita, sintaksis menunjukkan pada pengertian susunan dan bagian berita—*headline, lead, latar informasi, sumber, penutup*—dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian ini tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun.³⁶

Skrip. Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. Pertama, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. Kedua,

³⁴ *Ibid.*, Hal. 294.

³⁵ *Ibid.*, Hal. 295.

³⁶ *Ibid.*, Hal. 295-296.

berita umumnya, mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca. Menulis berita dapat disamakan, dalam taraf tertentu dengan seorang yang menulis novel tau kisah fiksi lain. Perbedaannya bukan terletak paca cara bercerita, melainkan fakta yang dihadapi.³⁷

bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+1H (*who, what, when, where, why, how*). Meskipun pola ini tidak selalu dapat dijumpai dalam setiap berita yang ditampilkan, katagori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsure kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting.³⁸

Tematik. Bagi Pan dan Kosicki, berota mirip sebuah pengujian hipotesis: peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip dan pernyataan yang diungkapkan—semua perangkat itu digunakan untuk membuat dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat. Tema yang dihadirkan atau dinyatakan secara tidak langsung atau kutipan sumber dihadirkan untuk mendukung hipotesis. Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menyebut struktur tematik dari berita. Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Kalau struktur sintaksis berhubungan dengan pernyataan bagaimana fakta yang diambil oleh wartawan akan ditempatkan pada skema atau bagian berita, maka struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber kedalam teks berita secara keseluruhan.³⁹

Retoris. Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kalimat yang dipilih oleh wartawan utnuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan

³⁷ *Ibid.*, Hal. 299.

³⁸ *Ibid.*, Hal. 299-300.

³⁹ *Ibid.*, Hal. 301.

oleh wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran.⁴⁰

⁴⁰ *Ibid.*, Hal. 304.