

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa dan Media Daring

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media kepada khalayak yang luas dan heterogen. Dalam komunikasi massa, pesan diproduksi oleh institusi media (organisasi), disebarkan secara luas melalui saluran tertentu, dan umpan balik audiens tidak selalu bersifat langsung. Dalam praktiknya, komunikasi massa tidak sekadar memindahkan informasi, melainkan turut membentuk pengetahuan sosial, karena media memilih peristiwa apa yang ditampilkan dan bagaimana peristiwa itu diceritakan.¹

Dalam konteks media daring (online), karakter komunikasi massa mengalami perubahan pada aspek kecepatan, intensitas, dan pola konsumsi. Portal berita dapat memperbarui informasi secara cepat dan berulang sehingga memperluas peluang terbentuknya agenda perhatian publik pada isu tertentu. Meski media daring membuka ruang

¹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1 Macquail's Mass Communication Theory, 6th Ed.*, 2011th ed. (Penerbit Selemba Humanika, 2011).

interaksi (misalnya komentar dan berbagi tautan), proses produksi berita tetap berada di bawah kontrol redaksi melalui pemilihan topik, pemilihan narasumber, penekanan isu, serta struktur penyajian informasi.² Karena itu, isu internasional seperti perang Israel–Palestina yang terjadi jauh dari audiens Indonesia tetap bisa hadir sebagai realitas yang “dekat” secara sosial melalui pemberitaan yang terus-menerus diakses.

Pemahaman tentang komunikasi massa dan media daring dibutuhkan dalam penelitian ini untuk menempatkan *kompas.com* dan *republika.co.id* sebagai institusi yang memproduksi pesan publik. Dengan melihat media sebagai institusi sosial, penelitian dapat memahami bahwa teks berita bukan hanya refleksi peristiwa, melainkan hasil proses produksi makna yang berpotensi mempengaruhi cara publik membaca konflik, termasuk penentuan isu mana yang paling penting (misalnya korban sipil, serangan militer, krisis kemanusiaan, atau diplomasi internasional).

² Stanley J Baran and Dennis K Davis, *Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future*, 2016th ed. (NEW YORK: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2016).

B. Konstruksi Sosial Realitas dan Peran Media

Teori konstruksi sosial realitas menjelaskan bahwa realitas sosial dipahami manusia melalui proses sosial yang melibatkan bahasa, interaksi, dan institusi. Pengetahuan mengenai dunia banyak dibentuk melalui “cerita sosial” yang beredar dan diterima bersama. Dalam kerangka ini, media massa memiliki peran strategis karena media menjadi salah satu sumber utama “cerita sosial” modern yang menghadirkan peristiwa, memberi konteks, dan menyediakan istilah untuk memahaminya.³

Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses sosial yang membuat sesuatu tampak “wajar” dan “alamiah” karena diulang dan dilembagakan.⁴ Ketika konsep ini diterapkan pada media, berita dapat dipahami sebagai produk yang tidak sepenuhnya netral: media memilih fakta tertentu, menonjolkan sebagian

³ Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge* (UK: Penguin_Books, 1991, 1991).

⁴ Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *Konstruksi Sosial Atas Realitas* (Jakarta: LP3ES, 1990).

aspek, dan menghubungkan peristiwa dengan narasi tertentu. Akibatnya, publik sering kali memahami konflik bukan dari pengalaman langsung, melainkan dari realitas yang telah dikonstruksi melalui pemberitaan.

Dalam kajian media Indonesia, Bungin menegaskan bahwa media massa ikut membangun realitas sosial melalui pemilihan dan penyusunan informasi serta produksi makna yang beredar di masyarakat.⁵ Pada isu perang Israel–Palestina, konstruksi realitas media berpotensi membentuk persepsi publik tentang (1) siapa yang diposisikan sebagai korban dan pelaku, (2) isu utama apa yang diprioritaskan (misalnya “krisis kemanusiaan” vs “keamanan”), dan (3) solusi apa yang dianggap layak (misalnya gencatan senjata, bantuan, diplomasi, atau langkah internasional lainnya). Dengan landasan ini, penelitian memiliki pijakan teoritis untuk memahami mengapa dua media dapat menyajikan peristiwa yang sama tetapi membentuk realitas sosial yang berbeda.

⁵ Burhan Bungin, “Konstruksi Sosial Media Massa Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi Dan Keputusan Konsumen,” 2008, 56–61.

C. Framing dalam Pemberitaan Media

Framing adalah mekanisme bagaimana media menyajikan realitas melalui proses seleksi dan penonjolan. Dalam praktik pemberitaan, media tidak mungkin memuat seluruh fakta peristiwa secara utuh; karena keterbatasan ruang dan orientasi redaksional, media memilih fakta tertentu dan menyusunnya menjadi narasi yang koheren. *Framing* terlihat bukan hanya pada “apa yang diberitakan”, tetapi pada “bagaimana diberitakan”: judul, lead, pemilihan kata, urutan informasi, kutipan narasumber, serta penutup berita.

Dalam analisis media di Indonesia, Eriyanto menekankan bahwa framing berkaitan dengan cara media mengonstruksi realitas melalui struktur teks dan ideologi yang melatarinya.⁶ Artinya, *framing* dapat dipahami sebagai perangkat untuk melihat bagaimana media membangun makna dan arah pemahaman pembaca, termasuk ketika media tampak “memberi fakta” tetapi sebenarnya menonjolkan sudut pandang tertentu.

⁶ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Yogyakarta:Lkis, 2022), 63-65.

Konsep *framing* penting bagi penelitian ini karena fokus penelitian adalah membandingkan perbedaan *framing* *kompas.com* dan *republika.co.id* dalam pemberitaan perang Israel–Palestina. Dengan *framing*, penelitian dapat menunjukkan perbedaan fokus isu (misalnya korban sipil atau serangan militer), perbedaan penentuan penyebab, perbedaan penilaian moral terhadap aktor, serta perbedaan orientasi solusi yang ditawarkan.

D. Model *Framing* Robert N. Entman

Model *framing* Robert N. Entman menjadi perangkat utama dalam penelitian ini untuk menganalisis teks berita secara sistematis. Entman mendefinisikan *framing* sebagai proses menyeleksi aspek tertentu dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dalam teks komunikasi sehingga mempromosikan definisi masalah, interpretasi sebab, evaluasi moral, dan solusi yang ditawarkan.⁷ Model ini cocok digunakan pada isu konflik karena konflik sarat dengan

⁷ Robert M Entman, "Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm," *McQuail's Reader in Mass Communication Theory* 390 (1993): 397.

perebutan definisi masalah, penunjukan aktor penyebab, penilaian moral, dan pilihan solusi.

Entman merumuskan empat elemen *framing* yang menjadi panduan analisis:

1. *Define Problems*: bagaimana media mendefinisikan peristiwa sebagai masalah dan mengapa hal itu penting. Pada isu perang Israel-Palestina, definisi masalah bisa berupa “agresi”, “pembalasan”, “krisis kemanusiaan”, “ancaman keamanan”, atau “persoalan diplomasi internasional”. *Define problems* biasanya tampak kuat pada judul dan lead yang berfungsi mengarahkan fokus pembaca sejak awal.
2. *Diagnose Causes*: bagaimana media menetapkan siapa/apa penyebab peristiwa. Elemen ini dapat terlihat dari atribusi sebab dalam teks, pemilihan kronologi (bagian mana yang dijadikan “awal”), dan aktor mana yang diprioritaskan sebagai pemicu.

3. *Make Moral Judgement*: bagaimana media membangun penilaian moral terhadap aktor atau tindakan. Penilaian moral dapat muncul melalui diksi evaluatif, label pada aktor, pemilihan narasumber, serta penekanan pada korban/pelaku.

4. *Suggest Remedies*: bagaimana media mengarahkan solusi atau tindakan yang dianggap tepat. Dalam berita konflik, solusi yang ditonjolkan bisa berupa “gencatan senjata”, “bantuan kemanusiaan”, “diplomasi”, “tindakan PBB”, atau bentuk penanganan lain.

Keempat elemen tersebut bekerja sebagai satu kesatuan. Cara media mendefinisikan masalah akan mempengaruhi siapa yang diposisikan sebagai penyebab; penentuan penyebab akan mempengaruhi penilaian moral; penilaian moral cenderung berujung pada solusi yang “pantas” menurut narasi media.⁸ Dengan kerangka ini, penelitian dapat membandingkan pola *framing* *kompas.com* dan *republika.co.id* secara terstruktur, bukan sekadar berdasarkan kesan.

⁸ Entman.

E. Media, Ideologi, dan *Framing* Pemberitaan

Framing tidak dapat dilepaskan dari konteks produksi berita. Media memiliki rutinitas redaksional seperti pemilihan nilai berita, gatekeeping (penyaringan informasi), pemilihan angle, dan pemilihan narasumber. Dalam proses itu, orientasi nilai dan kepentingan tertentu dapat mempengaruhi bagaimana suatu isu dibingkai. Eriyanto menempatkan *framing* sebagai proses yang berkaitan dengan ideologi karena ideologi mempengaruhi apa yang dianggap penting, siapa yang diposisikan sebagai korban/pelaku, dan bagaimana realitas ditafsirkan.⁹

Dalam studi teori komunikasi, Littlejohn dan Foss menegaskan bahwa teori komunikasi membantu memahami bagaimana pesan diproduksi, ditafsirkan, dan dipengaruhi oleh konteks sosial.¹⁰ Dengan konteks ideologi media, penelitian ini tidak bermaksud menuduh media tertentu “salah”, tetapi menjelaskan bahwa perbedaan *framing* bisa muncul karena

⁹ Eriyanto and Konstruksi, “Politik Media.”

¹⁰ Stephen W Littlejohn and Karen A Foss, “Teori Komunikasi Theories of Human Communication,” 2009.

perbedaan orientasi redaksi, karakter pembaca, nilai yang ditonjolkan, serta pertimbangan institusional dalam produksi berita.

Dalam isu konflik Israel–Palestina, ideologi media dapat mempengaruhi: (1) aspek mana yang diprioritaskan (korban sipil vs aspek keamanan), (2) aktor mana yang diberi porsi dominan sebagai penyebab, (3) bahasa moral yang dipakai, dan (4) solusi apa yang dinormalisasi. Dengan demikian, konsep ideologi media menjadi perspektif pendukung untuk membaca *mengapa* perbedaan *framing* antara *kompas.com* dan *republika.co.id* dapat terjadi.

F. Persepsi/Perspektif Khalayak terhadap Pemberitaan Media

Untuk menjawab rumusan masalah kedua, penelitian ini menggunakan konsep persepsi/perspektif khalayak terhadap pemberitaan. Persepsi merupakan proses ketika individu menerima rangsangan (stimulus), mengorganisasikan informasi, lalu memberi makna sesuai pengalaman, kebutuhan,

nilai, dan kerangka berpikirnya.¹¹ Dalam konteks komunikasi, persepsi penting karena audiens tidak sekadar “menerima” berita; audiens menafsirkan, menilai, dan membangun sikap atas informasi yang dibaca.¹²

Dalam penelitian ini, perspektif khalayak dimaknai sebagai cara mahasiswa memandang pemberitaan perang Israel–Palestina, misalnya bagaimana mereka menilai kecenderungan media, bagaimana mereka memahami siapa korban/pelaku, dan apakah berita mempengaruhi sikap mereka terhadap Israel dan Palestina. Persepsi khalayak terhadap berita dipengaruhi oleh beberapa faktor yang relevan dengan desain penelitian:

1. Terpaan media: seberapa sering mengikuti isu, dan portal mana yang lebih sering dikonsumsi.
2. Pengetahuan awal: informasi yang telah dimiliki sebelumnya tentang konflik.

¹¹ Bimo Walgito Bimo Walgito, “Pengantar Psikologi Umum” (Yogyakarta: Andi, 2004).

¹² Jalaluddin Rakhmat and Tjun Surjaman, *Psikologi Komunikasi*, ed. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999).

3. Nilai dan keyakinan: nilai kemanusiaan/agama yang mempengaruhi penilaian moral.
4. Kredibilitas media: sejauh mana pembaca mempercayai *kompas.com* atau *republika.co.id*.
5. Lingkungan sosial: diskusi dengan teman/keluarga dan paparan media sosial yang ikut membentuk interpretasi.

Dengan landasan ini, wawancara mendalam menjadi metode yang tepat karena dapat menggali alasan, pertimbangan, dan proses penafsiran yang mendasari perspektif mahasiswa terhadap pemberitaan.

