BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1	Sumber: Afifullah, M., Qadzafi, S. A., & Fathan, F. (2025). Analisis *Framing* pemberitaan Naturalisasi pemain Tim Nasional Indonesia pada Media Republika dan Kompas.com	Dilansir dari survei Indikator 2024 terkait Sikap Publik Terhadap Kebijakan Naturalisasi Pemain Timnas, yakni sebagian besar menerima kebijakan tersebut dengan meningkatnya prestasi timnas Indonesia dari tahun sebelumnya, dan tak sedikit juga masyarakat yang menolak kebijakan naturalisasi dengan dalih membunuh talenta anak bangsa yang menekuni sepak bola, adapula sebagian masyarakat yang tidak peduli dengan perdebatan antara pro dan kontra naturalisasi, selama prestasi timnas Indonesia semakin membaik (Indicator, 2024).	Analisis *Framing* pemberitaan naturalisasi pemain Tim Nasional Indonesia pada Republika dan Kompas.com umumnya menunjukkan perbedaan sudut pandang ideologis dan redaksional media, di mana Republika cenderung membingkai naturalisasi sebagai solusi strategis yang sejalan dengan kepentingan nasional dan identitas kebangsaan, sementara Kompas.com lebih menekankan aspek profesionalisme, regulasi, dan dampak jangka panjang terhadap pembinaan pemain lokal. Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian

		Hal ini sangat memengaruhi media dalam membingkai realitas naturalisasi pemain timnas Indonesia, yang di mana media tetap mempublikasikan berita yang bernada positif untuk timnas Indonesia, namun juga tidak bias terhadap kebijakan naturalisasi pemain timnas Indonesia, terlebih Republika *Online* memiliki hubungan dengan Erick Thohir selaku pendiri PT Mahaka Media. Berbeda dengan Republika *Online*, Kompas.com tidak memiliki hubungan apapun dengan pemilik kebijakan naturalisasi pemain timnas Indonesia, yang dimana peneliti merasa Kompas.com adalah media ideal yang dapat dianalisis sebagai media pembanding dari Republika *Online*.	saya tentang analisis *Framing* kegagalan Timnas Indonesia pada kualifikasi Piala Dunia 2026 di detik.com dan Kompas.com terletak pada kesamaan objek kajian berupa Timnas Indonesia serta penggunaan pendekatan *Framing* untuk melihat bagaimana media membangun realitas, tanggung jawab, dan makna atas isu sepak bola nasional, sehingga penelitian naturalisasi dapat menjadi landasan konseptual dan pembanding dalam memahami konsistensi, perbedaan bingkai, serta kecenderungan sikap media khususnya Kompas.com dalam memberitakan isu keberhasilan maupun kegagalan Timnas Indonesia.
2	Sumber: Bintang	Penolakan yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo	Analisis *Framing* pemberitaan Ganjar

	Bhagaskara, Andrine Prima Afneta Arzil (2024). Analisis *Framing* Pemberitaan Ganjar Pranowo Menolak Kehadiran Timnas Israel di Indonesia pada media CNNIndonesia. com	terhadap partisipasi Timnas Israel dalam Piala Dunia U-20 di Indonesia, seperti yang diberitakan oleh CNNIndonesia.com, dianggap sebagai salah satu faktor utama yang menyebabkan pembatalan acara tersebut di Indonesia. Sikap ini menimbulkan kontroversi yang luas dan menjadi topik perdebatan di berbagai kalangan. Dalam berbagai berita yang mereka tulis, Ganjar menjelaskan bahwa penolakannya ini merupakan bentuk kesetiaannya terhadap Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), partai politik yang ia ikuti. Pernyataan tersebut menegaskan posisinya dalam menjaga prinsip prinsip partai yang dikenal dengan sikap pro-Palestina. Langkah Ganjar ini tidak 19 hanya menggambarkan loyalitas politiknya, tetapi juga memperlihatkan bagaimana keputusan politik	Pranowo menolak kehadiran Timnas Israel di Indonesia pada CNNIndonesia.com menunjukkan bagaimana media membingkai isu olahraga dalam konteks politik dan ideologis, dengan penekanan pada posisi Ganjar sebagai aktor politik, sensitivitas isu Palestina–Israel, serta dampaknya terhadap citra Indonesia di mata internasional. Relevansinya dengan penelitian saya tentang analisis *Framing* pemberitaan kegagalan Timnas Indonesia pada kualifikasi Piala Dunia 2026 di detik.com dan Kompas.com terletak pada kesamaan fokus kajian *Framing* media terhadap isu Timnas Indonesia, di mana keduanya sama-sama mengkaji bagaimana media mengonstruksi makna, tanggung jawab, dan dampak suatu

		dapat memiliki dampak yang signifikan pada event internasional yang melibatkan berbagai kepentingan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa pernyataan Ganjar Pranowo ini memicu beragam reaksi dari masyarakat, yang juga tercermin dalam pemberitaan di CNNIndonesia.com.	peristiwa sepak bola nasional, baik dalam konteks politik maupun prestasi, sehingga penelitian tentang penolakan Timnas Israel dapat memperkaya perspektif analitis dalam memahami pola *Framing* media terhadap isu sensitif yang memengaruhi citra dan narasi kegagalan atau problematika Timnas Indonesia.
3	Sumber: Narayana Mahendra Prasetya (2018). Analisis *Framing* Mengenai Pemberitaan Sanksi FIFA Kepada Indonesia (PSSI)	Sebagai infomasi, sebelumnya Kemenpora RI juga mengkritik FIFA. Dalam pernyataan resmi mengenai jatuhnya sanksi FIFA misalnya, Kemenpora RI menyatakan "Berulang kali surat resmi disampaikan kepada FIFA, tetapi FIFA tetap tidak merespon positif terhadap rangkaian kegiatan pembenahan yang dilaukan Kemenpora" (baca: Siaran Pers No. 19/Kom Publik/Kemenpora/4/2015: Keputusan Menpora No.	Analisis *Framing* pemberitaan sanksi FIFA kepada Indonesia (PSSI) menunjukkan bagaimana media mengonstruksi isu kegagalan sepak bola nasional melalui penekanan pada aktor yang bertanggung jawab, faktor penyebab, serta dampak sanksi terhadap masa depan Timnas Indonesia, baik dari sisi manajerial, politik olahraga, maupun citra bangsa. Relevansinya

		0137 Tahun 2015 Tentang Pengenaan Sanksi Administratif Berupa Kegiatan Keolahragaan PSSI Tidak Diakui). Kemudian dalam pernyataan lain mengenai terungkapnya kasus korupsi di FIFA, Kemenpora RI turut memberikan pernyataan resminya. Dalam pernyataan resmi tersebut, Kemenpora RI menyatakan bahwa FIFA tidak bisa lagi mengelak dari hukum positif (di luar Statuta FIFA) yang berlaku dan anggota FIFA diharapkan untuk tidak lagi bersikap "esklusif dari intervensi hukum". Anggota FIFA dikecam karena bertindak berlawanan dengan FIFA "yang selalu diagung-agungkan" itu.	dengan penelitian saya tentang analisis *Framing* pemberitaan kegagalan Timnas Indonesia pada kualifikasi Piala Dunia 2026 di detik.com dan Kompas.com terletak pada kesamaan fokus terhadap narasi kegagalan dan problematika sepak bola nasional, sehingga penelitian sanksi FIFA dapat menjadi rujukan konseptual untuk memahami bagaimana media membingkai kegagalan, menyalahkan pihak tertentu, serta membentuk opini publik terkait tanggung jawab dan konsekuensi atas kegagalan Timnas Indonesia.

Sumber: dokumentasi peneliti (2026)

Ketiga penelitian terdahulu memiliki kelebihan pada penggunaan analisis *Framing* sebagai alat kritis untuk membaca bagaimana media mengonstruksi isu sepak bola nasional tidak semata sebagai peristiwa olahraga, tetapi sebagai wacana sosial, politik, dan kelembagaan. Penelitian mengenai naturalisasi pemain Timnas Indonesia kuat dalam menampilkan perbedaan ideologi media dan kepentingan redaksional dalam membingkai kebijakan peningkatan prestasi,

sehingga menunjukkan bahwa realitas media bersifat selektif dan tidak netral sebagaimana dijelaskan dalam konsep *Framing* media (Eriyanto, 2018). Penelitian tentang penolakan kehadiran Timnas Israel juga memiliki kelebihan dalam mengaitkan isu olahraga dengan konteks politik internasional dan identitas nasional, sejalan dengan pandangan bahwa media berperan aktif membangun makna melalui penonjolan aktor, konflik, dan nilai tertentu (Sobur, 2018). Sementara itu, penelitian sanksi FIFA terhadap PSSI unggul dalam mengungkap *Framing* kegagalan sepak bola Indonesia pada level struktural dengan menyoroti relasi kuasa antara negara, federasi nasional, dan otoritas global, serta bagaimana media membingkai tanggung jawab dan legitimasi aktor-aktor tersebut.

Namun demikian, ketiga penelitian tersebut juga memiliki keterbatasan yang cukup signifikan. Penelitian naturalisasi dan penolakan Timnas Israel cenderung berfokus pada polemik kebijakan dan pernyataan elit politik, sehingga *Framing* media terhadap performa Timnas Indonesia di lapangan dan makna kegagalan prestasi belum dianalisis secara mendalam. Penelitian sanksi FIFA pun lebih menekankan konflik institusional dan narasi kegagalan tata kelola sepak bola, sehingga kegagalan Timnas sebagai representasi hasil kompetisi internasional masih diposisikan sebagai dampak tidak langsung. Selain itu, sebagian penelitian terdahulu membatasi objek kajian pada isu tertentu dan periode tertentu, sehingga belum sepenuhnya menangkap dinamika *Framing* media daring yang cepat, berlapis, dan sangat dipengaruhi oleh logika klik serta agenda setting media digital (McQuail, 2016).

Dengan demikian, kekurangan dalam penelitian terdahulu justru mempertegas kontribusi penelitian saya. Penelitian tentang *Framing* kegagalan Timnas Indonesia pada kualifikasi Piala Dunia 2026 di detik.com dan Kompas.com melengkapi kajian sebelumnya dengan menempatkan kegagalan prestasi sebagai fokus utama analisis, bukan sekadar sebagai implikasi kebijakan atau konflik kelembagaan. Secara teoretis, penelitian terdahulu tentang sanksi FIFA dan isu-isu kontroversial lain dapat menjadi rujukan dalam memahami pola pembingkaian aktor, penyebab, dan konsekuensi kegagalan, sebagaimana

dikemukakan dalam teori *Framing* modern yang menekankan penonjolan aspek tertentu untuk membentuk opini publik (Entman, 2015; Eriyanto, 2018).

2.2 Media Massa

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara cepat kepada audience yang luas dan menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2017:30). Media massa ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya banyak dan berlangsung secara bersamaan. Selain itu juga media massa juga menggunakan peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan lain – lain (Nurudin, 2017:34). Media massa yang digunakan masyarakat semakin beragam seperti media cetak bisa berarti surat kabar, tabloid atau majalah dan media elektronik, bisa berarti bicaara radio, televisi, atau iinternet. Perkembangan teknologi sekarang ini sudah semakin maju. Bila dulu media massa hanya berbentuk media cetak, kini muncul media elektronik baik radio maupun televisi, sedangkan istilah yang sama, yaitu pers atau jurnalistik. Oleh karena itu, kini yang dimaksud dengan jurnalistik atau pers sudah meluas, bukan hanya media cetak, tetapi termasuk juga media elekronik, sehinggga untuk media elektronik dapat dikatakan jurnalisme elektronik (*electronics journalism*) atau pada radio saja menjadi jurnalisme radio (radio journalism), pada televisi, menjadi jurnalisme televisi *(television journalism*) (Mondry, 2016:11).

2.2.1 Karakteristik Media Massa

Media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampain pesan, gagasan atau informasi kepada khalayak atau publik secara serentak. Sebuah media bisa di sebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik media massa menurut (Canggara, (2017:127) antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelolah media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan dan pengelolahan sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalaupun ada reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu yang tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan stimulan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan lain sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, suku dan bangsa.

Menurut Effendy (2017), media massa di gunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal juah. Media massa yang di gunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi dan bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan reaksi atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan dan hiburan.

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa pada dasarnya media massa merupakan kanal komunikasi massa yang dapat menyampaikan informasi, berita dan pesan kepada publik. Media massa juga memiliki pengaruh besar terhadap seluruh aspek kehidupan manusia baik aspek ekonomi, politik, sosial, budaya dan pendidikan. Media massa terus berupaya untuk mendapatkan uang dari pihak yang memiliki kepentingan terhadap media sehingga memungkinkan media menyiapkan informasi dan hiburan. Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa masuk dalam kategori bisnis yang berbasis pada keuntungan. Seperti kita melihat konteks hari ini, media massa selalu terperangkap pada kepentingan-kepentingan tertentu.

2.2.2 Jenis-Jenis Media Massa

Media massa pada masyarakat saat ini dapat dibedakan atas tiga kelompok, meliputi media cetak, media elektronik, dan media *Online.*

a. Media cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut *Acta Diurna dan Acta Senatus* di kerajaan romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Guttenberg menemukam mesin cetak, hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar (Koran), tabloid, dan majalah.

b. Media elektronik

Media elektronik muncul karena perkembangan teknologi modern yang berhasil memadukan konsep media cetak, berupa penulisan naskah dengan suara (radio), bahkan kemudian dengan gambar melalui layar televisi. Maka kemudian, yang disebut dengan media massa elektronik adalah radio dan televisi.

c. Media *Online*

Media *Online* meupakan media yang menggunakan internet. Sepintas lalu orang yang menilai media *Online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media *Online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang berkesan perorang (Mondry, 2016:12)

2.3 Media *Online*

Media *Online* adalah saluran komunikasi yang dilakukan secara *Online* berbasis telekomunikasi melalui situs web di internet. Menurut situs *Business Dictionary*, pengertian media *Online* adalah media digital yang mencakup teks, video, gambar, dan musik, yang didistribusikan melalui jaringan internet (Mahyuddin, 2019:32).

Salah satu media *Online* yang banyak diakses oleh masyarakat umum dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah situs berita *Online*. Situs ini merupakan pintu gerbang berbagai informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi *Online* dan berita yang di

dalamnya saling berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain (Mahyuddin, 2019:32).

2.3.1 Karakteristik Media *Online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *Online*, dibandingkan media konvensional (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *Online*, antara lain:

a. Multimedia, dapat menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
b. Aktualitas, berisi info actual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
c. Cepat, begitu di posting atau di upload, langsung bisa diakses semua orang.
d. *Update*, pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik ejaan. Kita belum menemukan istilah ralat di media *Online*, sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasipun disampaikan secara terus menerus.
e. Kapasital luas, halaman web bisa menampung naskah panjang.
f. Fleksibilitas, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja, dan dimana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja setiap saat.
g. Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
h. Interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room.*
i. Terdokumentasi, informasi tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui link, artikel terkait, dan fasilitas cari (*search*).
j. *Hyperlinked*, berhubungan dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji (Romli, 2018:37).

Ada juga karakter media *Online* yang menjadi kekurangan atau kelemahan, diantaranya:

a. Ketergantungan terhadap perangkat computer dan koneksi internet. Jika tidak ada aliran listrik, batrei habis dan tidak ada koneksi internet, dan juga tidak ada *browser*, maka media *Online* tidak bisa akses.

b. Bisa dimiliki dan operasikan oleh sembarang orang, mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media *Online* dengan isi berupa *copy paste* dari informasi situs lain.
c. Adanya kecendrungan mata mudah lelah saat membaca media *Online*, khususnya naskah yang panjang.

Akurasi sering terabaikan, karena sering mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media *Online* biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (Romli, 2018:38).

2.3.2 Jenis-Jenis Media *Online*

Secara teknis atau fisik media *Online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (computer dan internet). Termasuk kategori media *Online* adalah portal, website (situs web, termasuk blok dan media sosial seperti *facebook* dan *twiter*), radio *Online*, TV *Online* dan email. Yang menjadi objek kajian dalam pembahasan buku ini adalah media *Online* berurpa website, utamanya *website* berita (*news Online* media), karena situs berita merupakan media *Online* yang paling umum diaplikasikan dalam Pratik jurnalistik modern dewasa ini (Romli, 2018:35).

Media *Online* berupa situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima kategori:

a. Situs berita berupa edisi *Online*, dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti republika *Online*, kompas *cybermedia*, media Indonesia.com, seputar Indonesia.com, pikiran rakyat.com, dan tribunjabar.co.id.
b. Situs berita berupa edisi *Online* media penyuaraan radio, seperti radio Australia (*radioaustralia, net, au*) dan Radio *Nederland work (rnw.rl*).
c. Situs berupa media *Online*, media penyiaan televisi berupa, media *CNN.com*, *metrotvnews.com* dan *liputan6.com*.
d. Situs berita *Online* murni, yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com, detik.com*, dan *VIVA News*.
e. Situs indeks berita, yang hanya membuat link-link berita dari situs berita lain, seperti *Yahoo! News*, Plassa.msn.com, *NewsNow*, dan *google news*,

layanan komplikasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *Online* (Romli, 2018:35).

2.4 Berita

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; laporan; pemberitahuan; dan pengumuman (Muslimin, 2019:7).

Berita merupakan laporan peristiwa yang memiliki nilai berita (*news value*), aktual, factual, penting, dan menarik. Berdasarkan definisi itu bias disimpulkan bahwa berita adalah informasi atau laporan yang menarik perhatian masyarakat konsumen, berdasarkan fakta, berupa kejadian atau ide (pendapat), disusun sedemikian sedemikian rupa dan disebarkan media massa dalam waktu secepatnya (Qorib, 2017: 94).

Dalam menulis berita, seorang wartawan mengacu pada unsur-unsur berita sebagai rumus umum dalam penulisan berita agar tercipta sebuah berita yang lengkap. Unsur-unsur berita biasa dikenal dengan 5W+1H, yaitu (1) *What*: apa yang terjadi; (2) *Who*: siapa yang terlibat pada kejadian itu; (3) *Where*: Dimana peristiwa itu terjadi; (4) *When*: Kapan terjadi; (5) *Why*: Mengapa hal itu terjadi; dan (6) *How*: Bagaimana peristiwa itu terjadi (Muslimin, 2019:10).

2.4.1 Nilai Berita

Syarat berita yang diminati harus menarik perhatian konsumen atau yang jauh lebih luas, tentu perhatian masyarakat. Sebagai contoh sederhana, bila seseorang tidak terkenal diberitakan jatuh ke sumur, barangkali yang ingin tahu berita itu hanya saudara, tetangga, atau orang-orang yang mengenal dia, tapi bila presiden suatu Negara di beritakan jatuh ke sumur, tentu semua orang tertarik ingin mengetahuinya, teutama rakyatnya. Sebaliknya bila seorang raja diberitakan mendapat hadia mobil, tentu di anggap biasa, tentu bila seorang biasa mendapat hadia satu trililiun, temtu menjadi satu informasi yang sangat menarik perhatian (Mondry, 2016:145-149).

Dengan contoh sederhana itu, terlihat bahwa yang menyebabkan berita bias menarik perhatian itu banyak dan akhirnya bias menimbulkan pertanyaan,

apa saja yang menjadi unsur berita, sehingga berita itu memiliki nilai, berikut unsur-unsur berita:

1. Keluarbiasaan *(Unusualness*)

   Keluarbiasaan merupakan berita yang tidak biasa terjadi pada masyarakat. Contohnya manusia yang menggigit anjing. Karena kalau berita anjing yang menggigit manusia itu sudah biasa terjadi.

2. Kebaharuan *(Newness)*

   Berita merupakan yang baru terjadi. Hari akan tetap sama, namun peristiwa akan berbeda setiap harinya. Hal ini agar berita yang ada tidak basi dan selalu update.

3. Akibat *(Impact)*

   Hal ini seberapa besar akibat yang terjadi pada masyarakat. Sesuatu yang tidak banyak menimbulkan dampak pada masyarakat tidak bisa dikatakan berita. Contohnya kenaikan harga sembako, hal ini berdampak kepada kehidupan sehari-hari masyarakat.

4. Aktual *(Timeliness)*

   Aktual adalah peristiwa yang benar-benar telah terjadi atau sedang terjadi saat ini. topik yang baru-baru ini terjadi dan topik yang sering dibicarakan.

5. Kedekatan (*Proximity)*

   Kedekatan geografis dan psikologis adalah dua definisi kedekatan. Suatu peristiwa yang terjadi di dekatnya dikatakan berada dalam kedekatan geografis kita. Minat seseorang untuk mengikuti suatu berita meningkat seiring dengan dekatnya suatu peristiwa dengan kita. Kedekatan psikologis, misalnya diberitakan daerah Palembang banjir, maka masyarakat Palembang pasti lebih tertarik dengan berita tersebut dibanding masyarakat Jakarta, karena dampak yang dirasakan langsung terjadi pada masyarakat Palembang.

6. Informasi *(Information)*

   Informasi merupakan segala hal yang dapat menghilangkan ketidakpastian. Media hanya meliput berita yang layak diberitakan atau bermanfaat bagi masyarakat umum.

7. Konflik *(Conflict)*

   Konflik merupakan segala sesuatu yang bertentangan. Pertentangan merupakan sebuah sumber berita yang tidak ada habisnya.

8. Ketokohan

   Ketokohan merupakan seberapa penting tokoh tersebut. orang-orang terkemuka, yang apapun tingkah lakunya akan menjadi berita. Seperti pejabat, publik figur, pesohor, dan orang-orang penting lainnya.

9. *Human Interest*

   Human interest merupakan segala sesuatu yang mempunyai nilai menyentuh insan manusia, yang membangkitkan emosi pada manusia ataupun simpati khalayak.

2.4.2 Jenis-Jenis Berita

Berita di media baik *Online* ataupun cetak pada dasarnya sama, yaitu menggunakan ketentuan 5W+1H. Tetapi, dari segi bentuk atau karakter penulisan ada sedikit perbedaan. Media *Online* lebih mengejar pada kecepatan (aktual) penulisannya lebih singkat, padat dan jelas. Berita sendiri dikategorikan menjadi tiga bagian, ketiga bagian kategori tersebut didasarkan pada jenis peristiwa dan cara penggalian data. Ketiga jenis berita tersebut adalah (Sumadiria, 2015:69).

1. *Hard News*

   Berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat, baik secara individu, kelompok mupun organisasi, berita tersebut menyangkut hajat hidup orang banyak. *Hard News* juga termasuk kejadian internasional, keadaan masyarakat, masalah ekonomi, kriminal, kerusakan lingkungan maupun berita-berita ilmu pengetahuan (Rusmawati, 2019:112).

2. *Soft News (berita ringan)*

   Soft News atau berita ringan seringkali disebut dengan *feature* yaiti berita yang tidak terkait dengan aktulisasi namun memiliki daya tarik bagi pemirsa. Berita-berita semacam ini seringkali lebih menitik beratkan pada hal-hal yang menakjubkan atau mengherankan audiens, juga mnimbulkan kekhawatiran bahkan ketakutan atau mungkin menimbulkan simpati.

3. *Investigative Report*

Investigative Report di sebut juga sebagai laporan penyelidikan. Merupakan jenis berita yang eksklusif yang di mana datanya tidak bisa di peroleh langsung di permukaan. Berita penyelidikan untuk media televisi lebih sulit karena membutuhkan audio visual yang mendukung. Berita seperti ini tidak mudah, karena membutuhkan waktu yang relatif lama sehingga dalam hal ini seorang reporter harus memiliki banyak sumber orang-orang dalam yang dapat menjamin untuk tidak terekspos. *Investigative reporting* adalah pekerjaan wartawan untuk menggedus, mengedap dan memberitakan suatu kejadian yang fakta dan faktual terhadap suatu peristiwa.

2.4.3 Unsur Layak Berita

Untuk mengkaji berita bahkan dalam praktiknya membuat berita, unsur berita merupakan bagian penting. Hikmat Kusumadiningrat dan Rahmat Kusumadiningrat dalam bukunya "Jurnalistik Teori dan Praktik" memberikan lima unsur layak berita sebagai berikut:

a. Berita harus Akurat

   Tawakal (2017: 45). Berita yang akurat dari segi teknis secara tetap menulis data yang ada di lapangan dan menggambarkan peristiwa atau sesuatu dengan susunan kalimat yang tepat. Akurasi sebuah berita adalah verifikasi antara fakta dan berita Berita harus Lengkap, Adil dan Berimbang

b. Berita lengkap adil dan berimbang adalah berita disajikan lengkap data, fakta maupun sumbernya, muatannya harus adil dalam artian mewakili kepentingan umum dan berimbang antara berbagai pihak yang terlibat dalam pemberitaan

c. Berita harus Objektif

   Berita yang dimuat adalah laporan yang selarang dengan apa yang terjadi, tidak memihak dan bebas dari prasangka.

d. Berita harus ringkas dan jelas

Dalam membuat berita jurnalis sebisa mungkin memfilter data dan fakta yang ada sehingga dimuat secara ringkas dengan tetap kaya akan informasi dan diolah dengan baik agar dapat dimengerti oleh khalayak.

e. Berita harus Hangat

Setiap media berlomba-lomba untuk menjadi tercepat dalam menyampaikan berita sehingga dalam konteks waktu berita merupakan hal yang biasa. Berita yang hangat merupakan berita yang saat ini disebut dengan "viral" berita yang sedang ramai diperbincangkan dan mendapat banyak perhatian khalayak.

2.4.4 Skema dan Produksi Berita

Teori skema menjelaskan mengenai bagaimana seseorang menggunakan struktur kognitifnya untuk memandang dunia (Suharyo 2021:45). Skema lahir dari proses pengetahuan dan pengalaman seseorang. la lahir juga dari konteks-sosial dan lingkungan yang spesifik dari seseorang. Skema akan meggiring dan memandang seseorang dengan meletakkan realitas mana yang relevan dan mana yang tidak relevan, realitas mana yang bisa dirnasukkan dan mana yang tidak bisa dimasukkan. la akan mengorganisir pengetahuan dan pengalaman kita dan mendikte kita bagaimana seharusnya realitas dilihat.

Berita pada dasarnya dibentuk lewat proses aktif dari pembuat berita. Peristiwa yang kompleks dan tidak beraturan disederhanakan dan dibuat bermakna oleh pembuat berita. Semua proses tersebut melibatkan proses lewat skema interpretasi dari pembuat berita (Suharyo 2021:47). Menurut Fishman dalam (Suharyo 2021:47), hal tersebut di sebabkan karena peristiwa adalah sebuah fenomena atau kejadian yang diinterpretasikan, sesuatu yang diorganisasikan dalam pikiran, ucapan, dan tindakan. Karena itu, peristiwa yang kompleks tersebut diinterpretasikan dalam skema pembuat berita. Ketika ada peristiwa pembunuhan, yang ada dalam benak pembuat berita adalah kenapa ada pembunuhan, siapa pembunuhnya, apa yang menyebabkan orang membunuh, dan sebagainya. Semua hipotesis dan kerangka demikian ada dalam pikiran wartawan

dan akan digunakan untuk mengorganisir begitu banyak peristiwa dan fakta yang ditemui di lapangan.

2.5 Analisis *Framing*

Analisis *Framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya, analisis pada paradigma konstruksionis konsentrasi adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis ini seringkali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna (Eriyanto, 2017:43)

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. Sebagaimana yang dikatakan Gitlin, *Frame* adalah prinsip dari seleksi, penekanan, dan presentasi dari realitas. Gitlin, dengan mengutip Erving Goffman, menjelaskan bagaimana *frame* media tersebut terbentuk. Kita setiap hari membingkai dan membungkus realitas dalam aturan tertentu, keniasan tertentu, dan menyederhanakannya, serta memilih apa yang tersedia dalam pikiran dan tindakan (Eriyanto, 2017:79-80).

Framing menurut William A. Gamson merupakan suatu upaya penyampaian cerita tentang suatu gagasan yang terorganisasi yang memperlihatkan perkembangan peristiwa yang berkaitan dengan suatu item (Eriyanto, 2017:253). Menurut Gamson dan Lasch, kehadiran suatu gagasan utama yang didukung oleh dua aspek inilah yang melahirkan suatu *Framing* (Eriyanto, 2017:254).

1) Aspek *Framing* adalah alat yang sesuai dengan wacana tekstual yang membentuk ide sental. Sarana diskursif tersebut antara lain penggunaan metafora (perumpamaan/kiasan), kata mencolok (*catchfrase*), contoh

(*examplar*), istilah atau kata (*depiction*), dan gambar visual (*visual images*).

2) Aspek penalaran yaitu bukan hanya kata atau kalimat, tetapi juga gagasan yang ditandai dengan bukti latar belakang atau alasan tertentu. Aspek dalam wacana ini termasuk mengidentifikasi sebab akibat *(roots)*, menggunakan asumsi moral untuk memperkuat ide (*appeals to principle*), dan menekan konsekuensi dari tindakan (*consequences).*

Dengan menggunakan teknik *Framing* yang dikembangkan oleh Zhongdan Pan dan Kosicki penelitian ini mengkaji bagaimana berita tentang Kegagalan Timnas Indonesia Pada Kualifikasi Piala Dunia Periode 2026 di media Detik.com dan Kompas.com.

2.6 Model Zhongdan Pan dan Kosicki

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki *Framing* adalah strategi kontruksi dan merespon berita. Perangkat kognisi yang digunakam dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2022: 79). Penelitian Bingkai berita kali ini membuktikan bahwa, analisis *Framing* telah banyak digunakan oleh para peneliti terutama untuk mengkaji berita dan jurnalistik terkait peranannya dalam membentuk interpretasi media tentang realitas dan pengaruhnya tehadap khalayak. Teori *Framing* maupun analisis *Framing* ialah pendekatan teoritis yang telah digunakan dan diterapkan dalam studi komunikasi, politik, dan gerakan sosial. Media massa sekarang dapat dijangkau oleh siapapun dengan akses yang mudah membuat masyarakat dapat mendapatkan media massa berupa cetak ataupun media massa berbentuk *Online* (Aini & Setiawan. 2021: 9624). Dalam praktiknya, analisis *Framing* juga membuka peluang bagi implementasi konsep – konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganasilis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologi, politik atau kultural yang melingkupinya (Fiorentina dkk, 2018: 86).

Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki memandang analisis *Framing* ini dilihat sebagai wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan

dan dinegosiasisakan. Teks berita dilihat terdiri dari berbagai simbol yang disusun lewat perangkat simbolik yang dipakai dan akan dikontruksi dalam memori khalayak. Dalam Pendekatan ini, perangkat *Framing* dapat dibagi kedalam struktur besar. Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas 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 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 dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa kedalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya 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 retoris. Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu. kepada pembaca. Dengan demikian kecenderungan atau kecondongan wartawan atau insttitusi media dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur tersebut (Sinaga, 2016: 6). Penulis akan mencoba menggambarkan Dimensi struktur pendekatan *Framing* menurut analisis model Pan dan Kosicki memiliki empat dimensi yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retoris (Wijaya, 2021: 14).

Tabel 2. Skema *Framing* Model Zhongdan Pan dan Kosicki

No	Struktur	Prangkat *Framing*	Unit yang Diamati
1	Sintaksis	Skema Berita	*Headline, lead*, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
2	Skrip	Kelengkapan Berita	5W + 1H
3	Tematik	Detil Koherensi Bentuk Kalimat Kata Ganti	Paragraf, proposisi kalimat, hubungan, antar kalimat.
4	Retoris	Leksison Grafis Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik.

Sumber: Wijaya (2021: 14)

2.7 Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting ini. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul *"the agenda setting Funtion of the mass media " Public opinion Quarterly No 37* menurut Chaffe dan Berger 1997 dalam (Nurudin, 2017:195). Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita pikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya.

1. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyelesaikan dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung. Ada beberapa catatan yang perlu dikemukakan untuk memperjelas teori ini. Teori ini mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama- sama menganggap penting suatu isu.

2. Teori ini mempunyai kekuatan memprediksi sebab memprediksi bahwa jika orang- orang mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting.
3. Teori ini dibuktikan salah jika orang- orang Tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan mempunyai kesamaan bahwa isi media itu penting.

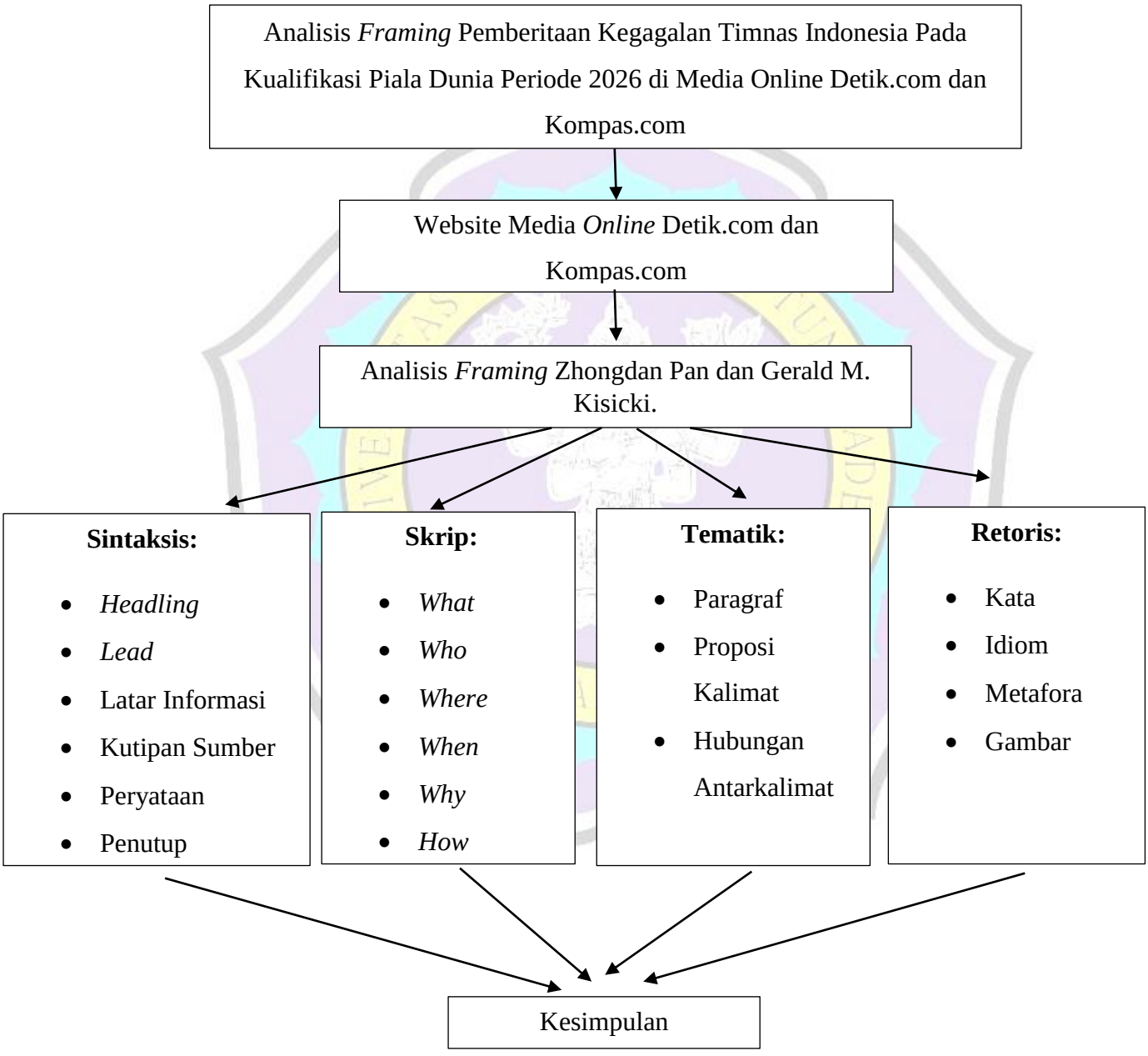
Dengan demikian, agenda setting ini memprediksi bahwa agenda media mempengaruhi agenda publik, sementara agenda publik itu sendiri akhirnya mempengaruhi agenda kebijakan. Dalam teori agenda setting ini ada beberapa dimensi yang berkaitan sebagai berikut:

1. Agenda media terdiri dari dimensi-mensi berikut:
   a. *Visibilitiy* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
   b. *Audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yzkni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
   c. *Valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda Khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi berikut:
   a. *Familiaritiy* (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
   b. *Personal Salience* (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
   c. *Favorability* (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
   a. *Support* (dukungan), yakni kegiatan bagi suatu berita tertentu.
   b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
   c. *Freedom of action* (kebebasan berindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah (Nurudin, 2017:199).

2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian dimaksudkan agar penelitian dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Kerangka penelitian dalam penelitian ini yang akan digunakan peneliti dapat dilihat pada gambar 2.8 sebagai berikut:

Bagan 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Dokumentasi Penulis (2026)