

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *State of The Art*

State of The Art atau penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan bahan perbandingan agar terhindar dari anggapan duplikasi dengan penelitian ini. Pada tinjauan pustaka peneliti menjabarkan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Penelitian berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Tentang Pemilihan Umum Gubernur Provinsi NTB Periode 2018-2023 pada Media Online Bimakini.com dan Stabilitas.com Edisi 15 Mei-23 Juni 2018” yang ditulis oleh Arief Hidayatullah. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metodologi utama. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwasanya kedua media cenderung lebih sering memberitakan kegiatan pasangan calon wakil gubernur nomor urut 3 serta membingkai mereka dengan citra yang positif di mata publik. Perbedaan utama diantara penelitian tersebut dan penelitian ini terletak pada pada fokus topik dan metode yang digunakan, sementara kesamaannya terletak pada teknik analisis yang dipakai, yakni analisis *framing*.

Penelitian yang berjudul “Analisis *Framing* Media Indonesia.com dan Detik.com Dalam Isu Endorse Jokowi Pada Prabowo Subianto”. Dibuat oleh Agus Ainul Yaqin M.S pada Desember tahun 2023. Penelitian ini bertujuan melihat dari perbedaan *framing* berita pada media online media Indonesia.com dan Detik.com pada berita mengenai isu dari *endorse* Jokowi kepada Prabowo Subianto. subjek dari penelitian ini *framing* berita oleh media Indonesia.com dan Detik.com dalam

isu *endorse* Jokowi pada Prabowo Subianto. Metodologi penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis *framing* Model Robert N. Enman. Kemudian hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya dalam hal *endorsement* Jokowi, Detik.com dan MediaIndonesia.com menyatakan berbeda. Detik.com membuat berita dengan menonjolkan dukungan Jokowi untuk Prabowo Subianto, sedangkan MediaIndonesia.com menentang analisis Detik.com. Media Indonesia membantah dukungan pejabat publik dalam rekonstruksi berita. Mereka juga menyatakan bahwa *endorsement* tersebut tidak etis. Kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini, terletak pada pendekatan analisis yang digunakan, yaitu sama-sama menerapkan metode analisis *framing* dalam mengkaji isi pemberitaan media.

Penelitian dengan berjudul “Analisis *Framing* Media Online Dalam Pemberitaan Mantan Politikus PDI Perjuangan Yang Kemudian Mendukung Prabowo Sebagai Calon Presiden Di Pemilu Tahun 2024 (Kompas Dan Detik News).” Dibuat oleh Azis Al Majid¹, Anas Azhimi Qalban² pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji bagaimana media online membingkai pemberitaan terkait mantan politikus PDI Perjuangan yang memberikan dukungan kepada Prabowo dalam pemilu 2024, dengan fokus pada media Kompas dan Detik News. Subjek penelitian ini yaitu seorang mantan politikus PDI Perjuangan menyatakan dukungannya kepada Prabowo untuk pemilu Presiden tahun 2024, dengan fokus pada media Kompas dan Detik News. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan analisis *framing* berdasarkan model Pan dan Kosicki. Perbedaan terdapat di teori analisis *framing* yang digunakan. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa media Kompas dan Detik News memiliki sudut pandang yang berbeda dalam pemberitaan mengenai mantan politikus PDI Perjuangan yang mendukung Prabowo. Kompas menyoroti makna dan syarat sejarah dari jamuan bakso yang disuguhkan, serta menonjolkan individu sebagai bagian dari kesuksesan Prabowo. Sementara itu, Detik News menampilkan komentar seorang tokoh pengamat yang mengungkapkan sisi buruk dari koalisi Prabowo dengan Sudjatmiko. Persamaan antara Penelitian ini dan sebelumnya terletak pada pendekatan yang diterapkan, yaitu sama-sama menerapkan metode analisis *framing*.

Penelitian dengan berjudul “Analisis *Framing* Dalam Berita Pencalonan Kaesang Pangarep Sebagai Kepala Daerah Di Detik.com.” Dibuat oleh Dewi Nandini Aryawan tahun pada tahun 2024. Tujuan penelitian ini Untuk mengidentifikasi pemberitaan di Detik.com tentang pencalonan Kaesang Pangarep sebagai kepala daerah. dengan menggunakan analisis *framing*, untuk memahami konteks dalam pemberitaan tersebut dan menganalisis karakteristik *framing* yang terdapat dalam berita-berita terkait. Subjek penelitian tersebut yaitu Pemberitaan mengenai pencalonan Kaesang Pangarep sebagai Kepala Daerah pada portal berita Detik.com, dengan fokus pada analisis *framing* dalam berita-berita terkait. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode utama untuk menganalisis data dan informasi yang relevan. dan analisis *framing* untuk mengidentifikasi terkait berita pencalonan Kaesang Pangarep sebagai kepala daerah di portal berita media online Detik.com. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat empat rumusan dari karakteristik *framing* yang dapat

menjelaskan latar belakang dan tujuan dari suatu tulisan berita. keempat rumusan tersebut terdiri dari definisi masalah, evaluasi, moral yang berkaitan dengan analisis legitimasi atau delegitimasi dari suatu tindakan dan perbaikan ataupun solusi yang mencakup penyelesaian yang ditawarkan atas masalah. Penelitian ini juga menemukan bahwa berita-berita terkait pencalonan Kaesang Pangarep di Detik.com menyuarakan keraguan dan 'pertimbangan kembali' untuk Kaesang, yang menunjukkan usaha konstruksi realitas oleh penulis berita. Persamaan antara Penelitian ini dan penelitian sebelumnya terdapat pada penggunaan teknik analisis, dimana kedua penelitian tersebut sama-sama menerapkan pendekatan kualitatif dalam analisis *framing*.

Penelitian dengan berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Politik Dinasti Jokowi Pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 di Media Online Kompas.com dan Okezone.com.” dibuat oleh Abdul Aziz, Umaimah Wahid pada April 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana kompas.com dan okezone.com, sebagai dua media online, membingkai pemberitaan politik dinasti Jokowi dalam konteks Pemilihan Kepala Daerah serentak pada 9 Desember 2020. Subjek penelitian mencakup berita mengenai politik dinasti Presiden Joko Widodo yang dimuat di portal berita kompas.com dan okezone.com. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan model analisis *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman Studi pustaka digunakan sebagai metode pengumpulan data. Hasil analisis tersebut mengungkapkan bagaimana pemberitaan mengenai politik dinasti selama Pilkada 2020 disajikan. Dalam hasil analisis *framing* berita menggunakan model Robert N.

Entman, penelitian ini mencakup empat tahapan utama: definisi masalah, identifikasi sumber masalah, pengambilan keputusan moral, dan penyelesaian masalah. Dalam konteks pemberitaan ini, *kompas.com* mengangkat pandangan yang bertentangan dengan politik dinasti di Indonesia, sementara *Okezone.com* menunjukkan sikap yang lebih netral terhadap praktik dinasti dalam pilkada 2020. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini memiliki kesamaan dalam pendekatan analisis, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam analisis *framing*.

2.2 Landasan Teori dan Konsep

Landasan Teori adalah bagian penting dalam penelitian yang menguraikan atau membahas teori-teori yang menjadi dasar dan referensi untuk menganalisis serta menyelesaikan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, penulis menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan model analisis *framing* yang dirancang oleh Robert N Entman. Selain itu, teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah studi pustaka.

2.2.1 Teori *Framing*

Framing merupakan pendekatan yang berfungsi untuk menganalisis cara media dalam membentuk dan mengonstruksi realitas. Proses pembentukan dan kontruksi ini menghasilkan penekanan pada aspek-aspek tertentu dan realitas, sehingga aspek-aspek tersebut menjadi lebih terlihat dan lebih mudah dikenali oleh khalayak. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat bagian-bagian tertentu dari realitas tersebut, bahkan jika bagian-bagian tersebut tidak diberitakan atau bahkan

jika bagian-bagian tersebut terlupakan atau tidak diperhatikan sama sekali oleh khalayak (Eriyanto,2002).

Menurut Erving Goffman, framing adalah cara individu memahami dunia melalui struktur atau kerangka tertentu yang membantu mereka menyederhanakan serta menafsirkan informasi. Ia menekankan bahwa desain interpretatif memiliki peran penting dalam sistem kepercayaan budaya, di mana frame berfungsi untuk membentuk kembali realitas. Dalam konteks media, framing berkaitan dengan bagaimana media memilih, menyoroti, dan menyusun elemen-elemen tertentu dari suatu narasi guna mempengaruhi cara pandang serta pemahaman audiens terhadap suatu isu atau fenomena. Konsep ini sangat relevan dalam menganalisis bagaimana isu-isu politik dan sosial disajikan dalam media (Littlejohn dan Foss, 2009).

Analisis *framing* berfungsi untuk menentukan bagaimana media membangun konstruksi tertentu terhadap realitas, dimana satu peristiwa yang sama dapat disajikan atau dibingkai dengan cara yang berbeda. melalui penerapan frame yang berbeda. Hal ini terjadi karena media melihat peristiwa tersebut dari perspektif yang berbeda (Eriyanto,2002). Teori analisis *framing* menyediakan kerangka sistematis untuk memahami bagaimana kita membangun harapan dan persepsi dalam aktivitas atau kehidupan sehari-hari (Goffman, 1986).

Salah satu model analisis *framing* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah model yang dirancang oleh Robert Entman, menurut Entman, *framing* terbagi menjadi dua komponen utama, yakni dengan memilih subjek yang dianggap relevan dan memberikan penekanan pada aspek-aspek tertentu dari fakta yang ada dalam

isu tersebut. Media dapat melakukan penekanan terhadap aspek-aspek tertentu dengan cara memilih elemen yang diutamakan, sambil mengesampingkan elemen lainnya (Putri and Sanjaya, 2024).

Model *framing* yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada analisis *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman, dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka.

2.2.2 Konsep *Framing*

Konsep Framing yang dikemukakan oleh Robert N. Entman menjelaskan bagaimana media memilih dan menyoroti aspek-aspek tertentu dari kenyataan untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu isu. Penjelasan ini merujuk pada dalam buku Eriyanto, mengenai Analisis framing Entman menjelaskan bahwa dasar dalam framing itu merujuk pada empat aspek diantaranya ada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, kerangka pikir tertentu dari realitas untuk membentuk persepsi publik terhadap peristiwa yang sedang menjadi wacana. Analisis *framing* oleh Entman memiliki proses seleksi dari bagian aspek realitasnya sehingga elemen tertentu dari peristiwa tersebut akan menjadi lebih penting daripada elemen lainnya. Selain itu, Entman juga menekankan pentingnya penempatan informasi dalam konteks tertentu, sehingga beberapa aspek memperoleh alokasi informasi yang lebih besar dibandingkan dengan aspek lainnya (Eriyanto, 2002).

Dalam *framing*, terdapat dua komponen utama. Pertama, memilih fakta atau realitas. Proses pemilihan fakta ini dapat didasarkan pada asumsi bahwa wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif tertentu. Dalam pemilihan fakta,

selalu terdapat dua kemungkinan, apa yang dipilih (*include*) dan apa yang dikesampingkan (*excluded*). Penekanan pada aspek tertentu dilakukan dengan memilih sudut pandang tertentu (*angle*), memilih fakta tertentu, dan mengabaikan fakta lainnya. Oleh karena itu, peristiwa akan dilihat dari sisi tertentu, dan konstruksi atas suatu peristiwa dapat berbeda antara satu media dengan media lainnya (Eriyanto, 2002).

2.2.3 Analisis Framing

Analisis *framing* merupakan salah satu pendekatan dalam studi media yang sejajar dengan analisis semiotik (Kriyantono, 2010). *Framing* adalah metode penyajian yang realistis, dimana fakta pada sebuah peristiwa tidak sepenuhnya dihapus, melainkan disajikan dengan bingkai yang selektif. Hal ini dilakukan dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu, menggunakan istilah-istilah dengan konotasi tertentu, serta memanfaatkan elemen visual seperti foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001).

Pada dasarnya, analisis framing merupakan suatu teknik pengolahan data yang digunakan untuk menganalisis media dalam menyiarkan sebuah berita. Framing memberikan penekanan pada cara komunikasi disajikan dan bagaimana elemen-elemen tertentu ditekankan dalam teks berita (Eriyanto, 2012). Menurut Entman, framing terdiri atas dua dimensi utama, yaitu seleksi itu dimana memilih elemen tertentu dari realitas, dan dari penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu untuk membentuk persepsi publik.

Framing dapat dijelaskan sebagai analisis mengenai cara media menyajikan realitas seperti peristiwa, kelompok, atau hal lainnya. *Framing* tersebut terjadi selama proses konstruksi (Eriyanto, 2011). Penjelasan tentang *framing* selanjutnya dikembangkan sebagai dari proses seleksi untuk menggambarkan penekanan aspek-aspek spesifik dari realitas media (Zikri Fachrul Nurhadi, 2015).

Untuk menggambarkan penelitian framing, hal utama yang harus dilakukan yaitu untuk mengambil pemikiran tentang bagaimana media dapat mengembangkan realitas, cara media membayangkan, memahami, dan mendekati kasus atau kesempatan yang tidak hanya untuk melihat dari berita positif atau negatif. Cara menceritakan cerita harus terlihat dari cara media menganggap kebenaran sebagai informasi (Mubaraq, 2020).

2.2.4 Teori *Framing* Model Robert N. Entman

Robert N. Entman merupakan salah satu tokoh yang membangun dasar-dasar analisis *framing* dalam studi isi media. Konsep *framing* menurut Entman digunakan untuk menjelaskan proses seleksi isu serta penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas oleh media, dengan tujuan membentuk persepsi khalayak terhadap suatu peristiwa atau isu tertentu (Eriyanto, 2001).

Konsep *framing* menurut Entman secara konsisten menawarkan pendekatan sebuah cara untuk mengungkap *the power of communication text*, Analisis *framing* mampu menjelaskan bagaimana informasi dari sebuah lokasi mempengaruhi dari kesadaran manusia, Seperti dalam laporan berita, pidato, ungkapan, maupun novel, dari konsep *framing* Robert N. Entman pada dasarnya mencakup segala dari proses

seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu. Membuat *frame* yang begitu berarti memilih beberapa aspek dari suatu realitas dan dalam teks komunikasi, sehingga membentuk cara pandang tertentu terhadap peristiwa yang diberitakan. Proses ini dilakukan untuk mendorong atau mempromosikan definisi khusus atas suatu masalah, menyampaikan interpretasi kausal, memberikan evaluasi moral, serta merekomendasikan penanganan terhadap permasalahan tersebut (Siahaan, 2001 dalam Sobur, 2012).

Sejak beredar unggahan dari akun pribadi Instagram milik @ahmadluthfi_official berisi video dukungan Prabowo ke Luthfi-Yasin pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Jawa Tengah, akhirnya viral di berbagai portal berita online kemudian diteruskan pada media sosial seperti Instagram, X, TikTok, dan Facebook yang memuat kasus tersebut. Kasus ini menjadi perhatian masyarakat beropini dalam berita ini, terutama para netizen di media sosial, untuk mengomentari berita terkait. Kemudian banyaknya media memuat dan memframing berita terkait.

Dengan menggunakan analisis *framing* model dari Robert N. Entman, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap cara dan ideologi yang digunakan oleh Tempo.co dalam mengonstruksi berita, khususnya dalam pemberitaan mengenai video dukungan Prabowo Subianto pernyataannya kepada Paslon Gubernur-Wakil Gubernur nomor urut-2, Luthfi-Taj Yasin dalam Pilkada Jateng 2024. Analisis ini dilakukan melalui empat tahapan utama menurut Entman, yaitu: yang pertama Pendefinisian masalah (*define problems*), kemudian untuk yang kedua Identifikasi penyebab dari masalah (*diagnose cause*), ketiga Penilaian moral (*make moral*

judgments), kemudian yang terakhir Rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*) (Pamungkas, 2023). Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana Tempo.co melakukan seleksi isu dan penonjolan dari aspek realitas yang memperkuat frame tertentu dalam pemberitaannya.

2.2.5 Berita

Berita (*news*) merupakan informasi yang layak disampaikan kepada publik. Sebuah informasi dikategorikan sebagai berita yang layak apabila mengandung unsur aktual, faktual, akurat, objektif, penting dan mampu menarik perhatian khalayak. Umumnya, *news* atau berita yang disajikan dalam bentuk pernyataan atau laporan yang dipublikasikan melalui media massa. Proses pencarian bahan berita hingga penyusunannya merupakan bagian tugas utama wartawan dan bagian redaksi dalam suatu lembaga penerbitan pers (Romli, 2014).

Dalam praktik jurnalistik, Berita sangat penting dalam praktik jurnalistik, dan para jurnalis percaya sulit untuk mendefinisikan berita. Setiap aspek, sifat, karakter, ciri, dan jenisnya tidak memiliki batasan. Berita merupakan dari segala bentuk laporan yang mengenai gagasan, peristiwa, kejadian, atau fakta yang memiliki nilai penting dan menarik perhatian publik. Informasi tersebut disampaikan dan dimuat melalui media massa dengan tujuan agar diketahui oleh khalayak luas serta membentuk kesadaran bersama dalam masyarakat (Sedia Willing Barus, 2010).

2.2.6 Online Media (Media Daring)

Media online memiliki peran dalam menghasilkan, mengintegrasikan, dan menyebarkan informasi agar masyarakat memahami isu-isu politik dan terlibat dalamnya (Sugiarto, 2023). Media online/daring merupakan istilah yang umum

yang merujuk pada bentuk media berbasis teknologi telekomunikasi dan multimedia. Kehadiran media online merupakan respons terhadap permintaan pasar yang terus berkembang, seiring dari pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Kurniawan, 2005). Media online menyediakan wadah untuk proses literasi budaya, terutama bagi generasi muda, dengan melalui berbagai kelebihan. Beberapa di antaranya adalah kemudahan akses melalui internet serta kemampuan untuk menjalin komunikasi dua arah secara cepat dan interaktif (Aprinta, 2013).

Media online memiliki keunggulan berupa penyajian informasi secara *real-time*, yaitu informasi atau berita dapat diakses secara langsung melalui media online. Dari perspektif ilmu komunikasi, media online merupakan fokus utama teori media baru (*new media*) yakni pada istilah merujuk kemudahan akses terhadap konten informasi yang bersifat digital, cepat, dan interaktif (Romli, 2012).

Media online adalah generasi ketiga yang hadir setelah media cetak dan elektronik, dianggap sebagai bentuk penyederhanaan dari media konvensional, menghadirkan cara baru yang lebih efisien dalam menyampaikan informasi. yang lahir sebagai respons terhadap kemajuan teknologi digital. Teknologi tersebut memungkinkan transformasi berbagai elemen seperti grafik, teks, gambar, dan video menjadi data digital dalam bentuk byte, sehingga dapat diakses dan didistribusikan secara luas melalui jaringan internet (Romli, 2012).

Meskipun media online relatif baru, mereka memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya bersaing dengan media lainnya (Suryawati 2011). Media online memiliki berbagai keunggulan yang membedakannya dari media konvensional.

Beberapa keunggulan tersebut antara lain:

a. Informasi *up to date*.

Media online memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan terus-menerus diperbaharui. Proses distribusi berita yang sederhana membuat media ini mampu secara rutin menyajikan informasi terbaru kepada publik.

b. Informasi *real time*.

Media online juga dapat menyajikan informasi secara langsung (*live*) pada saat peristiwa sedang berlangsung. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih dinamis dan aktual bagi pengguna.

c. Akses praktis.

Salah satu keunggulan utama media online adalah kemudahan dalam mengakses informasi. Konten dapat dibuka kapanpun dan dimanapun, asalkan pengguna memiliki perangkat terhubung internet seperti komputer dan Ponsel.

d. *Hyperlink System*

Sistem *Hyperlink* dalam media online berfungsi sebagai mekanisme interkoneksi antar website yang memfasilitasi pengguna dalam mengakses berbagai sumber informasi terkait melalui tautan elektronik.

Perbedaan utama antara media online dan media cetak terletak pada platform penyajiannya. Media cetak umumnya terbatas pada teks dan gambar dalam

format fisik. Sementara itu, media online memanfaatkan teknologi digital yang memungkinkan penyajian konten secara lebih beragam dan interaktif, akan tetapi, dilengkapi dengan artikel terkait, audio, visual, animasi, link, *interactive game*, dalam komentar (Romli, 2012).

2.2.7 Portal Berita Daring/Online

Portal media daring adalah platform berbasis internet yang menyajikan berbagai jenis informasi dan konten kepada penggunanya. Portal ini menggabungkan berbagai bentuk media seperti teks, gambar, video, dan audio dalam situs web yang mudah diakses. Portal berita online adalah platform dan situs web yang menyajikan beberapa jenis berita termasuk berita politik, ekonomi, sosial, hiburan, dan budaya (Romli, 2018).

Selain menggunakan website, portal media online juga memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial seperti X, Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan audiens terutama khususnya Gen-z, yang kebanyakan membaca berita di media sosial tersebut. Aplikasi-aplikasi ini memberikan keunggulan dalam hal jangkauan dan interaktivitas. Misalnya, melalui X, portal media online dapat memposting berita terkini dengan cepat dan memungkinkan pengguna untuk berbagi, mengomentari, dan berpartisipasi dalam percakapan yang sedang tren.

2.3 Operasional Konsep

Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis menggunakan konsep analisis *framing* model Robert N. Entman sebagai acuan dalam mengatasi permasalahan.

menurut Entman secara konsisten menawarkan pendekatan sebuah cara untuk mengungkap *the power of communication text*, Analisis *framing* mampu menjelaskan bagaimana informasi dari sebuah lokasi mempengaruhi dari kesadaran manusia, Seperti dalam laporan berita, pidato, ungkapan, maupun novel, dari konsep *framing* Robert N. Entman pada dasarnya mencakup segala dari proses seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu. Membuat *frame* yang begitu berarti memilih beberapa aspek dari suatu realitas dan dalam teks komunikasi, sehingga membentuk cara pandang tertentu terhadap peristiwa yang diberitakan. Melakukan *framing* berarti memilih beberapa aspek dari realitas yang dianggap penting dan menonjolkannya dalam pesan komunikasi. Tujuan dari hal ini untuk memperkuat pemahaman tertentu mengenai Pendefinisian masalah (*define problems*), Identifikasi penyebab dari masalah (*diagnose cause*), Penilaian moral (*make moral judgments*), Rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*).

Tabel 2.1.1 Tahap analisis framing model Robert N. Entman

Pendefinisian masalah (<i>define problems</i>)	<i>Define Problem</i> adalah tahap dari proses framing yang digunakan untuk menunjukkan cara wartawan memahami dan menginterpretasikan suatu peristiwa atau fenomena ketika terjadi masalah.
--	--

Identifikasi penyebab dari masalah (<i>diagnose cause</i>)	<i>Diagnose Cause</i> berfungsi untuk mengungkap pihak-pihak yang dinilai berperan dalam suatu kejadian atau fenomena. Penyebab yang diidentifikasi bisa berupa siapa saja atau apa saja.
Penilaian moral (<i>make moral judgments</i>)	<i>Make Moral Judgement</i> digunakan untuk mendukung argumentasi dalam menetapkan suatu permasalahan. Nilai moral yang diangkat dalam berita bisa berupa penilaian positif maupun negatif, tergantung pada faktor-faktor yang memengaruhi sudut pandang media.
Rekomendasi penyelesaian (<i>treatment recommendation</i>)	<i>Treatment Recommendation</i> digunakan untuk mengevaluasi pilihan solusi dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

2.4 Profil Tempo Inti Media Tbk

Pt Tempo inti Media Tbk, yang juga dikenal dengan nama Tempo Media Group, merupakan perusahaan media asal Indonesia yang berdiri sejak tahun 1996. Pendirian perusahaan ini bermula dari proses penawaran saham publik oleh Pt Arsa Raya Perdana. Pada Tahun 2001, Tempo mulai menerbitkan Koran Tempo sebagai media harian, serta Majalah Tempo yang dikenal dengan liputan-liputan jurnalistiknya.

Sebelumnya, pengelolaan majalah Tempo berada dibawah Pt Grafiti Pers, sebuah perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh para karyawan serta pendirinya. Kemudian, kepemilikan Grafiti Pers beralih ke Yayasan Jaya Raya yang berada dibawah pengelolaan Ciputra. Setelah sempat dibredel, Majalah Tempo kembali terbit pada tahun 1998. Penerbitannya saat itu dilakukan oleh manajemen Tempo melalui PT Arsa Raya Perdana, perusahaan yang dibentuk pada bulan Agustus 1996.

Setelahnya, PT Grafiti Pers tercatat sebagai salah satu pemegang saham. PT Arsa Raya Perdana, pada tanggal 29 Desember 2000, perusahaan ini dirancang untuk terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Perusahaan ini berubah nama menjadi PT Tempo Inti Media. Tidak lama berselang, tepatnya pada 8 Januari 2001, perusahaan resmi *go public* dan tercatat sebagai perusahaan terbuka.

2.5 Gambaran Umum Tempo.co

2.5.1 Sejarah Tempo.co

Penerbitan perdana Majalah Tempo sebagai majalah terjadi pada tahun 1971, dimulai dari diskusi di kantor Ciputra di wilayah Proyek Senen. Diskusi ini melibatkan enam wartawan, yaitu Goenawan Muhammad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Uasamah, Lukman Setiawan, dan Christiano Wibisono, yang bekerja sama dengan Ciputra, pendiri dari Yayasan Jaya Raya, dan Eric Samola, sekretarisnya. menjadi tempat pertemuan mereka berdiskusi. Sebagai hasil pertemuan tersebut, diputuskan bahwa Yayasan Jaya Raya memutuskan akan mendanai dan membentuk majalah Tempo.

Ada empat alasan mengapa majalah tersebut dinamakan “Tempo”. Yang pertama, singkat dan sederhana, mudah diucapkan dari lidah orang Indonesia. Kedua, nama ini terdengar netral, akan tetapi tidak mengherankan. Ketiga, nama tersebut bukan dari suatu golongan. Selanjutnya, arti “Tempo” itu sederhana, yaitu waktu dalam berbagai arti yang umum digunakan oleh banyak surat kabar di seluruh dunia.

Majalah Tempo pertama kali dibredel pada tahun 1982, dikarenakan dianggap terlalu kritis terhadap rezim orde baru dan partai Golkar. Setelah selang 12 tahun, pada 21 Juni tahun 1994, majalah Tempo lagi-lagi dibredel kembali, karena pemberitaannya mengenai indikasi korupsi dalam pembelian kapal bekas dari eks Jerman Timur dapat membahayakan stabilitas nasional.

Setahun pasca pembredelan, para jurnalisnya seniornya mendirikan Tempo Interaktif pada 1995 salah satu pionir media digital di Indonesia. Sering perkembangan teknologi, pada tahun 2011 tepat setelah peluncuran awal, platform ini secara resmi berebranding menjadi Tempo.co yang dikenal sekarang.

Dalam mengembangkan platform digital berbasis media online, Tempo.co memiliki berbagai pertimbangan. Hal ini disebabkan karena industri media termasuk salah satu dari sektor yang paling rentan terhadap disrupsi digital. Tempo harus dapat segera menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi di pasar dan ekosistem industri media. Sebaliknya, Tempo melihat suatu potensi besar dari populasi di Indonesia yang sebagian besar telah terbiasa menggunakan media digital. Dalam situasi dimana hoaks semakin menyebar, terutama di media sosial,

Tempo juga akan berfungsi sebagai sumber informasi yang bersih.

Tempo terus mengembangkan aplikasi yang dimana memungkinkan semua informasinya di platform digital, majalah, dan koran. Selama dua tahun terakhir ini, Tempo telah berlanjut membangun atau mengembangkan produk turunannya, yaitu seperti Teras.id, GoOto Fodizz, Cantika dan. Pada tahun 2008, Tempo.co kembali beroperasi dengan tampilan baru. Sejak saat itu, Tempo.co telah berkomitmen untuk mengikuti proses standar jurnalisme berkualitas tinggi dalam proses peliputan, serta pembuatan berita yang tajam, cerdas, dan berimbang. Filosofi Tempo.co adalah untuk membuat kontennya mudah dan menarik untuk dibaca.

Saat ini, Tempo.co dapat diakses di semua perangkat Android, iPhone, iPad, dan PC. Pada tahun 2016 tepatnya 17 Juni, meraih penghargaan tertinggi yang berhasil meraih gelar juara dunia, dalam kompetisi global yang diselenggarakan oleh Global Editors Network di Vina, Austria.

2.5.2 Logo tempo.co



Gambar 2. 1
Logo Tempo.co
(Sumber: Tempo.co)

2.5.3 Visi dan Misi

Visi Tempo Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

Misi:

1. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
2. Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
3. Menjadi tempat kerja yang sehat dan mensejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
4. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, bahasa, dan serta tampilan visual yang terbaik.
6. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.

2.5.4 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2
Struktur Organisasi Pt Tempo Inti Media Tbk
 (Sumber: Tempo.id)

2.5.5 Diagram Groub Perusahaan



Gambar 2. 3
Diagram Groub Tempo Media
 (Sumber: Tempo.id)