

# **ANALISIS FRAMING (DALAM BERITA POLITIK)**

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113**  
**Undang-undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. **Setiap Orang** yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# **ANALISIS FRAMING (DALAM BERITA POLITIK)**

**Irawan Wibisono**



# ANALISIS FRAMING (DALAM BERITA POLITIK)

Diterbitkan pertama kali oleh CV Amerta Media  
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*  
Hak penerbitan pada Penerbit Amerta Media  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa seizin tertulis dari Penerbit

## Anggota IKAPI

Cetakan Pertama: Juli 2021

15,5 cm x 23 cm

## ISBN

978-623-6385-16-6

## Penulis:

Irawan Wibisono

## Editor:

Dimas Rahman Rizqian, S.Sos

## Desain Cover:

Adji Azizurrachman

## Tata Letak:

Ladifa Nanda

## Diterbitkan Oleh:

CV. Amerta Media

**NIB. 0220002381476**

Jl. Raya Sidakangen, RT 001 RW 003, Kel. Kebanggan, Kec. Sumbang,  
Banyumas 53183, Jawa Tengah. Telp. 081-356-3333-24

Email: [mediaamerta@gmail.com](mailto:mediaamerta@gmail.com)

Website: [www.penerbitbuku.id](http://www.penerbitbuku.id)

Whatsapp : 081-356-3333-24

Isi di luar tanggung jawab penerbit Amerta Media

# KATA PENGANTAR

Realitas yang tersaji di media massa sebenarnya bukanlah realitas itu sendiri. Deretan teks di setiap halaman koran tak luput dari konstruksi dari perusahaan media. Mulai dari reporter, redaktur, pemimpin redaksi, layouter hingga pemilik perusahaan. Masing-masing elemen memberi makna atas realitas yang mereka tangkap. Tentunya sesuai dengan latar belakang dan kepentingan masing-masing. Seorang wartawan memiliki pilihan untuk meliput atau tidak meliput sebuah realitas. Begitupula redaktur dapat menentukan berita yang akan ditayangkan atau tidak ditayangkan. Pemimpin redaksi memiliki kekuatan untuk dibawa kemana arah pemberitaan. Kekuatan itu tentunya juga dimiliki oleh pemilik saham. Tafsir awak media terhadap realitas itu akan membentuk bingkai alias frame dalam menghasilkan produk jurnalistik.

Praktik pembingkai realitas oleh media kian jamak terjadi. Pada 2014, saat pemilihan presiden digelar, nyaris tak ada media yang tidak ‘memainkan’ frame-nya. Majalah Tempo menjadi salah satu contoh. Bagaimana majalah Tempo ‘mengambil peran’ untuk memenangkan calon presiden Joko Widodo alias Jokowi pada pemilu 2014? Itulah yang ingin penulis ulas dalam buku ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini. Kiranya Tuhan membalas dengan kebaikan yang lebih besar.

Penulis menyadari buku ini jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat membantu demi perbaikan pengetahuan. Selamat membaca. ()

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>TENTANG BUKU</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR</b>	v
<b>DAFTAR ISI</b>	vi
<b>BAB I</b>	
Pendahuluan	1
<b>BAB II</b>	
Komunikasi Massa dan <i>Framing</i> : Sebuah Pengertian	9
<b>BAB III</b>	
Memahami Realitas Sosial dan Relitas Media	17
<b>BAB IV</b>	
Tinjauan Atas Studi	29
<b>BAB V</b>	
Analisis Framing dalam Berita Politik: Sebuah Analisis	37
<b>BAB VI</b>	
Penutup	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	116
<b>LAMPIRAN</b>	118
<b>ROFIL PENULIS</b>	132