

**FRAMING MEDIA
MEMBANGUN OPINI PUBLIK**

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).

FRAMING MEDIA MEMBANGUN OPINI PUBLIK

Reno, S.Kom., M.I.Kom.



FRAMING MEDIA MEMBANGUN OPINI PUBLIK

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: Juni 2021

15,5 cm x 23 cm

ISBN:

978-623-6385-24-1

Penulis:

Reno, S.Kom., M.I.Kom.

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

Website: www.penerbitbuku.id

Whatsapp : 081-356-3333-24

Isi di luar tanggung jawab penerbit Amerta Media

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, berkat limpahan rahmat dan hidayah Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, sehingga terselesaikan nya penulisan Buku ini dengan judul, *FRAMING MEDIA MEMBANGUN OPINI PUBLIK*.

Buku ini berisikan tentang teori opini publik, komunikasi politik dan media massa. Bagaimana publik menanggapi pemberitaan politik yang termuat di media massa. Baik menyangkut dengan komunikasi politik yang dibangun para politikus, pelaku usaha dan pelaku birokrasi yang berkeinginan menjadi calon kepala daerah.

Ditulis untuk memenuhi kebutuhan bagi mahasiswa ilmu komunikasi, jurnalistik, pekerja pers dan kalangan umum, sehingga dapat menjadi referensi penunjang kegiatan praktik lapangan dan pekerjaan sebagai awak redaksi di media massa. Sesuai dengan segmen pembaca, maka buku ini disusun dengan kualifikasi yang tidak diragukan lagi.

Pembahasan buku ini menjelaskan tentang bagaimana publik memberikan penilaian dari sumber komunikasi politik yang tersaji melalui berita-berita politik yang dikonstruksikan oleh media massa. Peran media yang tidak bisa dinaifkan di era teknologi informasi saat ini yakni kekuatan dalam mengkontruksikan realitas. Media memiliki kekuatan dalam mengemas berbagai isu yang ada, sehingga menonjol ke permukaan dan akhirnya menjadi perbincangan publik yang menarik. Jika dikemas untuk memframing isu politik, maka media massa, cetak dan elektronik mampu menguasai opini publik, diharapkan akan mudah mengarahkan kecenderungan pilihan khalayak sesuai dengan yang diharapkan kandidat.

Oleh sebab inilah berita-berita politik yang dikonstruksikan oleh media massa menjadi pembahasannya, sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan publik untuk menjatuhkan pilihan politiknya dalam ajang kontestasi pemilihan kepala daerah.

Penulis menyadari buku ini masih banyak memiliki kekurangan. Atas kekurangan itu, penulis berharap buku ini dapat diterima dan bermanfaat dalam memberikan pemahaman mengenai teori opini publik, komunikasi politik dan konstruksi media massa, sehingga ilmu yang ada di dalam buku ini bisa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Serta ilmu ini bisa dikembangkan lagi untuk keperluan studi, penulisan skripsi, tesis dan kegiatan ilmiah lainnya.

Sampit, Juni 2021

Penulis,

Reno, S.Kom., M.I.Kom.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL -----	i
TENTANG BUKU -----	iv
KATA PENGANTAR -----	v
DAFTAR ISI -----	vii
BAB 1	
Pendahuluan-----	1
BAB 2	
Media Massa dan Opini Publik-----	7
BAB 3	
Tinjauan Atas Studi-----	37
BAB 4	
Framing Media dalam Membangun Opini Publik: Sebuah Analisis-----	53
BAB 5	
Penutup-----	101
DAFTAR PUSTAKA -----	104
INDEKS -----	106
TENTANG PENULIS -----	107