



**ANALISIS FRAMING ATAS KONSTRUKSI CALON PRESIDEN DARI
AKADEMISI PROGRAM ACARA “AIMAN” DI KOMPAS TV
(EPISODE ANIES BASWEDAN, TANGGAL 1 NOVEMBER 2013)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:
Gesuryawan

Nim: 44109010138

**BIDANG STUDI BROADCASTING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Gesuryawan
NIM : 44109010138
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Analisis Framing Program Acara “Aiman” Di Kompas TV
(Episode Anies Baswedan, Tanggal 1 November 2013)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2015

Mengetahui

Pembimbing Skripsi

(Th. Bambang Pamungkas, S.Sos)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN BROADCASTING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Gesuryawan
NIM : 44109010138
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Analisis Framing Program Acara "Aiman" Di Kompas TV
(Episode Anies Baswedan, Tanggal 1 November 2013)

Jakarta, Februari 2015

Disetujui dan Diterima oleh,
UNIVERSITAS
Dosen Pembimbing Skripsi

MERCU BUANA

(Th. Bambang Pamungkas, S.Sos)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Feni Fasta, SE, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Nama : Gesuryawan
NIM : 44109010138
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Analisis Framing Program Acara "Aiman" Di Kompas TV
(Episode Anies Baswedan, Tanggal 1 November 2013)

Jakarta, Februari 2015

Mengetahui,

1. KETUA SIDANG

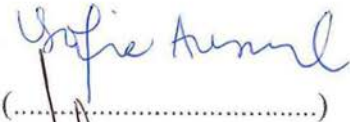
(Feni Fasta, SE, M.Si)



(.....)

2. PENGUJI AHLI

(Sofia Aunul, M.Si)



(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI

(Th. Bambang Pamungkas, S.Sos)



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT dan kedua orang tua penulis, Ayah Adlan dan Ibu Suratmi serta kekasihku Dezy Liswarinni Indrasty. Serta Keluarga besar peneliti lainnya karena atas dukungan penuh mereka, maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sampai akhir dengan baik.

Pada proses penyusunan Skripsi ini, Peneliti pun sangat terbantu oleh dukungan dari berbagai pihak lainnya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesaikannya tugas ini. Ucapan terima kasih ini terutama kepada:

1. Th. Bambang Pamungkas, S.Sos. Selaku pembimbing peneliti yang sabar dalam membimbing peneliti dan menjadikan Skripsi ini lebih baik.
2. Sofia Aunul, M.Si selaku penguji ahli.
3. Feni Fasta, SE, M.Si. Selaku ketua sidang Skripsi dan Ketua Bidang Studi Broadcasting yang sudah banyak memberikan masukan dan dorongan positif guna menjadi mahasiswa baik dan berpola fikir realistis.
4. Dr. Agustina Zubair, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. A. Rahman H.I, MM, M.Si. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

6. Afdal Makkuraga, S.Sos, MM. Selaku pembimbing akademik dan dosen seminar media yang menguji ketika sidang *outline*. Sehingga menjadikannya ke dalam Skripsi ini.
7. Dicky Andika selaku pembimbing di kelas Riset Media. Sehingga memotivasi penulis untuk dilanjutkan dan menjadikannya ke dalam Skripsi ini.
8. Ervan Ismail, M.Si selaku dosen dan Wakil Ketua KPID Jakarta yang memberikan dorongan untuk belajar lebih mengenai Skripsi ini, supaya siap menghadapi sidang dengan baik.
9. Ir. Ramli Darmo Sirait, M.Si selaku dosen dan Koordinator Bidang Infrastruktur Dan Perizinan di KPID Jakarta. Selalu memberikan dorongan untuk belajar lebih mengenai Skripsi ini, supaya siap menghadapi sidang dengan baik.
10. Untuk saudara-saudara saya, baik dari Ayah dan Ibu. Teriring salam terima kasih sebesar-besarnya yang telah membantu dukungan baik secara moril dan materil yaitu Uak Ramlan, Pak Ci Edy, Kak Iyan, SE dan Mba Vita, SE. Mas Dwi Wijaya, Lya Octaviani, SE. Serta Winda. Tentunya masih banyak lagi yang tak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Rhendy Setiawan, S.Ikom. Selalu memberikan motivasi hangat untuk peneliti agar rajin dalam memperhatikan Skripsinya.
12. Mad Yoman, S.Ikom. Selalu memberikan motivasi hangat untuk peneliti agar rajin dalam memperhatikan Skripsinya.

13. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan diantaranya; Awawa, Abror Fauzi, Dian Budiarta, Gerry Rahdjo. Turut serta saya ucapkan kepada sahabat-sahabat aktivis HMI (MPO) ; Adharu, Ario, Anca, Ferizal MS, Hendy, M. Rifai, Satria, Try Adi Kurnia, Yusuf, Widdi. Puji Hartoyo, SE (Ketum PB HMI-MPO), Malik Rahun, M.Pd (Sekjen PB HMI-MPO) dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Tentunya sudah membantu untuk *share* sampai Skripsi ini selesai.

14. Kepada seluruh anggota, pengurus, badan pengawas, serta dewan pembina KAHMI (Korps Alumni Himpunan Mahasiswa Islam-MPO dan Dipo). Terima kasih atas dukungannya dan relasinya.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan yang lainnya, sehingga Skripsi ini bisa digunakan dengan sebaik-baiknya, amin.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2015

GESURYAWAN

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.5.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Komunikasi Massa	10
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa	11
a. Komunikator Terlembagakan	11
b. Pesan Bersifat Umum	11
c. Komunikasi Anonim dan Heterogen	11
d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan	11
e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan	12
f. Komunikasi Bersifat Satu Arah	12
g. Simulasi Alat Indra Terbatas	12
h. Umpan Balik Tertunda Dan Tidak Langsung	12
2.1.3 Isi Pesan Komunikasi Massa	13
1. Novelty (Sesuastu Yang Baru)	13
2. Proximity (Jarak)	13
3. Popolaritas	14
4. Conflict (Pertentangan)	14
5. Komedi	14

6. Seks dan Keindahan	14
7. Emosi.	14
8. Nostalgia.	14
9. Human Interst	15
2.1.4 Realitas Sosial	15
2.1.5 Konstruksi Media Terhadap Realitas	16
a. Objective Reality.....	17
b. Symblic Reality	17
c. Subjective Reality	17
2.1.6 Televisi Sebagai Saluran Media Massa	19
1. Pengawasan	19
2. Korelasi ..	20
3. Penyampaian Warisan Sosial	20
4. Hiburan (Entertainment)	20
2.1.7 Sumber Program Televisi	20
2.1.8 Gambar Jenis Program Televisi	22
2.1.9 Berita	23
a. <i>Prominence/importence</i>	25
b. <i>Human Interest</i>	26
c. <i>Conflict/controversy</i>	25
d. <i>The Unusual</i>	25
e. <i>Timelines</i>	25
f. <i>Proximity</i>	25
1. <i>Hard News</i>	26
2. <i>Soft News</i>	27
3. <i>Spot News</i>	27
4. <i>Developing News</i>	27
5. <i>Continuing News</i>	27
2.1.10 Isi Program Televisi	28
1. Program Talk Show	28
2. Program Berita	29

3. Program Dokumenter	29
4. Program Feature	29
5. Program Magazine	29
6. Program Drama	31
7. Program Sinetron	30
8. Program Current Affair	30
9. Program Infotainment.	30
10. Program Musik.	31
2.2 Program Siaran Berita	31
2.2.1 Definisi Siaran Berita	31
2.2.2 Investigasi	32
2.2.3 Karakteristik Berita Televisi	33
2.2.4 Jenis-Jenis Berita Televisi	34
1. Straight News	34
2. Soft News	35
2.2.5 Nilai Berita	35
1. Timeliness (Pertimbangan Waktu Yang Tepat Dalam Penyajianya)	35
2. Proximity (Kedekatan Dalam Arti Luas)	35
3. Prominence (Menyangkut Orang-Orang Terkemuka).	35
4. Consequence (Akibat Dari Berbagai Sebab)	35
5. Conflict (Berita-Berita Konflik)	35
6. Development (Berita Pembangunan)	35
7. Dissaster And Crimes (Bencana Dan Kriminal).....	35
8. Human Interest (Kisah-Kisah Kemanusiaan).....	35
9. Sport (Berita Olahraga)	35
2.2.6 Format Berita Televisi	36
1. Reader (RDR)	36
2. Voice Over (VO).....	36
3. Voice Over Grafik (VO-Grafik)	36
4. Voice Over Sound On Tape (VO-SOT).....	36

5. Sound On Tape (SOT).....	37
6. Paket Atau Package (PKG).....	37
7. Live On Tipe (LOT)	37
8. Live On Cam (Laporan Langsung)	37
9. Visual News.....	38
10. Live By Phone	38
11. Phone Record	38
12. Vox Pop	38
2.3 Analisis Framing	38
2.3.1 Framing dan Realitas	39
2.3.2 Gambaran Umum Analisis Framing	40
2.3.3 Efek Framing	40
2.3.4 Tabel Framing	42
2.3.5 Teknik Framing.....	43
1. Pendekatan Cultural	43
2. Pendekatan Individual.	43
2.4 Model Framing Robert N. Entman	44
2.4.1 Perangkat Framing Robert N. Entman	45
2.4.2 Tabel Perangkat Framing Robert N. Entman	46
2.5 Aiman.....	48
BAB III Metode Penelitian	49
3.1 Paradigma	49
3.2 Tipe Penelitian	50
3.3 Metode Penelitian	51
3.4 Subyek Penelitian	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.1 Data Primer	54
3.5.2 Data Skunder	54
3.6 Unit Analisis Data	54
3.7 Teknik Analisis Data	55

3.7.1 Tabel Konsepsi Analisis Framing Entman	55
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	58
4.1 Gambaran Umum Kompas TV	60
4.1.1 Visi Dan Misi	60
4.1.2 Jaringan Kompas TV	61
4.1.3 Struktur Organisasi Kompas TV	63
4.2 Gambaran Umum Program Aiman	64
4.2.1 Struktur Redaksi Program Aiman	65
4.3 Hasil Penelitian Analisis Framing Robert N. Entman	68
4.3.1 Analisis Framing <i>Talk Show</i> Segmen I	68
4.3.2 Tabel Pembahasan	68
4.3.3 Analisis Framing <i>Talk Show</i> Segmen II	73
4.3.4 Tabel Pembahasan	73
4.3.5 Analisis Framing <i>Talk Show</i> Segmen III	78
4.3.6 Tabel Pembahasan	78
4.3.7 Analisis Framing <i>Talk Show</i> Segmen IV	83
4.3.8 Tabel Pembahasan	83
4.3.9 Analisis Framing <i>Talk Show</i> Segmen V	90
4.3.10 Tabel Pembahasan	90
4.4 Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100

Daftar Pustaka

Lampiran