



























88,1 juta orang di tahun 2014. Itu artinya, seperempat penduduk Indonesia sudah kenal internet. Pada tahun 2014 data menunjukkan orang Indonesia termasuk teraktif berkomunikasi di internet: menggunakan jejaring sosial (87,4%), mencari info/*searching/browsing* (68,7%), *instant messaging* (59,9%), mencari berita terkini (59,7%), *video streaming download/upload video* (27,3%), berkomunikasi menggunakan *email* (25,4%), jual beli *online* (11%), dll.<sup>19</sup>

Bisnis *online* menggeliat dan menunjukkan proyeksi yang menggembarakan. Belanja iklan meningkat dari tahun ke tahun. Tak sedikit yang memperkirakan belanja iklan internet akan melewati media cetak dalam beberapa tahun mendatang. Tapi isu keunggulan ini tidak lantas membuat media massa internet menjadi yang paling sempurna. Ada banyak hal yang masih perlu dievaluasi dalam bisnis media yang sarat teknologi ini.

Masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Masalah kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang disucikan di media massa *online* sebagai kecepatan menyampaikan informasi. Atas nama kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis, acapkali lembaga berita *online* terjerambab menyampaikan informasi yang belum *final* terverifikasi kepada masyarakat luas sehingga terkadang menimbulkan mis-persepsi dan mis-interpretasi fakta. Laporan yang masuk ke Dewan Pers mengenai keluhan berita di media massa *online* jumlahnya terus meningkat. Letak kesalahan lebih banyak karena masalah akurasi informasi yang dipaparkan lembaga media *online*. Data dari Dewan Pers ini bukan sekadar

---

<sup>19</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, <https://www.apjii.or.id/content/read/39/27/> PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2014, diakses pada 14 Desember 2016, pukul 18.00 WIB.

















berpikirnya. Seiring dengan bertambahnya usia, pengetahuan, dan pengalaman, manusia akan memandang dunia secara lebih beragam. Namun tetap saja proses pemahaman realitas akan dilakukan secara sederhana.

- b. Klasifikasi, manusia menyadari bahwa dunia terdiri dari berbagai hal, sehingga secara psikologis manusia akan memisahkan hal-hal tersebut ke dalam beberapa kategori untuk memudahkan proses pemahaman. Manusia melekatkan ciri-ciri tertentu pada sebuah kategori tertentu, sehingga segala peristiwa yang terjadi dapat terlihat perbedaan-perbedaannya.
- c. Generalisasi, klasifikasi membantu manusia melihat ciri-ciri peristiwa atau individu. Generalisasi merupakan kelanjutan dari proses tersebut, yang pada akhirnya membatasi ciri-ciri yang berdekatan atau mirip pada ciri-ciri yang didapat pada klasifikasi. Hal ini dapat menghasilkan prasangka.
- d. Asosiasi, suatu peristiwa tidak hanya diidentifikasi atau dipahami, tetapi selanjutnya dihubungkan dengan peristiwa-peristiwa lain. Keragaman dunia dianggap memiliki keterkaitan satu dengan lainnya.

Konsep Entman dipraktikkan dalam studi kasus pemberitaan media dan digunakan pula pada praktik jurnalistik, melihat bagaimana *frame* mempengaruhi kerja wartawan dan bagaimana wartawan membuat satu informasi menjadi lebih penting dan menonjol dibanding dengan cara yang lain. Analisis terhadap teks berita bukan merupakan langkah akhir dari penelitian yang akan dilakukan. Namun ingin diketahui sekilas, bagaimana kecenderungan atau perbedaan setiap media dalam memproduksi informasi.







