

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung atau biasa disingkat Persib Bandung, siapa yang tidak megenal tim kebanggaan masyarakat Jawa Barat ini. Salah satu tim besar di Indonesia yang lahir pada 14 Maret 1933, atau sekitar 82 tahun yang lalu (sejak penelitian ini dibuat). Memiliki prestasi juara Liga Indonesia pada tahun 1994 dan tahun 2014. Kebanggaan akan kesebelasan ini bagai seperti mendarah daging bagi kaum penyuka sepak bola yang lahir di tanah sunda. Mayoritas penduduk Indonesia yang menyukai sepak bola memang menganggap olahraga ini bisa menjadi bahasa universal, karena bukan hanya sekedar menang atau kalah dalam memainkannya, namun terdapat makna bisa menjadi sarana pemersatu semua manusia tanpa melihat agama, ras, suku, dan negara.

Perkembangan sepak bola ditengah modernisasi teknologi ini berkembang dengan memasuki ranah industri. Sepak bola sudah menjadi ranah berputarnya uang guna mengembangkan ekonomi di bidang bisnis. Bayangkan bagaimana seorang pesepak bola profesional di kontrak dengan sejumlah uang yang melimpah sampai dengan 1 milyar rupiah permusim. Hal tersebut dipecahkan pemain Persib musim 2013 lalu ketika Sergio Van Dijk pemain Indonesia keturunan Belanda didatangkan Persib dari tim asal Australia. Bukti dari sepak bola sebagai industri adalah ketika Persib sudah tidak dibebani oleh dana

Anggaran Pendapatan Biaya Negara (APBN) sehingga Persib mendirikan PT yang kini disebut PT. Persib Bandung Bermartabat (PT. PBB) PT yang didirikan pertama kali oleh Wali Kota Bandung terdahulu Dada Rosada ini berkembang pesat pasca dilepas dan dikelola oleh pihak swasta. Tim Persib menjadi mandiri tanpa suntikan dari APBN, Persib mengandalkan beberapa sponsor-sponsor yang masuk dan mau bekerjasama. Hal itu bisa terlihat dari *jersey* Persib yang dipenuhi logo sponsor bagai papan iklan. Bukti selanjutnya sepak bola memasuki ranah industri adalah dari segi pemanfaatan pemain. Pemain bisa di *endorse* oleh sponsor yang berminat terhadapnya, tak jarang beberapa iklan di televisi atau di *billboard* sering ditemui. Selain tampil di lapangan hijau mereka pun menjadi pandai beraksi di depan kamera. Itulah segelintir fenomena yang muncul dalam perkembangan sepak bola kekinian.

— Industri sepak bola juga tidak lepas dari peran supporter yang ikut membesarkan nama besar sebuah tim. Jika di Persib ada Bobotoh, merupakan sebutan bagi supporter Persib Bandung, mereka kerap hadir dimanapun Persib bermain. dalam *fanbase twitter @persib* contohnya, akun *twitter official* media Persib, *followers* menginjak angka 1,5 juta *followers*. Sementara itu, dalam pertandingan terakhirnya di Stadion Si Jalak Harupat Soreang Kabupaten Bandung—*venue* tempat dimana pertandingan Persib digelar, laga Persib vs Kitchee SC di ajang AFC Cup penonton yang hadir berjumlah 12.352. Sementara laga pembuka Qatar National Bank League (QNB League) tribun penonton terisi penuh sebanyak 27.000 penonton. Data ini diambil masing–masing dari situs

<http://www.the-afc.com/> dan catatan Panitia Pelaksana Pertandingan Persib atau Panel Pertandingan.

Tahun 2015 ini adalah tahun dimana Persib melakukan *launching* tim sekaligus memperkenalkan pemain dan *jersey* atau kaos tim terbaru. Pada data yang diinformasikan *apparel League*, *jersey* Persib sering menarik minat bobotoh untuk membeli kaos dengan kualitas sama yang dikenakan pemain saat di lapangan. Sekitar rata-rata 1000 potong *jersey* bisa terjual dalam periode bulan Februari/Maret/April/Mei 2015. Manajemen Persib pun menargetkan sekitar 500 juta *jersey* bisa terjual di musim 2015 ini, tentu jika tidak ada kendala. Dalam Momen kala Persib Bandung melaunching *jerseynya* pada kompetisi liga domestik Indonesia pada 6 Februari 2015 di Stadion Siliwangi Bandung, ditandai dengan fenomena di dunia maya. Di mata masyarakat, khususnya bobotoh (pendukung Persib) produk *jersey* dianggap gagal dalam mendesain sebuah tim sepak bola ternama di Indonesia tersebut. Harapan bobotoh tidak sesuai kenyataan, terbukti ribuan bobotoh di dunia *cyber* terutama media sosial *twitter* melakukan *hashtag* #mahalteuing (terlalu mahal), artinya *jersey* dijual terlalu mahal #Leaguebutut (League jelek) menyatakan desain *jersey* tidak bagus.



Gambar 1.1
Fakta beberapa tweet yang yang menjadi trending topic dalam media sosial *twitter* bulan Maret



Gambar 1.2
Fakta *hashtage* #MahalTeuing dan #LeagueButut menjadi trending topic di Indonesia

Fakta melalui *twitter* dengan dua *hashtage* #*LeagueButut* dan #*MahalTeing* menjadi *trending topic* di media sosial tersebut, sontak menjadi bulan-bulanan pihak League selama beberapa hari. Mengundang opini tidak sedap di kalangan bobotoh akan *apparel* olahraga ternama tersebut. Melihat hal itu, pihak League tampak hanya bisa terdiam saja tanpa mengeluarkan klarifikasi akan ejekan dari media sosial. *Apparel* League yang tersudutkan tampak tidak memiliki hak jawab akan opini negatif publik itu.

Media masa menjadi sarana alternatif League dalam melakukan hak jawab akan terpaan miring terhadap perusahaannya. Media masa merupakan bentuk dari komunikasi masa. Sebagai sarana dalam menghimpun berita dalam berbagai bentuk, seperti media masa cetak—surat kabar, majalah dan elektronik—radio, televisi, online. Komunikasi masa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi masa itu harus menggunakan media masa. (Rakhmat dalam Ardianto, Komala, Karlinah, 2007:3)

Pada Maret 2015 *Maung Magz.*, sebuah majalah online di situs <http://simamaung.com> menerbitkan majalah edisi ke-V nya. Tema besar dalam majalah online tersebut adalah “*New Upcoming Seasons*, Persiapan tim kebanggaan masyarakat Jawa Barat”. Fenomena yang sudah dipaparkan mengenai terpaan miring terhadap *apparel* League, menjadi pembahasan menarik dalam laporan utama majalah tersebut. *Maung Magz.* berjudul “Cerita Dibalik Jersey Persib 2015”, ikut membahasnya secara tuntas melalui jenis berita *in-depth reporting*. Dalam laporan utama (Rubrik Maung) di paparkan mengenai alasan dibalik layar pembuatan *jersey* hingga ulasan sang pengamat mengenai fenomena yang terjadi.

Bertitik tolak pada hal tersebut, peneliti ingin mengupas bagaimana cara *Maung Magz.*, mengemas pemberitaan tersebut atas fakta yang hadir terkait momen *launching* tim dan *jersey*-nya. Bagaimana penyajian pemberitaan agar

masyarakat khususnya bobotoh mengetahui informasi yang tersembunyi melalui pelaporan *in-depth* pada laporan utama *Maung Magz*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang telah terjadi dan dijelaskan di atas, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

“Cara Pemberitaan *In-Depth* Dalam Laporan Utama *Maung Magz*. Edisi V di Situs *Simamaung.com*”

1.3 Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana pemberitaan *in-depth Maung Magz*. Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *define problem*?
2. Bagaimana pemberitaan *in-depth Maung Magz*. Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *diagnose causes*?
3. Bagaimana pemberitaan *in-depth Maung Magz*. Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *make moral judgement*?
4. Bagaimana pemberitaan *in-depth Maung Magz*. Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *treatment recommendation*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemberitaan *in-depth Maung Magz.* Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *define problem*?
2. Untuk mengetahui pemberitaan *in-depth Maung Magz.* Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *diagnose causes*?
3. Untuk mengetahui pemberitaan *in-depth Maung Magz.* Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *make moral judgement*?
4. Untuk mengetahui pemberitaan *in-depth Maung Magz.* Edisi V tentang cerita dibalik *jersey* Persib 2015 dilihat dari *treatment recommendation*?

1.5 Pembatasan Masalah

Penulis perlu membatasi masalah dalam penelitiannya guna memfokuskan penelitian agar tidak terlalu luas.

1. Media yang diteliti adalah media cetak berbasis elektronik yaitu *Maung Magz.* sebuah majalah online dari situs *simamaung.com*
2. Penulis menganalisis teks laporan *in-depth* hanya dalam laporan utama *Maung Magz.* edisi V
3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan analisis *framing* dengan skema *framing* Robert N. Entman.

1.6 Waktu Penelitian

Agar pelaksanaan terlaksana dengan tepat waktu dalam setiap penelitian perlu adanya jadwal pelaksanaan penelitian, berikut waktu penelitian :

No	Kegiatan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Penyusunan Proposal	V											
2.	Diskusi Proposal		V	V									
3.	Melakukan Tinjauan Pustaka				v	v							
4.	Menentukan fokus dan analisis						V						
5.	Tahap Seleksi							v					
6.	Uji Keabsahan data								v	v			
7.	Membuat draf laporan penelitian										v	v	
8.	Penyempurnaan Laporan												v

1.7 Kegunaan Penelitian

1.7.1 Kegunaan Penelitian Praktis

Penulis melakukan tinjauan pustaka serta perbandingan dari teori yang ada, dengan fakta yang terjadi di masyarakat, sehingga hal tersebut dapat menjadi cerminan untuk menambah pengalaman dan wawasan bagi penulis maupun peneliti-peneliti selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberi sumbangan dalam penalaran majalah online, perpaduan antara media cetak dan online.

Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat membuka pengetahuan masyarakat tentang bagaimana pengemasan suatu pemberitaan *in-depth reporting*. Tata cara skema *framing* yang dilakukan seorang jurnalis. Hingga pengemasan berita dengan cara memilih dan memilah data yang diperlukan.

1.7.2 Kegunaan Penelitian Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap informasi ilmiah, yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dalam penelitian lebih lanjut. Peneliti juga bisa mendapatkan wawasan baru, bagaimana peran media online lewat sebuah produk majalah online.

Penelitian ini diharapkan bisa mengetahui realitas yang di buat oleh seorang jurnalis. Bagaimana peran media sebagai arena klarifikasi pihak yang merasa dirugikan dengan pemberitaan yang berimbang dan verifikasi sesuai fakta. Seberapa besar bergunanya hak jawab bagi narasumber yang tentu merasa dirugikan nama baiknya.

1.8 Kerangka Pemikiran

Setiap manusia memiliki hak tahu, hal ini yang mendasari setiap orang sebagai makhluk sosial membutuhkan informasi yang ada di sekitarnya. Dalam bidang media, manusia bisa mendapatkan informasi melalui media cetak, elektronik, ataupun online sesuai kebutuhannya. Komunikasi terbagi dalam

beberapa macam, karena objek yang akan diteliti adalah majalah, maka, dalam penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai komunikasi massa. Definisi komunikasi massa adalah sebuah komunikasi yang terjadi melalui media massa modern seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Jadi dalam artian yang lain komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada masyarakat yang abstrak, yaitu sejumlah orang yang tidak tampak oleh penyampai pesan (Effendi, 2003:50).

Majalah adalah bentuk dari komunikasi massa karena penyampaian pesan dilakukan dengan menggunakan media. Wartawan berperan sebagai komunikator, menyampaikan pesan yang telah dirangkum dari hasil liputannya. Majalah sebagai media tempat dimuatnya isi pesan dari komunikator. Kemudian khalayak sebagai penerima pesan (komunikan) yang mengkonsumsi apa yang ditayangkan dalam majalah.

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. (Mulyana, 2011:83).

Majalah adalah suatu produk jurnalistik yang menggunakan bahan materi kertas bercetakan isi pemberitaan. Cetakan tersebut dibuat banyak hingga beribu-ribu eksemplar disebar ke berbagai wilayah. Majalah dikelola oleh suatu perusahaan media yang memang memiliki ideologi dan fokus tertentu pengkategorianya. Beberapa kategori majalah menurut ENCYCLOPEDIA BRITANICA: BRITANICA.com (2000) yang ditulis dalam Septiawan Santana

Diantaranya : Majalah Umum, majalah-majalah berkualitas, majalah penerbangan, majalah berita, divisi majalah dalam koran, majalah kota, majalah religius, majalah pria, majalah wanita, shelter magazine, majalah pertanian, majalah olahraga, jurnal perdagangan, majalah perusahaan, majalah fraternal, majalah opini, publikasi alternatif dan majalah khusus lainnya. (Santana, K. 2005:93-97).

Konvergensi era canggihnya teknologi internet ikut merevolusi perkembangan media cetak. Tahun 2011 telah *booming* di Indonesia teknologi telepon genggam *smartphone* seperti Android dan Blackberry. Internet pun yang tadinya hanya bisa diakses dalam komputer rumahan kini berada dalam genggam tangan. Melihat akan konvergensi teknologi ini membuat ide setiap orang berkembang. Media cetak berevolusi, ya, perpaduan online dan cetak bisa terjadi.

Media-media *mainstream* seperti koran Kompas contohnya menerapkan sistem *E-Paper* yang bisa diakses di internet. Kemudian koran Kompas pun turut menjadi pelopor media online dengan situsnya kompas.com. Bila menerbitkan sebuah majalah berpuluh-puluh eksemplar membutuhkan dana yang tidak sedikit, sebuah media bisa saja menerbitkannya secara online saja dengan tujuan menghemat biaya. Kini majalah online pun mulai menjadi generasi baru yang mulai diperhitungkan eksistensinya.

Tentu munculnya majalah online tidak bisa menghilangkan peran media online yang menjadi kajian baru sebagai *new media*. Jaringan internet yang sudah menjadi bahan pokok setiap manusia memang membuat beberapa media online

merajalela. Media generasi baru ini menjadi sebuah alternatif orang-orang guna mendapatkan informasi atau berita jika tidak sempat mendapatkan surat kabar. Dalam buku *Jurnalistik Online*, Asep Syamsul M. Romli, mengungkapkan bahwa Media online bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak-koran, tabloid, majalah, buku-dan media elektronik-radio, televisi, dan film/video. (Romli, 2012:30)

Perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (new media), istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik penggunaan interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real-time”. (Romli, 2012:31)

Dalam sebuah media, produk yang menjadi andalannya tentu adalah sebuah berita. Tanpa berita manusia tidak akan memiliki wawasan untuk berkomunikasi, mengetahui perkembangan zaman. Berita bagaikan lentera kehidupan yang akan selalu menerangi manusia guna mengetahui segala hal disamping memiliki hak tahu pada kaidahnya. Menurut Paula de Massener Berita adalah suatu informasi penting yang menarik perhatian dan minat khalayak. Sementara menurut Adinegoro Berita adalah pernyataan antar manusia yang bertujuan untuk memberitahukan, yang disiarkan melalui pers. (Yunus, 2010:46)

Berdasarkan penelitian yang sedang diteliti, jenis berita yang akan dikaji adalah jenis pemberitaan *in-depth reporting*, adalah berita mendalam yang dibuat guna mengetahui lebih menelusuri tentang suatu peristiwa yang dikemas oleh wartawan. Laporan utama *Maung Magz* edisi V menyajikan pemberitaan jenis ini. Didalamnya bukan hanya diberitakan informasi sepintas, namun, seluk beluk latar

belakang dari isu yang diangkat ikut disajikan. Khalayak atau pembaca pun tidak hanya mengetahui fakta secara permukaan saja, namun bisa diketahui secara mendalam sampai akar-akarnya.

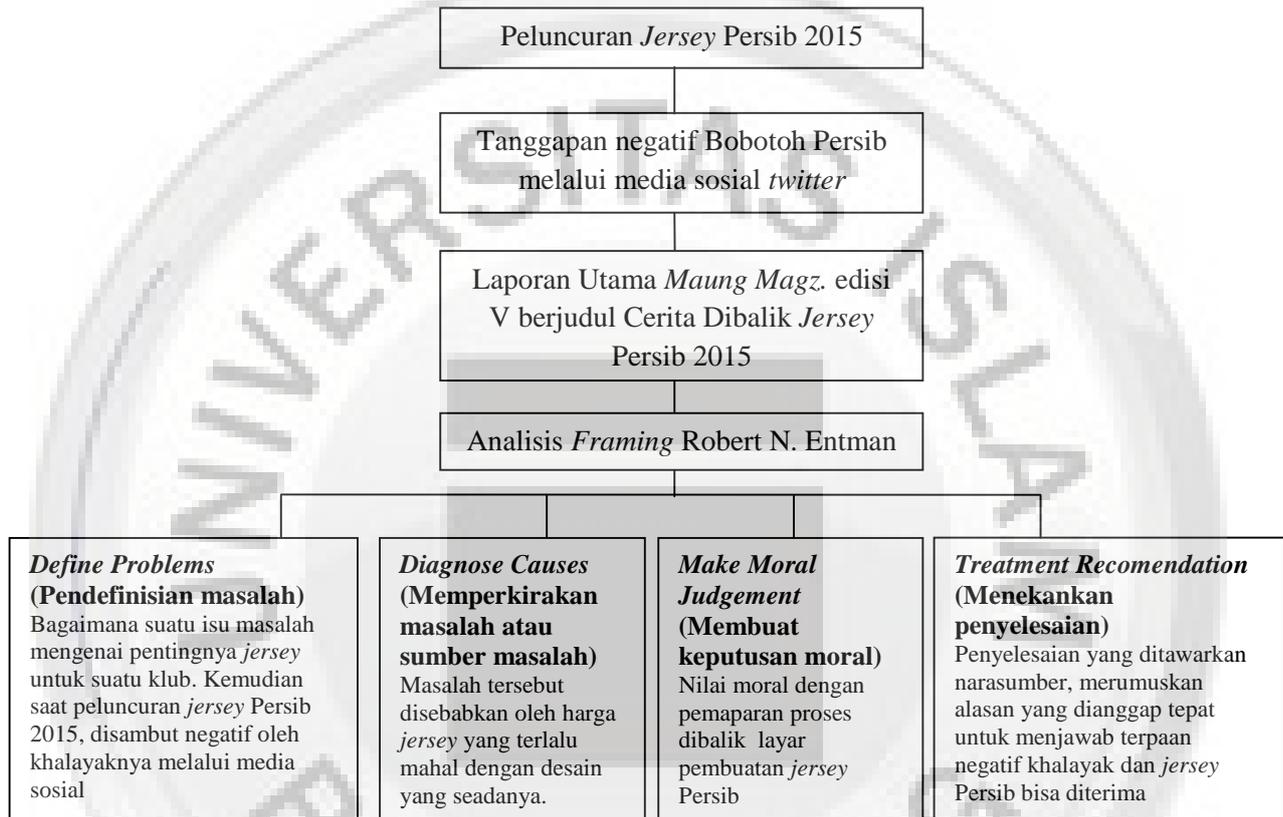
Dept reporting, pelaporan mendalam, yaitu laporan jurnalistik tentang suatu peristiwa/masalah actual yang disajikan secara lebih mendalam, tajam, lengkap dan utuh dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui dari berbagai perspektif dan lengkap tentang suatu peristiwa/masalah yang terjadi.

Wartawan yang berperan sebagai pembuat pemberitaan laporan *in-depth reporting* ini tidak bisa dilakukan secara tergesah-gesah dalam merangkum data yang akan dijadikan sebuah bahan tulisan. Kuli tinta ini harus jeli mencermati sebuah isu yang diangkat dengan berkoordinasi terlebih dahulu dengan redaktornya serta *partner* liputan jika itu ada. Laporan berita jenis ini mencoba memperdalam suatu pemberitaan secara runtut yang terasosiasi secara sistematis.

Dalam pengemasan suatu pemberitaan media massa pun harus melakukan verifikasi fakta. Hal ini tertuang dalam 9 element jurnalisme yang dikembangkan oleh Bill Kovach. Elemen ke-3 yaitu Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Sebuah isu yang dilempar lantas tidak dipercayai begitu saja sehingga menimbulkan berita bohong. Oleh sebab itu wartawan harus mencari sumber berita memverifikasi kebenaran, menghindari kekeliruan. Disiplin dalam verifikasi mampu membuat wartawan menyaring desas-desus, gosip, ingatan yang keliru, manipulasi, guna mendapatkan informasi yang akurat. Disiplin verifikasi inilah yang membedakan jurnalisme dengan hiburan, propaganda, fiksi atau seni. (Harsono, 2010:20)

Agar lebih jelas dalam mengartikan peneliitian yang diajukan, maka penulis merumuskan sebuah kerangka penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.1
Skema Penelitian



Sumber : Analisis Framing Robert. N Entman dalam Eriyanto (2012: 223-224) yang dimodifikasi oleh peneliti, 2015

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian

Teknik metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif. Suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Pendekatannya dilakukan pada latar belakang individu secara menyeluruh (holistik).

Menurut Lexy J. Moleong (Dalam Prastowo, 2011:23) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya : perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya) secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Pendekatan penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan analisis *framing*, yaitu mengkaji representasi sosial yang dikemukakan media untuk mengetahui realitas apa saja yang dipilih oleh suatu media. Pada bagian ini penulis memilih skema *framing* Robert N. Entman, bagaimana pemberitaan laporan utama *Maung Magz.* mengemas pemberitaan dari cara pandang wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita, dengan mengidentifikasi masalah, kemudian melibatkan, menonjolkan suatu realitas sosial, serta mengapa media melakukannya dengan tujuan untuk memberikan penyelesaian.

Tabel 1.2

Kerangka framing Robert N. Entman

Define problem (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
Diagnose causes (Menperkirakan masalah atau sumber masalah)	Persis apa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (actor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Make moral judgement (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang digunakan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk mengkritisi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
Treatment Recommendation (Menakutkan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: Entman, Kosrowski, *Meneliti akar Politik Media*, 2002 : 188

Sesuai dengan kerangka pemikiran di atas, skema *framing* Robert N. Entman membagi proses *framing* dalam empat cara, yaitu *define problem*, *diagnoses causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Bila penulis mengaitkannya dengan pemberitaan dalam laporan utama ada beberapa contoh yang bisa dirangkum sebagai berikut :

- *Define problem* : Bagaimana suatu isu masalah mengenai pentingnya *jersey* untuk suatu klub. Kemudian saat peluncuran *jersey* Persib 2015, disambut negatif oleh khalayaknya melalui media sosial
- *Diagnose causes* : Masalah tersebut disebabkan oleh harga *jersey* yang terlalu mahal dengan desain yang seadanya.
- *Make moral judgement* : Nilai moral dengan pemaparan proses dibalik layar pembuatan *jersey* Persib

- *Treatment recommendation* : Penyelesaian yang ditawarkan narasumber, merumuskan alasan yang dianggap tepat untuk menjawab terpaan negatif khalayak dan *jersey* Persib bisa diterima

1.9.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah :

1. Analisis Tekstual

Mengkaji kembali struktur teks berita yang ada dalam tulisan laporan utama (Rubrik Maung) dalam majalah online *Maung Magz*, berjudul “Cerita Dibali *Jersey* Persib 2015”, yang diterbitkan oleh website <http://simamaung.com>. Kemudian mengaitkannya dengan skema *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman.

2. Wawancara

Wawancara adalah cara untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dan lebih dalam setelah melakukan analisis tekstual. Informan yang akan coba peneliti wawancarai salah satunya adalah pemimpin redaksi selaku editor tulisan, wartawan analisis olahraga dan seorang pengamat *jersey* Persib.

3. Studi kepustakaan

Studi pustaka dilakukan penulis untuk memperoleh data yang relevan, melalui dokumen-dokumen searching dalam internet, buku, dan literatur lainnya. Berkaitan dengan subjek penelitian yaitu majalah online *Maung Magz*, yang diterbitkan dalam websitenya <http://simamaung.com>.

1.9.3 Teknik Analisis Data Triangulasi

Teknik analisis data dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis kembali hasil temuan-temuan yang telah didapatkan. Langkah analisis data penulis akan mencoba menerapkan cara analisis yang dipaparkan Sugiyono yang terdiri dari tahap-tahap sebelum memasuki lapangan dengan mengamati, merangkum, mencatat, menyusun pertanyaan. Langkah kedua adalah saat memasuki lapangan, mengklasifikasi sesuai teknik analisis yang diusung dan melakukan wawancara. Langkah ketiga adalah saat selesai dari lapangan, menginterpretasikan hasil temuan ke dalam pembahasan.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan kebasahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. (Moleong, 2006:330)

Penulis pun mengambil teknik Triangulasi sumber, karena penulis akan mencoba melakukan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang dinilai penulis berhubungan dan bisa mengecek kembali kredibilitas data penelitian. Triangulasi sumber adalah suatu teknik pengecekan kredibilitas data yang dilakukan dengan memeriksa data yang didapatkan melalui beberapa sumber. (Prastowo, 2011:269)

1.10 Organisasi Karangan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat fakta yang muncul dan bagaimana penulis menanggapi dengan mengaitkan dengan teori dan pengertiannya. Berisikan latar belakang,

perumusan, dan identifikasi masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, alasan pemilihan masalah, metode dan pendekatan penelitian, kerangka pemikiran, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan organisasi karangan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai Tinjauan tentang beberapa pembahasan yang berkaitan dengan penelitian. Seperti komunikasi massa, tinjauan media cetak, media online, majalah online, tinjauan pemberitaan *in-depth reporting* dan teori skema *framing* Robert N. Entman.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini, penulis akan memaparkan tentang Metode Penelitian, Metode Penelitian kualitatif dengan subyek majalah online *Maung Magz.* dengan teori skema *framing* Robert N, Entman, pemaparan dari hasil temuan teknik pengumpulan data yang sudah dirumuskan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab Pembahasan ini, penulis akan memaparkan kerangka yang telah dipaparkan, berdasarkan identifikasi masalah, Penulis akan membahas temuan-temuan yang didapatkan dari pengamatan maupun wawancara setelah melakukan langkah penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan mengambil Kesimpulan dan Saran beberapa penjelasan yang telah dipaparkan penulis di Bab sebelumnya.