

**REPRESENTASI PENYANDANG DISABILITAS DALAM
MEDIA *ONLINE* (ANALISIS FRAMING KISAH INSPIRATIF
PENYANDANG DISABILITAS DI TEMPO.CO)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ABSTRAK

REPRESENTASI PENYANDANG DISABILITAS DALAM MEDIA ONLINE (ANALISIS FRAMING KISAH INPIRATIF PENYANDANG DISABILITAS DI TEMPO.CO)

**Oleh:
Enos
1510862031**

**Pembimbing:
Vitania Yulia, S.Sos., M.A.
Rinaldi, M.I.Kom.**

Pemberitaan disabilitas yang inspiratif adalah penggambaran menarik bagi kebanyakan orang. Namun pemberitaan seperti ini kadang malah merugikan pihak penyandang disabilitas. Mereka digambarkan inspiratif bukan karena kemampuan yang dimiliki, tetapi karena menjadi seorang disabilitas yang mampu berprestasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Tempo.co membingkai isu penyandang disabilitas melalui kisah inspiratif. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori framing dengan model Zhongdang Pan dan Kosicki. Dalam penelitian ini sumber data primer peneliti adalah kisah inspiratif penyandang disabilitas di Tempo.co periode 2020-2021 sedangkan data sekunder adalah literatur yang berkaitan.

Hasil penelitian yang didapatkan ialah pertama, Tempo.co dalam kesatuan sintaksis mengedepankan alasan seorang disabilitas bisa menjadi sosok inspiratif bukanlah karena prestasi dan dampak besar mereka pada masyarakat. Melainkan karena mereka disabilitas yang mampu berprestasi. Kedua, Tempo.co mengisahkan isu disabilitas adalah dengan cara menceritakan bagaimana mulanya mereka menjadi difabel, bagaimana sulitnya kehidupan menjadi seorang disabilitas dan bagaimana akhirnya mereka menemukan cara dalam menjalani hidup dan beprestasi. Ketiga, Tempo.co cenderung ingin memberikan kesan yang dramatis dan menggugah rasa simpatik pembaca pada kehidupan seorang penyandang disabilitas. Keempat, penekanan fakta pada Tempo.co cenderung menimbulkan rasa simpati.

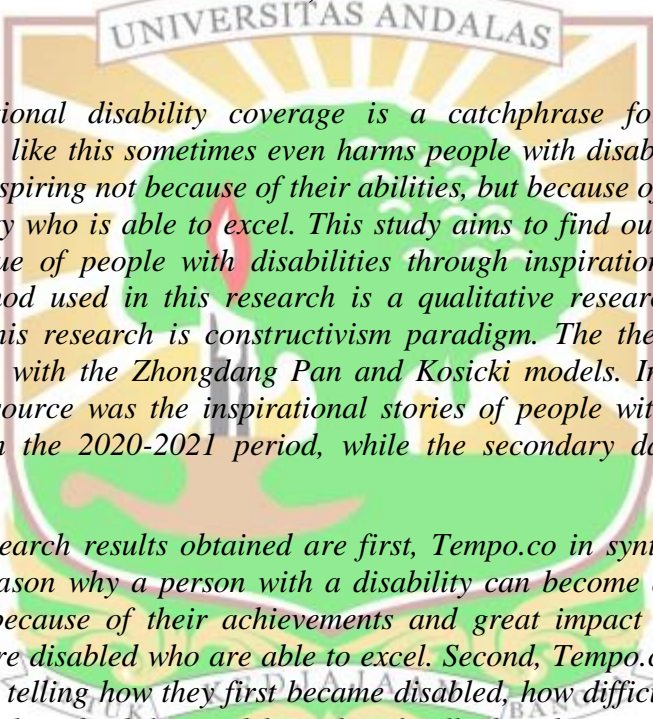
Kata Kunci: Disabilitas, Framing, Media Online, Representasi.

ABSTRACT

REPRESENTATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES IN ONLINE MEDIA (FRAMING ANALYSIS OF INSPIRING STORIES OF PEOPLE WITH DISABILITIES IN TEMPO.CO)

By:
Enos
1510862031

Supervisors:
Vitania Yulia, S.Sos., M.A.
Rinaldi, M.I.Kom.



Inspirational disability coverage is a catchphrase for most people. However, news like this sometimes even harms people with disabilities. They are described as inspiring not because of their abilities, but because of being a person with a disability who is able to excel. This study aims to find out how Tempo.co frames the issue of people with disabilities through inspirational stories. The approach method used in this research is a qualitative research method. The paradigm of this research is constructivism paradigm. The theory used is the framing theory with the Zhongdang Pan and Kosicki models. In this study, the primary data source was the inspirational stories of people with disabilities at Tempo.co from the 2020-2021 period, while the secondary data was related literature.

The research results obtained are first, Tempo.co in syntactic unity puts forward the reason why a person with a disability can become an inspirational figure is not because of their achievements and great impact on society. But because they are disabled who are able to excel. Second, Tempo.co tells the issue of disability by telling how they first became disabled, how difficult it was to live as a person with a disability and how they finally found a way to live life and achieve. Third, Tempo.co tends to want to give a dramatic impression and arouse readers' sympathy for the life of a person with a disability. Fourth, the emphasis on facts on Tempo.co tends to generate sympathy.

Key Words: Disability, Framing, Online Media, Representation