



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini tidak tergolong penelitian yang baru, karena dengan metode analisis sejenis telah dilakukan penelitian-penelitian terdahulu. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Silvanus Alvin, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, pada tahun 2013.

Penelitian yang berjudul “Konstruksi Realitas Kepemimpinan SBY dalam Merespon Masalah di Partai Demokrat Pada Harian Jurnal Nasional dan KOMPAS” ini, bertujuan untuk mengetahui pembingkai berita terhadap respon SBY dalam menghadapi masalah yang terjadi di Partai Demokrat. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis dengan menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman.

Pada akhirnya, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Jurnal Nasional membingkai respon SBY terhadap masalah Demokrat sebagai masalah kepemimpinan yang dilihat sebagai bentuk penyelamatan partai, sedangkan KOMPAS melihat masalah kepemimpinan dimana respon SBY sebagai bentuk intervensi dan juga melupakan rakyat.

Hal-hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

2.1 Tabel Pembeda 1

No.	Pembeda	Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat ini
1.	Fokus masalah	Sosok SBY	Sosok Jokowi
2.	Metode	Analisis Isi dengan konteks framing Robert Entman	Analisis Isi dengan konteks framing Robert Entman
3.	Objek analisis	Sembilan berita yang tayang selama 5 hari pada harian Jurnal Nasional dan KOMPAS	Artikel pada rubrik laporan utama dalam Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013
4.	Media yang menjadi objek penelitian	Jurnal Nasional dan Harian Kompas	Majalah TEMPO

Penelitian tentang *framing* juga dilakukan oleh Dewi Novianti, mahasiswi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta tahun 2010. Ia menulis jurnal berjudul “Bingkai Berita Kasus Dugaan Korupsi Aliran Dana Bantuan Likuiditas Bank Indonesia pada detik.com dan Tempo Interaktif”.

Penelitian itu bertujuan untuk mengetahui bagaimana detik.com dan Tempo Interaktif membingkai kasus dugaan korupsi aliran dana BLBI sebagai suatu *symbolic reality* dalam pemberitaan mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Teknik pengumpulan data berdasarkan studi dokumentasi untuk mendapatkan data dan materi penelitian.

Hasil penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwa: *pertama*, kedua media online, baik detik maupun Tempo membingkai secara negatif kasus dugaan korupsi aliran dana BLBI, keduanya mengkonstruksikan pesan melalui berita yang diangkat sehingga lebih memperkuat dugaan adanya korupsi dari penyelewengan dana BLBI. *Kedua*, Detik.com dan Tempo Interaktif dalam menyampaikan berita terkesan lugas dan to the point, dikarenakan kedua media tersebut bersifat online dengan tujuan agar para pembacanya langsung mudah menangkap intinya. *Ketiga*, judul yang diambil kedua media ini bersifat lugas, seperti “Kasus BLBI Ada Kemajuan”. *Keempat*, bingkai yang dikonstruksi oleh Detik.com maupun Tempo Interaktif ini cenderung memposisikan diri sebagai *counter hegemony*, seperti contoh pemberitaan pada Detik.com “*Kemas beralih, bukti-bukti penting terkait penyerahan aset obligor sulit dilacak*”. Sementara pada Tempo Interaktif disebutkan bahwa “*Sebelumnya Kwik Kian Gie menuding Bambang Subianto tahu persis soal BLBI*”.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:

2.2 Tabel Pembeda 2

No.	Pembeda	Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat ini
1.	Fokus masalah	Kasus korupsi	Sosok Jokowi
2.	Metode	Analisis Isi dengan konteks framing Zhongdang Pan dan	Analisis Isi dengan konteks framing Robert

		Gerald M. Kosicki	Entman
3.	Objek analisis	Teks berita pada detik.com dan Tempo Interaktif edisi Juli 2007 – Februari 2008	Artikel pada rubrik laporan utama dalam Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013
4.	Media yang menjadi objek penelitian	detik.com dan Tempo Interaktif	Majalah TEMPO

Topik yang penulis ambil sangat menarik karena pertama, dilihat dari segi kebaruan, penelitian ini dilakukan menjelang pemilihan presiden tahun 2014, ketika PDIP belum mengumumkan nama calon presiden dari partainya, namun mewacanakan sosok Jokowi sebagai capres dari PDIP. Kedua, Jokowi merupakan sosok potensial yang memiliki citra yang baik dimata masyarakat, sehingga pencalonannya menjadi presiden menimbulkan pro kontra yang selalu mengundang perhatian masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam riset kualitatif, proses riset berawal dari suatu observasi atas gejala, maka fungsi teori adalah membuat generalisasi-generalisasi yang abstrak melalui proses induksi. Riset ini bersifat menjelajah, dimana pengetahuan mengenai persoalan masih sangat kurang atau belum ada sama sekali dan teori-teorinya pun belum ada. Sehingga teori di sini sifatnya tidak mengekang periset. Teori berguna

sebagai pisau analisis, membantu periset untuk memaknai data, dimana seorang periset tidak berangkat dari suatu jenis teori tertentu. Periset bebas berteori untuk memaknai data dan mendialogkannya dengan konteks sosial yang terjadi. Teori membantu memperkuat interpretasi periset sehingga dapat diterima sebagai suatu kebenaran bagi pihak lain (Kriyantono, 2010:46).

2.2.1 Teori Isi Media

Sebelum mengetahui dampak suatu pesan bagi khalayak, perlu untuk mengetahui pesan apa yang tersedia, yang dapat memberi dampak tersebut. Mempelajari isi membantu kita memperkirakan efek yang muncul terhadap audience. *Pamela Shoemaker* dan *Stephen D. Reese* menggambarkan hubungan antara isi, faktor yang mempengaruhi, dan dampaknya terhadap khalayak dalam suatu bagan:

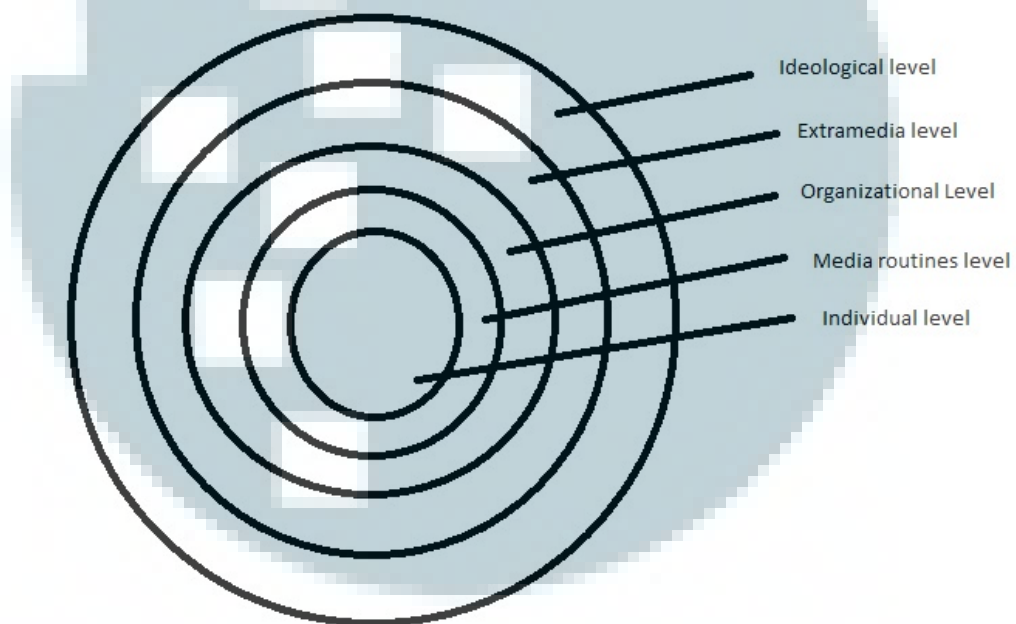


2.1 Gambar Hubungan dalam Teori Isi Media

Isi di sini merupakan keseluruhan informasi verbal dan visual secara kualitatif maupun kuantitatif, yang didistribusikan oleh media massa. Yang termasuk ke dalam informasi secara kuantitatif adalah semua atribusi media yang dapat diukur atau dihitung, misalnya berapa kali seorang atau suatu peristiwa muncul dalam pemberitaan, berapa detik ia muncul dalam pemberitaan suatu stasiun televisi, atau berapa besar kolom yang disediakan oleh suatu surat kabar untuk pemberitaannya. Sementara informasi kualitatif menonjolkan bagaimana

suatu media menampilkan seseorang atau suatu kejadian dalam pemberitannya. Walaupun secara kuantitatif porsi yang diberikan oleh dua buah media ternyata sama, namun mereka dapat memberitakannya melalui sudut pandang yang jauh berbeda.

Selanjutnya **Pamela** dan **Reese** merangkum faktor-faktor yang mempengaruhi isi media sebagai berikut:



2.2 Gambar Faktor yang Mempengaruhi Isi Media

▪ Pengaruh ideologi

Raymond Williams dalam Pamela (1995) mendefinisikan ideologi sebagai sistem makna, nilai dan kepercayaan yang relatif formal dan terartikulasi, yang dapat dianggap sebagai cara memandang dunia. Media berperan dalam menegaskan dan menguatkan ideologi. Media mentransmisikan ideologi dengan mengangkat tema-tema kultural yang menjadi bagian dari khalayak.

Pada level ini, kita menyelidiki bagaimana media berfungsi sebagai perpanjangan dari kepentingan kekuasaan dalam masyarakat. Berita tidak selalu menceritakan tentang penguasa, tetapi berita juga distrukturkan sedemikian rupa sehingga kejadian-kejadian diinterpretasikan berdasarkan perspektif kepentingan yang berkuasa. Hal tersebut dilakukan oleh media karena media memiliki kemampuan untuk mendefinisikan situasi, apa yang dianggap normal dan apa yang dianggap menyimpang.

Stuart Hall dalam Pamela (1995) menjelaskan proses kerja dan produksi berita bukanlah suatu hal yang netral, melainkan ada bias ideologi yang secara sadar atau tidak sadar tengah dipraktekkan oleh wartawan. Media dipandang sebagai agen konspiratif yang menyembunyikan fakta, menampilkan fakta tertentu yang dikehendaki, dan secara sadar mengelabui khalayak untuk kelompok dominan.

- **Pengaruh luar organisasi media**

Pihak-pihak di luar media yang sekiranya dapat mempengaruhi isi media antara lain: sumber pendapatan (pengiklan dan khalayak), institusi bisnis, pemerintah, lingkungan ekonomi dan teknologi. Sumber berita memiliki efek yang besar terhadap isi berita, karena seorang jurnalis tidak dapat menulis hal yang tidak mereka ketahui. Sementara sumber berita dapat memberi keterangan sesuai dengan kepentingan mereka sendiri dan pilihan jurnalis terhadap sumber berita dapat memberi warna tersendiri terhadap cerita.

Faktor luar lain yang cukup berpengaruh pula adalah yang berhubungan dengan pendapatan media tersebut. Pengiklan sangat memperhatikan isi media karena isi media berpengaruh langsung pada siapa yang mengonsumsi media tersebut, yang berhubungan pula dengan target pasar yang mereka incar.

- **Pengaruh organisasional**

Organisasi didefinisikan sebagai suatu entitas sosial, formal, dan ekonomi yang mempekerjakan pekerja media dalam rangka memproduksi isi media. Organisasi menentukan apa yang layak menjadi berita dan bagaimana menyajikannya. Dalam hal ini, berita tidak dilihat sebagai produk yang dihasilkan oleh seorang *gatekeeper* tertentu, melainkan oleh keseluruhan organisasi sebagai *gatekeeper* yang sebenarnya. Mayoritas pemilik media beroperasi untuk tujuan ekonomi, yaitu mendapatkan untung, sehingga seringkali mempengaruhi isi.

- **Pengaruh rutinitas media**

Rutinitas merupakan semua kegiatan yang berlangsung secara berulang oleh pekerja media dalam melakukan tugasnya. Rutinitas menentukan bagaimana individu melakukan pekerjaan. **Karl Mannheim** dalam Pamela (1995) menuliskan bahwa tidak tepat apabila kita mengatakan seorang individu berpikir, tetapi lebih tepat bahwa individu berpartisipasi dalam pemikiran yang sudah ada. Rutinitas berorientasi kepada konsumen, di mana pemilihan dan proses penyajian berita didasarkan atas apa yang diminati khalayak.

- **Pengaruh dari individu pekerja media**

Karakteristik, nilai, kepercayaan, orientasi profesional, konsepsi, serta peran yang dimiliki oleh pekerja media sangat mempengaruhi isi berita yang didistribusikan. **Weaver dan Wilhoit** dalam Pamela (1995) mengatakan bahwa pengaruh signifikansi dari kondisi demografis individu media dalam mempengaruhi berita, kecil, karena ada pengaruh dari rutinitas dan organisasi media yang memiliki kekuatan lebih besar dalam menentukan arah isi media. Sementara itu, nilai, kepercayaan dan sikap politik jurnalis dapat mempengaruhi isi, jurnalis secara sadar atau tidak melakukan bias dalam pemberitaan yang dianggap sesuai dengan sikap pribadinya.

Seorang jurnalis yang menganggap profesinya sebagai pihak yang netral akan mengumpulkan begitu banyak pendapat untuk menghilangkan unsur subjektivitas pada pemberitaannya, lain halnya dengan jurnalis yang menganggap dirinya sebagai partisipan.

2.2.2 Konstruksi Realitas dalam Media

Peter L. Berger dan Thomas Luckman (1996) memperkenalkan konsep tentang konstruksionisme, bahwa masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Sebaliknya manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus.

Proses dialektis itu sendiri melalui tiga tahapan: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, ada usaha pencurahan atau ekspresi dari manusia ke dalam dunia. Objektivasi berupa hasil yang dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Proses internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Lewat proses internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Berger menambahkan bahwa realitas tidak terbentuk secara ilmiah, tidak juga diturunkan oleh Tuhan, namun realitas dibentuk dan dikonstruksi. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas realitas. Orang yang memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda akan menafsirkan realitas sosial dengan konstruksinya masing-masing.

Dalam pandangan konstruksi sosial, berita bukanlah suatu fakta yang riil. Suatu realitas tidak dioper begitu saja menjadi sebuah berita, melainkan produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Pada proses internalisasi, wartawan mengamati realitas, dan diserap dalam pribadi wartawan sebagai individu. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut (Eriyanto, 2011:17). Dengan demikian, berita bukan merupakan refleksi dari realitas, melainkan hanya konstruksi dari realitas. Melalui konstruksi sosial yang sistematis, kita didorong untuk memahami objek dan peristiwa dengan cara tertentu dan mencegah kita memahami dengan cara lain.

Konstruksi realitas sosial oleh media dilakukan melalui beberapa proses:

- *Schemas*, kumpulan makna yang dihubungkan oleh memori, terbentuk melalui interaksi antar individu dan memberikan makna.
- *Priming*, pengaktifan konstruksi dalam memori yang mempengaruhi interpretasi akan informasi baru. *Priming* adalah proses dimana media berfokus pada sebagian isu dan tidak pada isu lainnya dan dengan demikian mengubah standar yang digunakan orang untuk mengevaluasi para calon pemilihan. (Severin dan Tankard, 2008:271)
- *Agenda Setting*, menyuguhkan kepada publik isu-isu tertentu, sehingga mengarahkan mereka untuk memerhatikan isu-isu tersebut dan mengabaikan isu-isu lain. Dalam media, agenda setting dapat diukur berdasarkan derajat kepentingan, misalnya *lead*, diletakan pada halaman depan, dari segi panjangnya berita, atau frekuensi berita tersebut muncul.
- *Framing*, media tidak memberi tahu apa yang harus kita pikirkan, tetapi mengarahkan kepada hal-hal apa saja yang harus kita pikirkan dan bagaimana memahaminya.

2.2.3 Framing

Analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media (Sobur, 2006:162)

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati

strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Ada banyak model dalam analisis *framing*, namun dalam penelitian ini hanya dibahas beberapa model Framing menurut Robert Entman, William Gamson dan Andre Modigliani, Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

2.2.3.1 Analisis Framing Robert Entman

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu (Eriyanto, 2002:187). Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada juga berita yang dikeluarkan. Penonjolan aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Entman merumuskan pemikirannya ke dalam bentuk model *framing* berikut:

- Definisi Masalah

Bagaimana suatu peristiwa dilihat, sebagai apa, atau sebagai masalah apa. Misalnya ketika ada demonstrasi karyawan dan diakhiri bentrokan. Peristiwa itu bisa dipahami sebagai “anarkisme karyawan” atau bisa juga dipahami sebagai “pengorbanan karyawan”.

- Memperkirakan Sumber Masalah

Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa, apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah, siapakah aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah. Misalnya penyerbuan tentara GAM terhadap TNI dapat dipahami sebagai upaya GAM merusak gencatan senjata, maka penyebab masalah itu adalah GAM. TNI hanyalah korban.

- Membuat Keputusan Moral

Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah, nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. Penilaian atas penyebab masalah. Misalnya dalam contoh peristiwa penyerbuan GAM, bila wartawan memaknai sebagai upaya mengganggu perjanjian damai, maka dalam teks berita

biasanya dijumpai serangkaian pilihan moral. Misalnya “GAM adalah kelompok yang tidak cinta damai dan pengganggu stabilitas”

- **Menekankan Penyelesaian**

Penyelesaian apa yang ditawarkan media untuk mengatasi masalah itu. Kadang kala memprediksikan hasilnya. Misalnya media menganggap bahwa aksi demonstrasi mahasiswa adalah wajar.

2.3 Tabel Aspek Framing Entman

Seleksi Isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
Penonjolan Aspek Tertentu dari Isu	Aspek ini berhubungan dengan penuisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagian mana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak

2.2.3.2 Analisis Framing William Gamson dan Andre Modigliani

Framing menurut Gamson dan Modigliani dianggap sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dalam menulis berita. Cara pandang itu akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan kemana arah berita tersebut. Cara pandang inilah yang disebut Gamson dan Modigliani sebagai kemasan. Kemasan ini merupakan rangkaian ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

2.2.3.3 Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita. Pan dan Kosicki mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi tersebut membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global.

2.4 Tabel Framing menurut Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT <i>FRAMING</i>	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline, lead, latar</i> informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	1. Kelengkapan berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	1. Detail 2. Maksud kalimat, hubungan 3. Nominalisasi antarkalimat 4. Koherensi 1. Bentuk kalimat 2. Kata ganti	Paragraf, proposisi
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	1. Leksikon 2. Grafis 3. Metafor	Kata idiom, gambar/foto, grafik

2.5 Tabel Definisi *framing* menurut para ahli

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William Gamson dan Andre Modigliani	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, dan menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Sumber: Eriyanto (2002:67-68)

Beberapa model *framing* di atas memiliki kesamaan, yaitu membahas bagaimana media membentuk konstruksi atas realitas, menyajikannya, dan menampilkan kepada khalayak. Sementara yang menjadi pembedanya di antara model-model tersebut diantaranya; model Entman, tidak merinci secara detail elemen retorik. Meskipun dalam

tingkatan analisisnya mereka menunjukkan bagaimana kata, kalimat atau gambar dapat dianalisis sebagai bagian integral memahami *frame*, tetapi mereka tidak mengajukan gambaran detail mengenai elemen retorik tersebut. Model mereka terutama bergerak pada level bagaimana peristiwa dipahami dan bagaimana pemilihan fakta yang dilakukan oleh media. Pada model Gamson, yang banyak ditekankan adalah penandaan dalam bentuk simbolik baik lewat kiasan maupun retorika yang secara tidak langsung mengarahkan perhatian khalayak. Model Pan dan Kosicki banyak diadaptasi pendekatan linguistik dengan memasukkan elemen seperti pemakaian kata, menulis struktur dan bentuk kalimat yang mengarahkan bagaimana peristiwa dibingkai media.

2.2.4 Media dan Politik

Media membantu manusia dalam memperoleh informasi tentang benda, orang, dan tempat yang tidak dialami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk dijamah semuanya, dan media massa datang menyampaikan berbagai pesan tentang lingkungan sosial dan politik (Arifin, 2011:157).

Sesungguhnya media adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dalam menyatakan gagasan, isi jiwa, atau kesadaran manusia. Dalam hal itu, media dapat dibagi ke dalam tiga bentuk, *pertama*, media yang menyalurkan ucapan, termasuk juga yang berbunyi yang hanya dapat ditangkap oleh telinga. *Kedua*, media yang menyalurkan tulisan, dan hanya dapat ditangkap oleh mata. *Ketiga*, yang menyalurkan gambar hidup, dan dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus.

Media massa bukan hanya sebagai alat menyalurkan pesan, tetapi juga adalah lembaga sosial dan lembaga bisnis. Media massa memiliki sejumlah fungsi sosial yang berkaitan dengan politik (Arifin, 2011:160):

1. Fungsi informasi
2. Fungsi mendidik
3. Fungsi hiburan
4. Fungsi menghubungkan
5. Fungsi kontrol sosial
6. Fungsi membentuk pendapat umum

Selain itu, Charles Wright dalam Arifin (2011:160) sebagai tokoh aliran bifungsional, menyebut empat fungsi media massa dalam masyarakat:

1. Fungsi pengawasan lingkungan
2. Fungsi hubungan
3. Fungsi hiburan
4. Fungsi transmisi kultural

Dengan adanya fungsi sosial dan fungsi ekonomis itu, media massa bukanlah suatu entitas yang pasif seperti robot yang hanya mendistribusikan pesan, tetapi aktif, selektif, dan kritis. Hal itu terjadi karena media massa sebagai suatu institusi yang memiliki kepentingan sendiri dan bahkan memiliki pemikiran dan idealisme (ideologi) sendiri secara independen (Arifin, 2011:160).

Miriam Budiardjo (2008: 13) mengatakan bahwa politik merupakan usaha seseorang untuk menggapai kehidupan yang lebih baik. Politik penting karena

berguna untuk mengatur masyarakat dalam berkehidupan yang kolektif dimana sumber daya alam itu terbatas.

Dukungan media terhadap suatu aktifitas politik tidak hanya didasarkan pada asumsi besarnya suatu peristiwa politik, tetapi juga nilai politik dari peristiwa tersebut. Nilai politik itu terutama berkaitan dengan kepentingan media sendiri dan kepentingan masyarakat sebagai konsumen atau publik dari media tersebut (Arifin, 2011:160-161).

DeFleur/Dennis dalam Arifin (2011: 162) mengungkapkan pengendalian agenda politik media massa dapat berasal dari dunia politik atau dunia ekonomi. Setiap institusi media massa memiliki kepribadian masing-masing, yang kemudian melahirkan politik media massa yang diturunkan menjadi politik redaksi atau kebijaksanaan redaksi. Hal itu yang selanjutnya menentukan agenda politik sebuah media massa yang dapat menguntungkan atau merugikan politikus atau partai politik tertentu, karena media massa memiliki kekuatan memengaruhi khalayak, terutama dalam pembentukan citra dan opini publik (Arifin, 2011:163)

Untuk melaksanakan agenda politik tersebut, Hamad dalam Arifin (2011: 165) mengemukakan ada tiga hal yang dapat dilakukan oleh media massa, yaitu (1) menggunakan simbol-simbol politik, (2) melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing*), serta (3) melaksanakan fungsi agenda setting. Sehingga suatu peristiwa politik akan dikonstruksi oleh masing-masing media massa, sesuai dengan agenda politiknya, sehingga realitas politik yang dikonstruksi oleh setiap media massa, dengan sendirinya bukan realitas sebenarnya, melainkan “realitas bentukan” atau “rekayasa”.

Medan wacana yang digunakan dalam penelitian ini untuk memberitakan Rakernas PDIP kepada masyarakat adalah majalah.

2.2.5 Majalah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), majalah memiliki arti terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dsb.

Majalah adalah sebuah media publikasi yang memuat artikel – artikel dari berbagai penulis. Selain memuat artikel, majalah merupakan media opini, sehingga dalam sebuah majalah terdapat tulisan-tulisan mengenai opini atau pendapat-pendapat, pandangan-pandangan seseorang mengenai sesuatu yang tentunya berkaitan dengan masalah-masalah yang terjadi di masyarakat.

Mulanya, majalah muncul karena kebutuhan masyarakat akan informasi beragam yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Maka tak heran banyak berbagai ragam majalah beredar saat ini, yang disesuaikan dengan segmentasinya. Majalah dapat dibedakan menurut pembaca pada umumnya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya. Majalah terbit lebih jarang daripada surat kabar, sehingga majalah dapat menelaah persoalan-persoalan dan keadaan yang lebih hati-hati dan mendalam.

Sebagai media komunikasi, majalah mempunyai sifat-sifat khusus yang tidak dimiliki oleh media komunikasi yang lain, antara lain:

1. Khalayak yang diterpa bersifat aktif, tidak pasif seperti bila mereka diterpa media radio, televisi, atau film. Pesan melalui pers majalah diungkapkan

dengan huruf-huruf mati, yang baru menimbulkan makna bila khalayak menggunakan tatanan mentalnya secara aktif.

2. Terekam, artinya artikel-artikel dalam majalah tersusun dalam alinea, kalimat, dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf yang tercetak pada kertas. Dengan demikian setiap peristiwa atau hal-hal yang di beritakan terekam sehingga dapat dibaca setiap saat dan di dokumentasikan, di ulang kali, disimpan untuk kepentingan tertentu dan dapat di jadikan sebagai bukti.

Menurut Onong Uchjana Efendy majalah hadir memuat tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca akan bertambah pengetahuannya. Ia menambahkan, ada 4 fungsi dari majalah, antara lain:

1. Fungsi menyiarkan (to inform).
2. Fungsi mendidik (to educate).
3. Fungsi menghibur (to entertain).
4. Dan fungsi mempengaruhi (to influence).

Dari beberapa penjabaran tentang *framing* di atas, penulis mencoba menggunakan analisis Robert Entman yang melihat framing dari dimensi seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Metode ini dirasa paling sesuai untuk digunakan dalam topik yang penulis pilih karena Majalah TEMPO menyeleksi sekian banyak isu perihal rakernas beberapa partai, dan mengusung topik rakernas PDIP, untuk menonjolkan aspek-aspek

tertentu, dalam hal ini sosok Jokowi. Sementara kita tahu bahwa pemosisian aktor dalam wacana berita surat kabar berkaitan erat dengan ideologi.

Penulis melihat bahwa ada penonjolan sosok Jokowi pada rubrik laporan utama Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013. Untuk melihat secara jelas terkait penonjolan tersebut, ada suatu cara untuk membedahnya, yaitu dengan analisis wacana. Menurut Aris Badara, sorotan utama analisis wacana ialah perepresentasian, bagaimana seseorang, kelompok, atau segala sesuatu ditampilkan melalui bahasa. Bahasa dalam penelitian ini dimaknai sebagai sesuatu yang tidak netral, tetapi sudah tercelup oleh ideologi yang membawa muatan kekuasaan tertentu. Melalui bahasa, seseorang atau kelompok ditampilkan atau didefinisikan.

UMN

2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sosok Jokowi yang ramai diperbincangkan
Rakernas PDIP di Ancol pada 6-8 September 2013
Pemberitaan di media massa khususnya Majalah TEMPO
Sosok Jokowi dalam wacana Majalah TEMPO edisi 9-15 September 2013
Penonjolan sosok Jokowi pada rubrik Opini dan Laporan Utama

Analisis wacana dengan metode Framing Robert N. Entman

Seleksi Isu

Penonjolan Aspek Tertentu

Sosok Jokowi sebagai calon presiden dari PDIP dalam Rakernas PDIP
pada Majalah TEMPO

UMN