



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

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Analisis Framing dalam Penyajian Berita pada Surat Kabar Mercusuar

Sub bab ini akan menjelaskan mengenai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, yang berkaitan dengan kajian mengenai konflik dan analisis *framing* model Robert N. Entman.

Penelitian mengenai pemberitaan media massa telah banyak dilakukan sebelumnya, salah satunya oleh Dede Drajat dari Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Surabaya. Penelitian yang dilakukan Dede berjudul “Studi Analisis Framing Isu Konflik Dalam Penyajian Berita Pada Surat Kabar Mercusuar”. Dede merumuskan masalah mengenai bagaimana harian Mercusuar membingkai isu konflik agama di Palu dalam teks pemberitaannya dan dengan cara apa konstruksi ini kemudian dibentuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *framing* dengan teknik analisis data dari tipologi *framing* model Robert N. Entman. Hasil penelitian itu menunjukkan harian Mercusuar berpegang pada kaidah-kaidah jurnalistik, seperti menunjukkan kebenaran, isi berita yang berimbang, objektif, serta faktual. Dari teori realitas media, nampak bahwa Mercusuar telah berusaha

menerjemahkan realitas sesungguhnya, dalam arti peristiwa yang terjadi sebenarnya.

Ada perbedaan dalam penelitian yang penulis lakukan dan penelitian yang dilakukan oleh Dede. Yaitu, Dede menggunakan isu konflik agama, sedangkan penulis lebih menyorot pada konflik kepentingan antara pemerintah dengan organisasi kemasyarakatan (sipil).

2.1.2 Konstruksi Berita dalam Harian Surat Kabar Media Indonesia dan Kompas

Penelitian yang dilakukan oleh Albertus Magnus Prestianta, alumni Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, berjudul “Konstruksi Berita Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Terkait Dugaan Penyalahgunaan Kekuasaan dalam Harian Surat Kabar Media Indonesia dan Kompas”.

Ada beberapa kesamaan yang ada dalam penelitian ini dan penelitian yang penulis lakukan. *Pertama*, masalah yang dibahas berkaitan dengan penyalahgunaan kekuasaan yang dekat sekali kaitannya dengan konflik kepentingan. *Kedua*, sama-sama menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman.

Namun dalam hal ini ada pula perbedaannya. Albertus menganalisis teks berita pada dua surat kabar berbeda, sedangkan penulis melakukan penelitian dan analisis pada satu surat kabar saja.

Hasil penelitian yang dilakukan Albertus menunjukkan adanya perbedaan konstruksi pemberitaan dua surat kabar tersebut. *Media Indonesia*

lebih menekankan pemberitaan ke arah politik semata, sedangkan *Kompas* lebih menekankan ke ranah politik yang tidak dapat dilepaskan dari urusan moral.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Konstruksi Sosial

Bahasa mampu menjadi instrumen konseptual dan alat narasi bagi manusia dalam melihat dan menanggapi realitas sosial. Bahasa merupakan unsur primer dalam mengonstruksikan realitas. Jika tidak ada bahasa, maka tidak ada berita, cerita atau pun ilmu pengetahuan (Sobur, 2009:91).

Di dalam bukunya yang berjudul *Konstruksi Sosial Media Massa*, Burhan Bungin menyatakan bahwa pemakaian istilah ‘konstruksi atas realitas sosial’ diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui buku berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Proses sosial digambarkan melalui tindakan dan interaksi, di mana seorang individu menciptakan suatu realitas secara kontinum yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin,2008:13).

Konsepsi Berger dan Luckmann terhadap realitas sosial dijelaskan dengan cara memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak kita

sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas itu nyata.

Menurut mereka, terjadi mekanisme dialektis antara berbahasa dan bernalar dengan dialog sebagai cara untuk menyelidiki suatu masalah; antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Berger dan Luckmann menjelaskan tiga tahap proses dialektis pemahaman terhadap suatu realitas, sebagaimana dikutip oleh Eriyanto melalui bukunya yang berjudul *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, yaitu:

1. Eksternalisasi

Adalah suatu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia selalu mencurahkan diri ke tempat di mana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai yang terlepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia— dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia. Tahap eksternalisasi berlangsung ketika produk sosial tercipta di dalam masyarakat, kemudian individu menyesuaikan diri ke dalam dunia sosio-kulturalnya sebagai bagian dari produk manusia (Bungin, 2008:16).

2. Objektivitas

Adalah hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil dari eksternalisasi itu misalnya, manusia menciptakan alat demi mempermudah hidupnya,

atau kebudayaan non-material dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi. Objektivitas bisa terjadi melalui penyebaran opini. Bahasa memiliki peranan penting dalam objektivitas. Bahasa merupakan alat simbolis untuk mensignifikasi di mana logika ditambahkan secara mendasar pada dunia sosial yang diobjektivasi. Bahasa digunakan untuk mensignifikasi makna-makna yang dipahami sebagai pengetahuan yang relevan dengan masyarakat (Berger dan Luckmann, 1990:100). Jadi, dengan demikian yang terpenting dalam tahap objektivikasi ini adalah melakukan signifikasi, memberikan tanda bahasa dan simbolisasi terhadap benda yang disignifikasi (Bungin,2008:18).

3. Internalisasi

Adalah penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat. Internalisasi secara umum (Bungin, 2008:19) merupakan dasar; *pertama*, bagi pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain; *kedua*, bagi pemahaman mengenai dunia sebagai suatu yang maknawi dari kenyataan sosial. Pemahaman ini dimulai dengan individu “menggambil alih” dunia di

mana sudah ada orang lain. Dalam proses “mengambil alih” itu, individu dapat memodifikasi dunia, bahkan secara kreatif dapat menciptakan ulang dunia.

(Eriyanto, 2002:14-15)

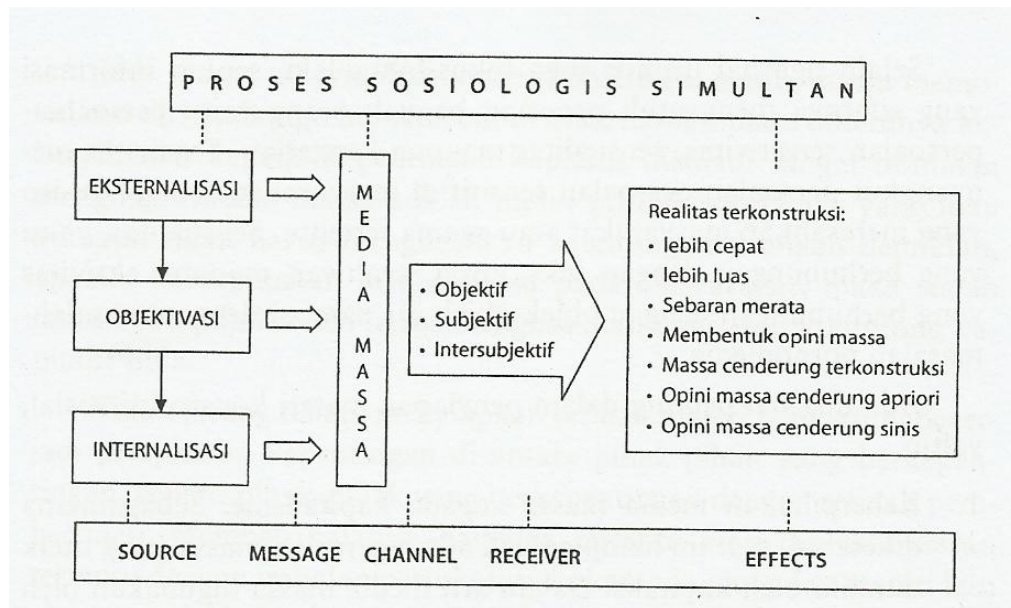
Franz M. Parera seperti yang dikutip oleh Burhan Bungin (2008:15) menambahkan bahwa tiga momen (eksternalisasi, objektivitas dan internalisasi) itu memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang merupakan hasil ciptaan manusia.

Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksikan. Dengan pemahaman semacam ini, realitas dapat diasumsikan berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang memiliki pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Sebut saja mengenai isu polemik UU Ormas.

2.2.2 Konstruksi Sosial atas Realitas Media Massa

“Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa.” (Bungin,2008:194)

Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah sebagai koreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efeknya.



Gambar 1

Proses Konstruksi Sosial Media Massa (sumber: Burhan Bungin, 2008:195)

Proses simultan yang digambarkan di atas muncul setelah melalui beberapa tahap. Dari konten sosial media massa, dan proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap berikut (Bungin, 2008:195-201):

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi.

Redaksi dalam media massa bertugas untuk menyiapkan materi konstruksi sosial media massa. Tugas tersebut didistribusikan pada *desk* editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki *desk* berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi media. Isu-isu penting menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan dengan hal-hal berikut, yaitu kedudukan (jabatan, pejabat, dan kinerja birokrasi dan layanan publik), harta (kekayaan, kemewahan materi, termasuk juga persoalan korupsi), perempuan (aurat, wanita cantik dan segala macam aktivitas mereka), menyentuh

perasaan banyak orang, sensitivitas (isu yang meresahkan masyarakat atau agama tertentu), dan sensualitas (seks, pronografi).

Terdapat tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial, yaitu:

- 1) Keberpihakan media massa pada kapitalisme. Hampir tidak ada media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Media massa digunakan sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.
- 2) Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya juga untuk “menjual berita” demi menaikkan oplah atau *rating*.
- 3) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum terlihat dari visi setiap media massa. Visi dan slogan dari masing-masing media tetap terdengar akan tetapi tak pernah menunjukkan jati diri sebenarnya.

Keberpihakan kepada kapitalis lebih dominan. Tujuannya untuk mencari keuntungan. Sehingga tidak jarang dalam menyiapkan sebuah materi pemberitaan, banyak kepentingan yang mempengaruhi pemberitaan tersebut.

2. Tahap sebaran konstruksi.

Tahap sebaran konstruksi konkritnya adalah pada strategi media.

Akan tetapi prinsipnya sama, yaitu *real time*. Setiap jenis media

memahami prinsip *real time*-nya masing-masing. Media elektronik tentunya bersifat *live*, langsung seketika itu juga. Sedangkan media cetak, termasuk surat kabar, melihat konsep *real time* hubungannya pada terbitan harian, mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang tertunda, namun aktualisasi menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Tahap sebaran konstruksi mengacu pula pada wilayah sebaran berdasarkan segmentasi. Bagi yang suka olahraga tentunya berbeda segmen dengan mereka yang lebih memilih peralatan kecantikan. Pilihan sumber informasi juga disesuaikan dengan pemetaan kekuasaan oleh sumber informasi itu dimasyarakatnya.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas.

1) Tahap pembentukan konstruksi realitas adalah tahap selanjutnya setelah sebaran konstruksi. Pemberitaan dianggap telah sampai pada pembaca/pemirsa sehingga terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi realitas membenaran; *kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga*, sebagai pilihan konsumtif.

Tahap pertama, adalah konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang tersaji di media sebagai sebuah realitas kebenaran.

Tahap kedua, adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya yang memberikan kesempatan pada media massa untuk mengkonstruksi pikirannya.

Tahap ketiga, adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara *habit* tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian hidup yang tak terlepas.

2) Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model. *Pertama*, model *good news*; *kedua*, model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya. Model *bad news* adalah kebalikan dari *good news*. Dalam model ini objek pemberitaan cenderung diberitakan citra buruk sehingga terkesan lebih buruk, lebih jelek dari sesungguhnya.

4. Tahap konfirmasi.

Tahapan ini terjadi ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media,

tahapan ini penting sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasan konstruksi sosial. Sedangkan bagi pembaca/pemirsa, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan keterlibatan mereka dalam proses konstruksi sosial.

Sejumlah alasan yang digunakan dalam konfirmasi, umpamanya: pribadi yang jauh dari media akan menjadi pribadi yang kehilangan informasi, oleh karena itu ia akan selalu terlambat meraih kesempatan dan berubah; kedekatan dengan media ada kaitannya dengan *lifestyle* orang modern; media massa hadir sebagai sumber pengetahuan yang selalu bisa diakses.

Wartawan dari masing-masing institusi media pasti memiliki pandangan yang berbeda satu sama lain. Salah satu wartawan mungkin menganggap bahwa isu tersebut adalah isu yang luar biasa, karena dilihat dari sumbernya yang terpercaya. Wartawan lain mungkin saja menganggap isu tersebut hanyalah isu biasa, yang tidak memiliki nilai berita. Semua itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita.

2.3 Konsep Berita

AS Haris Sumadiria (2005:65) mendefinisikan berita sebagai, “sebuah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media *on line* internet.”

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori: berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*) (Sumadiria, 2005:66). Berita berat menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian seperti kebakaran, gempa bumi, kerusuhan dan Korupsi Kolusi Nepotisme (KKN). Sedangkan berita ringan, sesuai dengan namanya, menunjuk pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur ketertarikan manusia (*human interest*).

Sebuah berita memiliki kriteria umum nilai berita (*news value*). Kriteria umum nilai berita ini yang kemudian menjadi pedoman jurnalis untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita. Selanjutnya, Haris Sumadiria menjabarkan kriteria umum nilai berita (Sumadiria, 2005: 80-91):

1. Keluarbiasaan (*unusualness*), yaitu sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah sesuatu peristiwa biasa. Berita adalah suatu peristiwa yang luar biasa.
2. Kebaruan (*newness*), yaitu berita adalah apa yang terbaru. Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru, seperti sepeda motor baru, mobil baru, gedung baru, gubernur baru, presiden baru. Semua hal baru apapun namanya.
3. Akibat (*impact*), yaitu berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat.
4. Aktual (*timeliness*), yaitu berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana aktual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau sedang terjadi. Sesuai dengan definisi jurnalistik, media massa haruslah memuat atau

menyiarkan berita-berita aktual yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

5. Kedekatan (*proximity*), yaitu berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti, kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kewajiban seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.
6. Informasi (*information*), yaitu berita adalah informasi. Tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita tidak layak untuk dimuat, disiarkan atau ditayangkan media massa.
7. Konflik (*conflict*), yaitu berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan/konflik. Konflik atau pertentangan, merupakan sumber berita yang tak pernah kering dan tidak akan pernah habis. Selama orang menyukai dan menganggap penting olah raga, perbedaan pendapat dihalalkan, demokrasi dijadikan acuan, kebenaran masih diperdebatkan, peperangan masih terus berkecamuk di berbagai belahan bumi, dan perdamaian masih sebatas angan, selama itu pula konflik akan menghiasi halaman surat kabar, mengganggu pendengaran karena disiarkan di radio, menusuk mata karena selalu ditayangkan di televisi.

8. Orang penting (*public figure, news maker*), yaitu berita adalah tentang orang penting, orang-orang terkemuka, di mana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita. (*names make news*).
9. Kejutan (*surprising*), yaitu berita adalah kejutan. Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, tidak diketahui sebelumnya.
10. Ketertarikan manusia (*human interest*), yaitu *news is interesting*. Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok orang atau bahkan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya. Hanya karena naluri, nurani dan suasana hati kita merasa terusik, maka peristiwa itu tetap mengandung nilai berita. Para praktisi jurnalistik mengelompokkan kisah-kisah *human-interest* ke dalam berita ringan, berita lunak (*soft news*).
11. Seks (*sex*), yaitu berita adalah seks. Seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan pasti menarik dan menjadi sumber berita. Perempuan identik dengan seks. Dua sisi mata uang yang tak terpisah, selalu menyatu. Para praktisi jurnalistik berteori: media massa tanpa seks dengan segala dimensi dan manifestasinya, sama saja seperti bulan tanpa bintang, pohon

tanpa daun, kolam tanpa ikan, sungai tanpa air. Sesuatu yang mustahil.

Isu polemik UU Ormas merupakan berita yang layak untuk dimuat di surat kabar. Hal ini dikarenakan terdapat elemen konflik di dalamnya yang sekian lama tidak dapat diselesaikan oleh kedua belah pihak (pemerintah dan ormas).

Nilai-nilai berita tersebut bukan hanya menentukan peristiwa yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. **Eriyanto (2007:105)** berpendapat bahwa nilai berita itu bukan hanya menjadi ukuran dan standar kerja, melainkan juga telah menjadi ideologi dari kerja wartawan.

Dalam pendekatan konstruksionis, berita bukan refleksi dari realitas. Berita hanyalah konstruksi dari realitas. **Eriyanto (2002:25)** menggambarkan berita ibarat sebuah drama. “Berita bukan menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa.”

Berita yang ada di media mungkin tidak selalu bisa objektif. Hal ini sangat wajar, karena berita dipengaruhi dengan pemilik media, nilai-nilai media, serta nilai-nilai yang dianut wartawan dan jajaran redaksi di dalamnya. Oleh sebab itu, berita yang ada di dalam media massa sangat bisa dibilang mencerminkan sikap dari media massa itu sendiri. Apalagi bila peristiwa yang di angkat berkaitan dengan konflik. Hal yang sensitif seperti ini tidak cukup hanya mengandalkan reporter saja. Ada ketentuan redaksi yang dipakai sebagai pandangan dan sikap dari media terhadap peristiwa yang berkaitan dengan konflik tersebut.

Terhadap konflik pun media massa memiliki kepentingan tertentu. Ketika menemui konflik, media massa bisa berperan sebagai sumber informasi yang hendak menjadi corong kepentingan masyarakat atau pun berperan hanya menjadi pedagang informasi yang tidak memiliki kepentingan pribadi dan sama sekali tidak berhubungan dengan kepentingan publik.

2.4 Framing

Banyak kejadian-kejadian yang bisa dijadikan berita. Namun, ada kejadian yang diberitakan ada yang tidak. Ada yang menganggap penting ada yang tidak menganggap sebagai berita. Ada peristiwa yang dimaknai berbeda, dan wawancara dengan orang yang berbeda, dengan perhatian yang berbeda. Semua kenyataan ini menyadarkan bahwa media sangatlah subjektif.

Alex Sobur (2001:161-162) menjelaskan, gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955, “mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.”

Tentang proses konstruksi realitas, prinsip setiap upaya “menceritakan” sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksi realitas. Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan (Hamad,2004:11). Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi wacana yang bermakna.

Dalam mengkonstruksi realitas, bahasa adalah unsur yang utama. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi (Hamad,2004:12). Tanpa bahasa maka tidak ada cerita, berita maupun pengetahuan. Sehingga menjadi jelas bahwa seluruh media menggunakan bahasa sebagai instrumen pokok penyampaian berita.

Media massa adalah sarana untuk memperoleh dan menyebarkan informasi. Informasi berupa berita tersebut merupakan hasil kerja para pekerja media. pada level organisasi media seperti peranan yang diemban pekerja media, struktur dan bentuk dari organisasi serta tujuan utama dari organisasi media yang berkaitan dengan kepentingan ekonomi sangat besar pengaruhnya terhadap produksi media. selain itu, kekuasaan organisasi media terletak pada pemiliknya. Sebagai pihak yang menentukan dan mendorong pelaksanaan kebijakannya, pemilik modal memiliki pengaruh yang besar terhadap produksi berita.

U
M
M
N

2.4.1 Konsep Framing

Terdapat beberapa definisi konsep framing yang disampaikan oleh para ahli. Menurut mereka, pengertian framing adalah sebagai berikut (Eriyanto, 2002:67-68):

Tabel 1.
Konsep 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 lain.
William A. Gamson	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 (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Hal itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Sumber: Eriyanto, 2002, hlm: 67-68

Berikut adalah model framing dari masing-masing tokoh yang sudah disebutkan di tabel atas:

Konsepsi framing dari Entman menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. Dimulai dari seleksi isu

hingga penonjolan aspek tertentu oleh media. *Define problems* adalah elemen pertama yang digunakan pertama kali untuk melihat *master frame*. Bagaimana wartawan melihat isu atau peristiwa. Elemen kedua adalah *diagnose causes*. Elemen ini digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Elemen ketiga adalah *make moral judgement*. Elemen ini dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Elemen yang terakhir adalah *treatment recommendation*. Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih wartawan untuk menyelesaikan masalah (Eriyanto,2002:189-192).

Menurut William A. Gamson, sebuah frame mempunyai struktur internal. Pada titik ini ada sebuah pusat organisasi atau ide, yang membuat peristiwa menjadi relevan dan menekankan suatu isu. Gamson melihat wacana berita yang dimunculkan media terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk. Kemasan tersebut, dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang mengorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan-muatan di balik isu atau peristiwa. Keberadaan dari suatu kemasan terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat wacana—seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu, proposisi dan sebagainya. Semua elemen dan struktur wacana tersebut mengarahkan pada ide tertentu dan mendukung ide sentral dari suatu berita (Eriyanto,2002:223-225).

Ada dua perangkat bagaimana ide sentral ini diterjemahkan dalam teks berita. Pertama, *framing device* (perangkat framing). Perangkat ini

berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat framing ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar dan metafora tertentu. Kesemua elemen tersebut dapat ditemukan dan ditandai serta merujuk pada gagasan atau ide sentral tertentu. Kedua, *reasoning device* (perangkat penalaran). Kalau yang pertama berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat atau metafora tertentu yang menunjuk pada gagasan tertentu maka perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu. Sebuah gagasan tidak hanya berisi kata atau kalimat, sebuah gagasan juga ditandai dengan dasar pembenar tertentu, alasan tertentu. Dasar pembenar atau penalaran tersebut lebih jauh membuat pendapat atau gagasan tampak benar, absah dan demikian adanya (Eriyanto,2002:227).

Framing menurut Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki, mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks (Sobur,2009:175).

Struktur sintaksis bisa diamati dari bagan berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa. Dapat diamati dari bagan berita—*headline* yang dipilih, *lead* yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip. Struktur skrip melihat bagaimana

strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Kemudian struktur tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar, yang dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu (Sobur,2009:176).

Dapat disimpulkan bahwa setiap konsep framing yang diutarakan oleh masing-masing ahli adalah berbeda. Robert N. Entman mengkonsepkan framing untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media. William A. Gamson mengkonsepkan framing sebagai gugusan ide-ide atau cara bercerita yang tersusun sedemikian rupa yang membentuk makna dari peristiwa yang berkaitan dengan wacana. Menurut Gamson, wacana media terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana sebuah realita dibentuk.

Berbeda halnya dengan Pan dan Kosicki. Pan dan Kosicki menyatakan bahwa ada strategi dalam mengkonstruksi realitas sehingga khalayak lebih tertuju pada realitas bentukan media. Menurut mereka, hal ini tidak bisa lepas dari pada dua konsepsi penting, konsepsi psikologis (bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya) dan konsepsi sosiologis (bagaimana seseorang secara kognitif menafsirkan peristiwa menurut cara pandangnya). Sehingga konsep framing di sini dipahami sebagai proses seseorang mengklarifikasi, mengorganisasi dan menafsirkan pengalamannya untuk mengerti dirinya dan realitas di luarnya.

2.4.2 Analisis framing

Dalam analisis framing, yang dilakukan pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Sehingga jelas bahwa analisis framing adalah metode analisis teks yang merupakan bagian dari paradigma konstruksionis (Eriyanto, 2002:37).

Selanjutnya, menggambarkan analisis framing secara sederhana adalah sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Seperti halnya ketika kita melihat lewat jendela, seringkali ada batasan pandangan yang menghalangi penglihatan kita saat melihat sesuatu di luar sana. Dalam berita, jendela itulah yang disebut dengan *frame* (bingkai). (Eriyanto, 2002:3-4)

Apa yang dilakukan oleh media, dengan memberitakan sebuah berita, menekankan isu tersebut dan menghilangkan aspek lain maka media sudah melakukan pembingkai. Pembingkai tersebut tentunya melalui proses konstruksi.

Dalam penelitian framing, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana realitas/peristiwa dikonstruksi oleh media. Lebih spesifik, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Dengan demikian, yang menjadi perhatian bukan apakah media memberitakan negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media.

Paradigma konstruktivis memiliki penilaian sendiri tentang bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Eriyanto (2002:19-36) menjelaskannya sebagai berikut:

Tabel 2.
Media dan berita dalam paradigma konstruktivis

Fakta	Fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran dari sebuah fakta bersifat relatif.
Media	Media adalah agen konstruksi. Media bukan hanya sekedar saluran bebas, tetapi sekaligus sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakan.
Berita	Berita bukan refleksi dari realitas, karena berita merupakan bentukan media dalam melihat peristiwa. Berita juga bersifat subjektif, sebab opini tidak dapat dihilangkan ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.
Wartawan	Wartawan bukan hanya pelapor, tetapi juga sebagai agen konstruksi realitas. Wartawan adalah partisipan yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.
Etika, moral dan keberpihakan wartawan	Aspek etika, moral dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Aspek-aspek tersebut adalah bagian integral yang tidak bisa dipisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas.
Etika, nilai dan pilihan peneliti	Nilai, etika dan pilihan moral adalah bagian yang tak terpisahkan dalam sebuah penelitian. Peneliti adalah entitas dengan berbagai nilai dan keberpihakan yang berbeda-beda. Objek penelitian yang sama akan menghasilkan penelitian yang berbeda di tangan peneliti yang berbeda pula.
Khalayak	Khalayak memiliki penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dengan pembuat berita. Khalayak dipandang sebagai pihak yang aktif.

Sumber: Eriyanto,2002, hlm: 19-35

Perspektif komunikasi menggunakan analisis framing untuk membedah cara-cara media saat mengkonstruksikan 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 (Sobur, 2009:162).

Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek tertentu (Sudibyo, 2001:186).

Eriyanto (2002:68) menegaskan inti dari konsep framing sebagai berikut, “framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut.”

Oleh karena itu wartawan memiliki peran aktif dalam mengkonstruksi realitas. Sebab wartawan adalah aktor yang berinteraksi langsung dengan peristiwa yang sedang ia hadapi. Lebih lanjut, Sudibyo (2009:227) menuturkan bahwa seorang wartawan, tidak hanya dibekali dengan pemahaman tentang *news value*, tetapi juga semacam *story line* yang mengkondisikannya melakukan seleksi dan reduksi atas begitu banyak peristiwa dan informasi yang secara cepat dan rutin harus mereka sajikan kepada publik.

Dalam setiap wacana yang ditulis wartawan, seperti yang sudah dijelaskan tentunya memiliki pemilihan isu dan penonjolan berita yang berbeda. Setiap surat kabar memiliki caranya masing-masing yang kemudian mempengaruhi penulisan sebuah berita. Seperti halnya pemberitaan polemik UU Ormas yang ditulis oleh surat kabar harian *KOMPAS*.

2.4.3 Aspek Framing

Menurut Eriyanto (2002:69-70), ada dua aspek dalam framing. Yang pertama yaitu proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta selalu terkandung dua kemungkinan yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang di buang (*excluded*). Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih *angle* tertentu, memilih fakta tertentu dan melupakan fakta lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lainnya.

Yang kedua, proses menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan perangkat tertentu: penempatan apa yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplikasi dan pemakaian kata yang mencolok, gambar dan sebagainya. Elemen menulis ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi lebih terlihat, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita untuk menjadi bermakna dan diingat

oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol dan mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

2.4.4 Framing dan Efek Framing

Framing berkaitan dengan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada khalayak. Dari kalimat di atas, efek framing sudah secara tersirat digambarkan. Framing memunculkan efek sederhana di mana realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu yang kemudian dikonsumsi oleh khalayak. Sehingga masyarakat tidak perlu lagi menggali informasi. Sebab informasi tersebut telah dikonstruksi dan dikontekstualkan untuk memudahkan pembaca.

Framing yang dilakukan media adalah semata-mata untuk menonjolkan sebuah isu. Hasil akhirnya adalah agar isu yang ditonjolkan oleh media membentuk opini masyarakat. Aspek yang ditonjolkan menjadi mudah dikenal oleh masyarakat pembaca sedangkan aspek yang tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Ketika media menonjolkan aspek tertentu, maka secara tidak langsung akan mengabaikan aspek lain. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya ada aspek lainnya yang tidak mendapatkan perhatian. Lalu, media memiliki kecenderungan dalam menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya. Misalnya saja demonstrasi mahasiswa yang diberitakan berujung pada kerusuhan. Karena media lebih menampilkan sisi kerusuhannya, aspek lain seperti tuntutan mahasiswa menjadi terlupakan.

Hal ini kemudian memunculkan kesan bahwa aksi mahasiswa hanyalah memunculkan kerusuhan. Berita seringkali juga memfokuskan pemberitaan pada aktor tertentu. Hal tersebut tidak salah, tetapi efek yang muncul adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin saja relevan dan sama pentingnya menjadi terlupakan (Eriyanto, 2002:141-142).

Media yang menampilkan, menonjolkan dan menekankan unsur tertentu dalam sebuah berita tentu saja akan mengarahkan opini publik. Seperti yang dikatakan Eriyanto (2002:142), bahwa framing berkaitan dengan opini publik. Karena isu tertentu ketika dikemas dengan bingkai yang berbeda bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas isu. Media massa menerapkan strategi agar khalayak memiliki pandangan yang sama atas isu yang dimunculkan oleh media. Dengan strategi tersebut maka khalayak dapat digerakkan dan dimobilisasi sehingga khalayak memiliki kesamaan pendapat dengan media.

Peristiwa-peristiwa tertentu yang dramatis dan diabadikan, ternyata mempunyai pengaruh pada bagaimana seseorang melihat suatu peristiwa. Sebuah peristiwa yang dramatis akan digambarkan secara dramatis pula oleh media. Pemunculan ikon tertentu secara berulang-ulang disebutkan, akan membentuk persepsi khusus pada ikon tersebut. W. Lance Bannet dan Regina G. Lawrence menyebutnya sebagai *news icon* (Eriyanto, 2002:150). Ikon yang dikonstruksi sedemikian rupa oleh media akan memunculkan persepsi khalayak tentang ikon tersebut sehingga menggiring khalayak pada ingatan tertentu.

Pemunculan berita polemik UU Ormas oleh media, menjadikan DPR sebagai ikon antagonis. Ikon yang dikonstruksi oleh media sedemikian rupa akan semakin mudah diingat oleh khalayak.

2.5 Kerangka Pemikiran

Di bawah ini merupakan kerangka pemikiran peneliti yang menggunakan pemberitaan terkait isu polemik UU Ormas pada dalam surat kabar harian *KOMPAS* :

Gambar 2
Kerangka Pemikiran

