



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

Dalam bagian ini, peneliti menyertakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan karakteristik penelitian, yaitu tentang konstruksi pemberitaan di media massa.

Penelitian yang dilakukan oleh Rafael Miku Beding, mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, di tahun 2014, dengan judul “Analisis Framing Berita Kasus Suap Impor Daging Sapi yang Dilakukan Oleh Mantan Presiden PKS di *Suara Pembaruan* dan *Republika* Tanggal 31 Januari – 7 Februari 2013”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkai berita kasus suap impor daging sapi yang dilakukan oleh mantan presiden PKS pada surat kabar *Republika* dan *Suara Pembaruan* yang keduanya merupakan media nasional. Alasan mengapa penelitian ini menjadi rujukan penelitian terdahulu adalah, kedua media nasional ini membingkai pemberitaan mengenai korupsi dengan menggunakan teknik analisis yang sama dengan peneliti.

Penelitian tersebut menggunakan tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk metode penelitian, peneliti menggunakan analisis *framing* model Robert Entman yang menjabarkan bahwa berita merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Entman juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

Penelitian tersebut memiliki hasil bahwa kedua media yang diteliti memiliki kesamaan dan perbedaan dalam membingkai peristiwa tersebut. Kasus daging impor yang diwartakan oleh kedua media ini menyimpulkan bahwa kasus ini merugikan warga negara dan wajib menjadi perhatian bagi para elit politik.

Perbedaan yang muncul adalah penekanan dalam menyajikan isi berita. Dalam *Suara Pembaruan*, Luthfi Hasan, selaku mantan presiden PKS digambarkan sebagai seseorang yang sangat superior hingga keputusan yang dibuatnya tidak ada yang menentang. Selain itu, Luthfi digambarkan sebagai pencoreng nama baik partai Islam. Sementara, pada *Republika*, Luthfi digambarkan sebagai seseorang yang mendapat musibah yang juga melanda partainya. Lebih jauh, *Republika* sebagai Koran berbasis Islam tampak melindungi citra partai Islam agar tidak menjadi hal yang buruk di mata masyarakat. Selain itu, *Republika* menggambarkan kasus ini sebagai momentum partai Islam untuk berbenah.

Perbedaan penelitian peneliti dengan Rafael adalah pada objek penelitian. Rafael menggunakan surat kabar *Republika* dan *Suara*. Sedangkan peneliti menggunakan harian *POS KOTA* dan *Media Indonesia*.

Salah satu penelitian lainnya adalah penelitian milik Yashinta Apriliasari Sadono, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sebelas Maret, Surakarta, di tahun 2013, yang berjudul “Pembingkaihan *Kompas* dan *Sindo* dalam menyajikan Berita Korupsi Simulator SIM (Analisis *Framing* Pada Pemberitaan Korupsi Di Surat Kabar *Kompas* dan *Sindo* Edisi Bulan Maret – April 2013)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media cetak khusus surat kabar harian *Kompas* dan *Sindo* edisi bulan Maret – April 2013 dalam membingkaikan berita tentang korupsi simulator SIM yang dilakukan oleh mantan Kakorlantas Irjen Polisi Djoko Susilo.

Dalam penelitiannya, Yashinta menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* Pan Kosicki, dengan empat tahapan yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.

Hasil dari penelitian tersebut adalah

1. Surat kabar harian *Kompas* menganggap berita korupsi simulator SIM yang dilakukan oleh Irjen Djoko Susilo merupakan berita yang layak dan menarik untuk dibaca oleh khalayak.
2. Surat kabar harian *Kompas* lebih kritis dalam membongkai berita dan memberikan penegasan pada penutup berita pemberitaan korupsi simulator SIM.
3. *Kompas* cukup netral dalam memberitakan korupsi simulator SIM, terlihat dari berbagai narasumber yang ditampilkan, mulai dari pihak tersangka, KPK, dan pengadilan. Namun, *Kompas* memberikan porsi lebih besar kepada KPK.
4. Pemberian judul pada harian *Kompas* terlihat lebih bombastis dalam menarik minat khalayak.
5. Wartawan harian *Kompas* menaati kebijakan editorial secara keseluruhan dan tidak memberitakan di luar konteks yang ditentukan oleh redaksi, yaitu informasi tentang korupsi simulator SIM.
6. Harian *Sindo* menggunakan bahasa yang ringan, santun, dan judul yang dipakai sangat sederhana sehingga mudah dipahami.
7. Dalam penelitian ini, unsur sintaksis paling menonjol. Terlihat dari munculnya banyak kutipan narasumber yang ditampilkan oleh wartawan. Selain itu unsur retorik juga terlihat dengan memberikan foto dan *caption* pendukung berita korupsi simulator SIM.
8. Surat kabar *Sindo* berusaha netral dalam pemberitaan korupsi simulator SIM. Porsi dari masing-masing narasumber yang seimbang dari pihak Djoko Susilo maupun KPK.

9. Wartawan koran *Sindo* menerapkan batasan yang ditentukan oleh redaksi. Batasan yang diliput bersangkutan dengan korupsi simulator SIM.

Perbedaan dari penelitian Yashinta dengan peneliti adalah pada teknik metode analisis data yang akan digunakan dan surat kabar yang diteliti. Yashinta menggunakan analisis Pan Kosicki, sedangkan peneliti menggunakan Robert N. Entman. Dilain pihak, Yashinta menggunakan surat kabar harian *Kompas* dan surat kabar harian *Sindo*, sementara peneliti menggunakan surat kabar harian *POS KOTA* dan surat kabar harian *Media Indonesia*.

2.2 Transportasi

Semakin besarnya sebuah kota dan penduduknya, maka semakin besar kebutuhannya. Salah satu kebutuhannya adalah transportasi. Selain dapat menjadi sarana perpindahan, transportasi juga dapat menjadi sarana pemersatu wilayah. Menurut Miro, (2005:4) transportasi adalah usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat yang lain, dimana ditempat lain objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan tertentu.

2.2.1 TransJakarta

TransJakarta merupakan lembaga yang mengelola unit Bus Rapid Transit (BRT) atau Busway. Bentuk dari lembaga tersebut yakni Badan Layanan Umum (BLU) yang diawasi oleh Dinas Perhubungan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. BLU Transjakarta bertanggung jawab untuk mengelola Busway yang meliputi perencanaan, pengoperasian dan pemeliharaan.

TransJakarta mulai beroperasi pada tanggal 15 Januari 2004 dan merupakan program unggulan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk pengembangan transportasi publik berbasis bus. Moda ini merupakan

pionir reformasi angkutan umum yang memprioritaskan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan keterjangkauan bagi masyarakat.

Sarana dan prasarana TransJakarta dirancang secara khusus untuk berfungsi sebagai sistem transportasi yang mampu mengangkut penumpang dalam jumlah cukup besar.

Infrastruktur, pengelolaan, pengendalian dan perencanaan sistem transportasi ini disediakan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta, sementara kegiatan operasional bus serta penerimaan pembayaran dari sistem tiket dilakukan secara kerjasama dengan pihak swasta.

Apabila diperhatikan, setiap tahunnya jumlah penumpang bus TransJakarta terus meningkat. Berdasarkan data Badan Layanan Umum (BLU) Transjakarta, tahun 2004 moda transportasi massa ini mampu mengangkut sebanyak 14.924.423 penumpang. Pada tahun 2005 bertambah menjadi 20.798.196 orang. Tahun berikutnya meningkat hingga 38.828.039 orang, sementara tahun 2007 menampung 61.439.961 penumpang.

Di tahun 2008 jumlah pengguna TransJakarta naik lagi ke angka 74.619.995 orang. Sementara pada 2009 kenaikan tidak begitu signifikan, yakni 75.158.675. Di tahun 2010, jumlah penumpang menjadi 86.937.287. Jumlah ini merangkak drastis di tahun 2011 sebanyak 32% yakni 114.783.774. Tahun selanjutnya mengalami penurunan penumpang hingga 96.908.313. Sama seperti tahun sebelumnya, tahun 2013 jumlah penumpang menyusut menjadi 72.142.436. Tahun 2014, hingga bulan Maret jumlah penumpang TransJakarta berada pada angka 12.226.986.

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang TransJakarta dari tahun 2004 hingga Maret 2014



2.2.1.1 Visi Misi & Logo

Visi

Busway sebagai angkutan umum yang mampu memberikan pelayanan publik yang cepat, aman, nyaman, manusawi, efisien, berbudaya, dan bertaraf internasional.

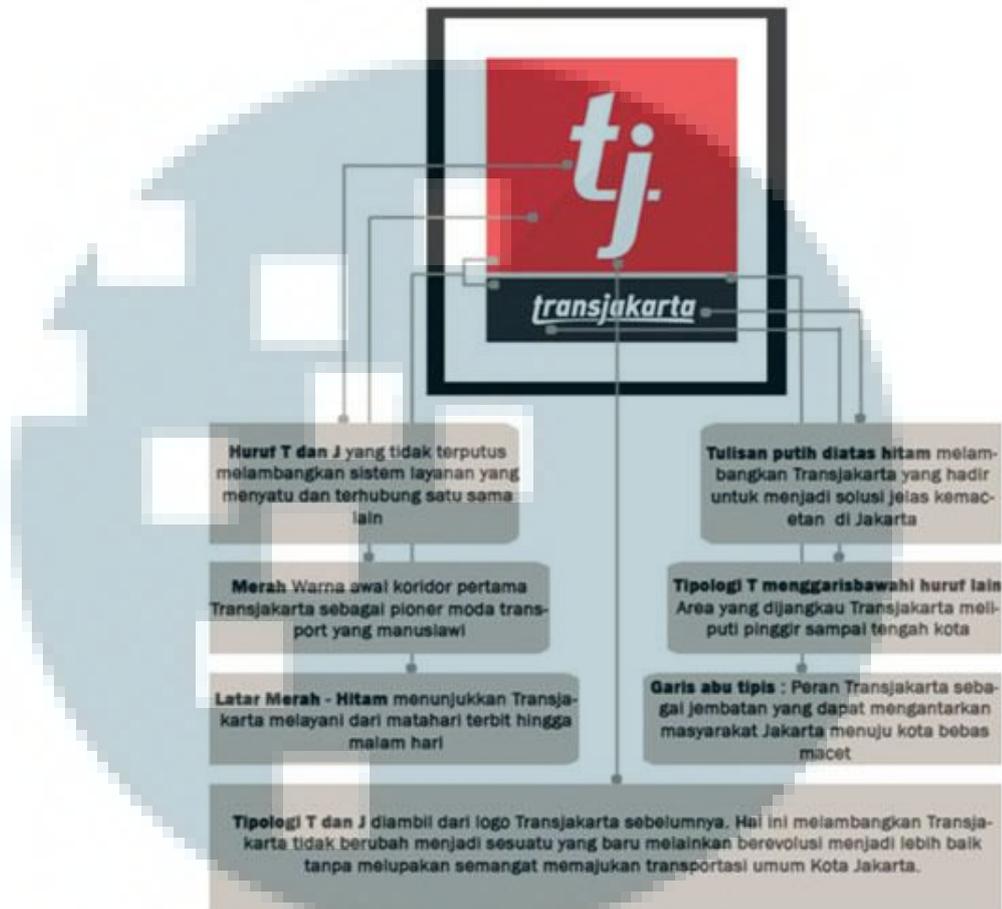
Misi

1. Melaksanakan reformasi sistem angkutan umum busway dan budaya penggunaan angkutan umum.
2. Menyediakan pelayanan yang lebih dapat diandalkan, berkualitas tinggi, berkeadilan, dan berkesinambungan di DKI Jakarta.

3. Memberikan solusi jangka menengah dan jangka panjang terhadap permasalahan di sector angkutan umum.
4. Menerapkan mekanisme pendekatan dan sosialisasi terhadap stakeholder dan sistem transportasi terintegrasi.
5. Mempercepat implementasi sistem jaringan busway di Jakarta yang sesuai dengan aspek kepraktisan, kemampuan masyarakat untuk menerima sistem tersebut dan kemudahan pelaksanaan.
6. Mengembangkan struktur institusi yang berkesinambungan.
7. Mengembangkan lembaga pelayanan masyarakat dengan pengelolaan keuangan yang berlandaskan good corporate governance, akuntabilitas, dan transparansi.

UMMN

Logo



Gambar 2.1 Logo dan Makna Logo TransJakarta

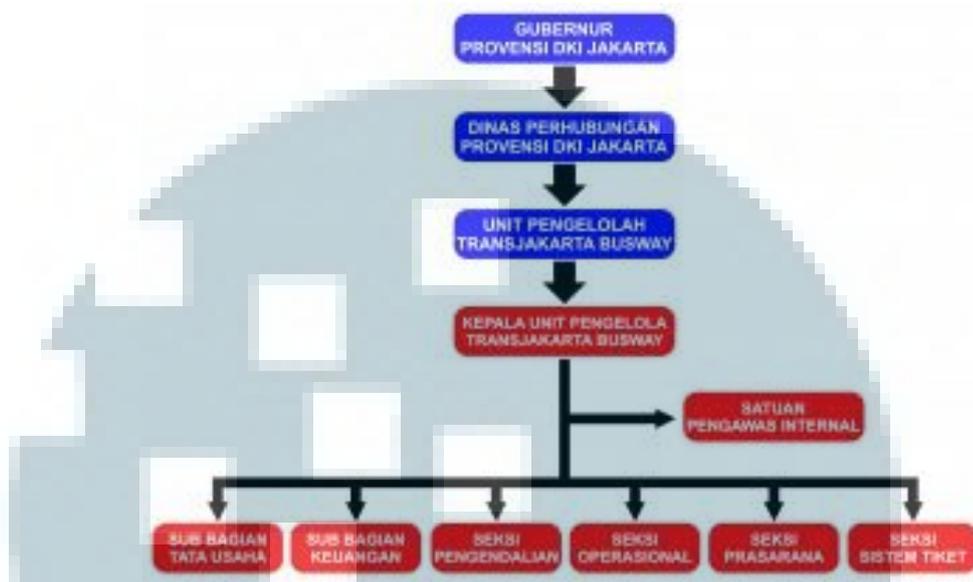
Makna pada logo TransJakarta adalah sebagai berikut:

1. Huruf T dan J yang terputus melambangkan sistem layanan yang menyatu dan terhubung satu sama lain.
2. Merah pada latar merupakan warna awal koridor TransJakarta sebagai pioner moda transportasi yang manusiawi.
3. Latar merah – hitam menunjukkan TransJakarta melayani dari matahari terbit hingga malam hari.

4. Tulisan putih diatas latar hitam melambangkan TransJakarta yang hadir untuk menjadi solusi jelas atas kemacetan di Jakarta.
5. Tipologi T menggarisbawahi huruf lain melambangkan area yang dijangkau meliputi pinggir hingga tengah kota.
6. Garis abu tipis menggambarkan peran TransJakarta sebagai jembatan yang dapat mengantarkan masyarakat Jakarta menuju kota bebas macet.
7. Tipologi T dan J yang diambil dari logo sebelumnya. Hal ini melambangkan bahwa TransJakarta tidak berubah menjadi sesuatu yang baru, melainkan berevolusi menjadi lebih baik tanpa melupakan semangat memajukan transportasi umum Kota Jakarta.

U M M N

2.2.1.2 Struktur



Gambar 2.2 Struktur TransJakarta

2.3 Komunikasi Massa

Salah satu konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi massa. Media cetak merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang sudah hadir sebelum munculnya televisi, radio, dan internet (*new media*). Bicara mengenai komunikasi massa tidak dapat lepas dari berbagai bentuk media tersebut yang merupakan media massa karena proses komunikasi massa bertujuan menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Bungin, 2004: 7).

Media massa yang dalam hal ini adalah media cetak merupakan komunikator, yang memberi informasi kepada pembacanya (komunikan). Informasi yang disampaikan melalui media massa disebut sebagai informasi massa, yaitu informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan begitu, semua informasi yang bersifat massa adalah milik publik, milik bersama (Bungin,

72: 2006). Berita mengenai kasus korupsi dalam pengadaan bus TransJakarta termasuk dalam informasi massa yang disebutkan oleh Bungin.

2.3.1 Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa berbeda dengan proses komunikasi lainnya, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi, antar kelompok, dan sebagainya. Pada komunikasi massa, pelaku komunikasinya melibatkan banyak mulai dari komunikator hingga komunikannya yang adalah audiens dalam jumlah banyak. Banyaknya pihak yang berpartisipasi pada komunikasi massa ini membuat proses komunikasinya menjadi kompleks.

Proses komunikasi massa menurut McQuail (1992: 33) adalah sebagai berikut

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Penyampaian informasi kepada masyarakat atau pemberitaan dalam jumlah yang luas dan diterima oleh massa yang besar pula.
2. Proses komunikasi massa dilakukan melalui model satu arah, dari komunikator kepada komunikan atau dari media kepada khalayak dan bentuk interaksi yang terjadi antara komunikan dengan komunikator sangat terbatas. Terbatas berarti proses arus informasi tetap didominasi oleh komunikator sebagai penyampai pesan. Interaksi dari komunikan tetap ada, namun tidak begitu signifikan, bahkan tidak berdampak banyak terhadap informasi dari komunikator.
3. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan. Hal tersebut menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Apabila terjadi kondisi emosional yang disebabkan

oleh pemberitaan dari komunikator, tidaklah berlangsung lama dan tidak permanen.

4. Proses komunikasi massa berlangsung secara impersonal (nonpribadi) dan anonim.
5. Proses komunikasi massa tergantung pada kebutuhan di masyarakat. Masyarakat memiliki peranan penting dalam informasi yang diusung oleh media. Karena kebutuhan masyarakat beragam, maka media akan menjadikan kebutuhan ini sebagai sesuatu yang menguntungkan untuk dipenuhi. Dengan demikian, agenda dari sajian-sajian yang ada di media massa juga sangat ditentukan oleh rating. Apabila tidak ada audiensnya, maka kemungkinan sajian dari sebuah media akan diganti dengan yang lain karena dianggap tidak disukai atau tidak sesuai dengan kebutuhan audiensnya. Di sisi lain, tidak ada audiens berarti tidak ada pemasukan dari iklan sehingga media dapat merugi.

2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Robert K. Merton mengemukakan bahwa komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yakni fungsi nyata (*manifest function*) dan fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), dalam kata lain fungsional dan disfungsional (Bungin, 2006: 78). Fungsi nyata dari media massa merujuk pada fungsi yang diinginkan, sedangkan fungsi tidak nyata adalah fungsi yang tidak diinginkan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat memiliki efek fungsional dan disfungsional.

Selain manifest function dan latent function, ada juga fungsi yang melahirkan fungsi-fungsi sosial lain (*beiring function*). Fungsi ini

mengatakan bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan individu atau masyarakat, maka individu maupun masyarakat itu sendiri akan mengubah fungsi-fungsi sosial yang ada. Contohnya pemberantasan korupsi yang dilakukan pemerintah yang bertujuan untuk membersihkan masyarakat dari praktik korupsi. Namun di sisi lain, tindakan pemberantasan korupsi yang tidak diikuti oleh perbaikan sistem justru akan menimbulkan ketakutan bagi aparatur pemerintah secara luas tentang masa depan mereka karena tindakannya akan selalu diawasi, ditakuti, dan ditindak (Bungin, 2006: 79). Tak adanya perbaikan sistem yang baik dan ketakutan justru akan melahirkan model-model korupsi baru yang lebih canggih.

Media massa juga mengalami hal serupa (*beiring*). Seperti pemberitaan mengenai bahaya pelecehan seks di angkutan umum di satu sisi dilihat sebagai informasi agar wanita bisa lebih selektif dalam berpakaian dan waspada akan kejahatan disekitarnya, namun di sisi lain berita tersebut akan menciptakan ketakutan tersendiri dan membuat wanita takut untuk berpergian sendiri terutama menggunakan transportasi umum.

Menurut Bungin (2006: 79), fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut

1. Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas yang sifatnya mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan fungsi persuasif yang lebih condong pada upaya untuk memberikan reward dan punishment kepada masyarakat sesuai

dengan apa yang dilakukannya. Media massa dapat memberikan reward kepada mereka yang bermanfaat dan fungsional bagi anggota masyarakat lainnya, juga dapat memberikan punishment bagi mereka yang tidak bermanfaat bahkan merugikan fungsi-fungsi sosial lainnya di masyarakat

2. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat di mana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efisien dan menyebar secara bersamaan dalam masyarakat secara luas. Social Learning juga berfungsi sebagai penutup kelemahan fungsi-fungsi paedagogi yang dilaksanakan secara tatap muka, dimana komunikasi hanya dapat berlangsung secara eksklusif antara individu tertentu saja.

3. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informasi ini tercapai dalam waktu cepat dan singkat

4. Fungsi Transformasi Budaya

Fungsi transformasi budaya lebih dinamis dibanding fungsi penyampai informatif yang lebih statis. Komunikasi massa dilihat sebagai salah satu bentuk budaya massa yang dilakukan

semua oleh komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa. Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya terutama fungsi *social learning*, akan tetapi fungsi transformasi budaya ini lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global. Secara umum, perubahan-perubahan budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia, karena selain dapat dimanfaatkan untuk pendidikan, juga dapat digunakan untuk fungsi lainnya, seperti politik, perdagangan, agama, hukum, militer, dan sebagainya. Jadi, tidak dapat dihindari bahwa komunikasi massa melalui media massa memainkan peran penting dalam proses ini, di saat dunia informasi komunikasi dan teknologi semakin berkembang dan mengikutsertakan komunikasi massa dalam proses transformasi budaya

5. Hiburan

Komunikasi massa menggunakan media massa sebagai hiburan, ada fungsi hiburan yang ada di media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa

6. Komunikasi Massa sebagai Sistem Sosial

Sistem sosial di sini mengarah pada sebuah sistem yang mengatur tentang himpunan kehidupan sosial yang terdiri dari komponen-komponen yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya secara teratur dan sistematis serta membentuk suatu kehidupan yang menyeluruh. Sebuah sistem sosial pada dasarnya merupakan sistem yang kompleks, namun komunikasi massa dalam sistem sosial bisa dilihat lebih banyak dalam hal menjelaskan masalah-masalah proses komunikasi, sedangkan

media massa lebih banyak menjelaskan teknis teknologi dan aspek-aspek yang dihasilkan dari teknologi itu sendiri.

2.3.3 Peran Media Massa

Media massa merupakan institusi pelopor perubahan. Perubahan yang dimaksud adalah perubahan dalam segala aspek kehidupan sosial masyarakat menuju ke arah yang lebih baik lagi. Salah satu bentuknya adalah peran media dalam hal edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju (Bungin, 2006: 85).

Peran edukasi ini tidak terlepas dari perannya juga sebagai media informasi. Dengan informasi yang terbuka, jujur, dan benar disampaikan kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya akan informasi. Masyarakat yang cukup memperoleh informasi terkini akan menjadi masyarakat yang informatif yang dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan di dunia sebagai masyarakat dunia (Bungin, 2006: 86). Berangkat dari peran media massa di atas, media cetak, khususnya surat kabar yang menjadi bahan dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa surat kabar banyak berperan dalam hal edukasi dan informatif. Kedua peran tersebut terlihat jelas dari berbagai berita yang dimuat dalam surat kabar.

2.4 Konstruksi Sosial

Unsur utama dalam konstruksi realitas adalah bahasa. Menurut Sobur (2009:91) tanpa bahasa, maka tidak akan ada berita, cerita atau ilmu pengetahuan. Menurut Ibnu Hamad (2004: 12), bahasa merupakan unsur utama yang digunakan dalam proses konstruksi sosial. Bahasa digunakan sebagai alat konseptual dan alat narasi antar manusia.

Peran manusia dalam membentuk realitas sosial sangat penting, karena realitas terbentuk melalui campur tangan individu terhadap individu lain yang tentunya melalui proses komunikasi.

2.4.1 Teori Konstruksi Sosial atas Realitas

Teori konstruksi sosial atas realitas menurut Bungin (2008: 13), pertama kali diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *“The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge (1996).”* Berger menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yakni individu secara aktif menciptakan realitas yang dimiliki dan dialami bersama. Menurut Berger dan Luckmann yang dikutip Eriyanto (2002:14-15), ada tiga tahap dialektis pemahaman pada suatu realitas, yaitu:

1. Eksternalisasi, adalah usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental atau fisik. Hal ini sudah menjadi kegiatan dasar manusia dimana seseorang akan selalu mencurahkan dirinya ke tempat dimana ia berada. Manusia akan berusaha menemukan dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia – dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.
2. Objektivasi, adalah hasil dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut, merupakan realitas objektif yang dapat dimanfaatkan oleh manusia itu sendiri. Hasil dari eksternalisasi – kebudayaan – itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Alat dan bahasa yang diciptakan adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi sebuah realitas yang objektif.
3. Internalisasi, adalah sebuah proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran individu yang telah dipengaruhi oleh struktur dunia

sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah menjadi objektif akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadaran manusia, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Teori ini memiliki relevansi dengan berita, yaitu berita merupakan hasil konstruksi realitas dari wartawan dan media. Saat wartawan meliput peristiwa, ia sendiri memiliki kerangka pikiran terhadap peristiwa yang akan ia liput (eksternalisasi). Dalam proses eksternalisasi, wartawan memasukkan kerangka pemikirannya untuk memaknai realitas. Kemudian, ketika sampai di lapangan, dia melihat kenyataan yang sebenarnya dan apa adanya. Di sinilah dia berada pada tahap (objektivasi). Selesai meliput, dia mengendapkan peristiwa yang sudah ia lihat dan diendapkan sendiri (internalisasi).

Eriyanto (2002:17) menjelaskan bahwa berita merupakan konstruksi dari pelakunya, yaitu media dan wartawan. Wartawan mungkin saja mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat peristiwa dan bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita.

Namun menurut Bungin (2006:202) teori yang dikemukakan Berger sudah tidak sesuai dengan perubahan zaman, karena tidak memasukkan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitasnya. Mulai dari situlah terbentuk teori konstruksi realitas media massa. Menurut Bungin (2006:212) realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media. Posisi konstruksi sosial media massa adalah koreksi atas konstruksi sosial atas realitas.

2.4.2 Konstruksi Sosial Media Massa

Menurut Bungin (2008:203), ada empat tahapan dalam konstruksi sosial media massa, yaitu: (1) Tahap menyiapkan materi konstruksi, menjelaskan bahwa pada umumnya bagian redaksi pada media massa yang bertugas untuk menyiapkan materi konstruksi sosial media massa. Setiap

media memiliki materi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi dari media. (2) Tahap sebaran konstruksi, tahap ini berbicara mengenai strategi yang dilakukan masing-masing media yang berhubungan dengan *real time*. Tahapan waktu terbit pada masing-masing media berbeda disesuaikan jenis medianya. (3) Tahap pembentukan konstruksi, tahap ini terjadi ketika pemberitaan yang telah ditulis dianggap telah sampai pada pembaca/pemirsa sehingga terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat terhadap isu tertentu melalui tiga tahap yang berlangsung secara umum. Terakhir, (4) Tahap konfirmasi, pada tahapan ini terjadi ketika media massa baik sebagai pembaca/pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi.

Menurut Denis McQuail, dikutip oleh Syahputra (2006:33), menambahkan adanya enam kemungkinan yang dilakukan oleh media dalam mengajukan realitas, antara lain: (1) Sebagai jendela, media membuka cakrawala dan menyajikan realitas dalam berita yang apa adanya; (2) Sebagai cermin, media merupakan pantulan dari berbagai peristiwa; (3) Sebagai filter atau penjaga gawang, Media menyeleksi realitas sebelum disajikan kepada masyarakat dan realitas yang disajikan tidak utuh lagi; (4) Sebagai penunjuk arah, pembimbing atau penerjemah, media mengkonstruksi realitas sesuai dengan kebutuhan khalayak; (5) Sebagai forum atau kesepakatan bersama, media menjadikan realitas sebagai bahan diskusi. Untuk sampai pada tingkat realitas intersubjektif, realitas diangkat menjadi sebuah bahan perdebatan; (6) Sebagai tabir atau penghalang, media memisahkan masyarakat dari realitas yang sebenarnya.

Sesungguhnya, informasi yang disampaikan oleh media kepada masyarakat bukan lagi realitas yang murni, melainkan realitas yang sudah dikemas dari fakta-fakta yang diberikan makna sebelumnya. Syahputra (2006:32) menambahkan, media tidak bisa lagi dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan berita kepada masyarakatnya. Sajian berita

dan informasi dapat dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna sebuah realitas. Media memiliki kemampuan tertentu dalam menciptakan citra suatu realitas. Isi media merupakan lokasi atau forum yang menampilkan berbagai peristiwa yang terjadi.

2.4.3 Realitas Media

Menurut Piliang sebagaimana dikutip Sobur (2009:92) realitas adalah sebuah konsep yang kompleks, yang sarat dengan pertanyaan filosofis. Ada sebuah konsep filosofis yang mengatakan bahwa yang kita lihat bukanlah realitas melainkan representasi atau tanda dari realitas yang sesungguhnya, yang tidak dapat kita tangkap.

Menurut Bungin (2006:212) realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media dalam dua model. Pertama model peta analog, yaitu model di mana realitas sosial dikonstruksi oleh media berdasarkan analogi bagaimana suatu realitas itu terjadi secara rasional. Jadi, ini adalah suatu konstruksi realitas yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa, seperti sebuah analogi kejadian yang seharusnya terjadi, bersifat rasional. Model kedua adalah model refleksi realitas, yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di masyarakat.

2.5 Ekonomi Media

Media telah tumbuh bukan saja sebagai alat sosial, politik dan budaya tapi juga sebagai perusahaan yang menekankan keuntungan ekonomi. Faktor ekonomi menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi perilaku media massa modern. Faktor ekonomi memberikan kontribusi yang tidak sedikit dalam membentuk faktor persaingan dan tuntutan ekonomi menjadi pertimbangan bagaimana media massa kontemporer dibentuk dan dikelola.

Dalam McQuail (1991: 63) dijelaskan bahwa kualitas pengetahuan yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh

nilai tukar pelbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pesan, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan.

2.6 Framing

Untuk melihat bagaimana sebuah peristiwa dikemas oleh media, maka kita membutuhkan telaah pembedaan (*framing*). Menurut Eriyanto (2002: 3) analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Menurut Sobur (2009: 162) framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak.

Pendekatan konstruksionis yang ada pada analisis framing akan mencakup aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu dari pemberitaan yang ada (Eriyanto, 2002: 32). Dalam meliput berita dilapangan, seorang wartawan melihat berdasarkan etika dan moral yang dalam banyak hal berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu yang umumnya dilandasi oleh keyakinan tertentu. Oleh karena itu, maka wartawan menulis berita bukan hanya sebagai penggambar realitas, tetapi juga mengkonstruksi peristiwa melalui dirinya sendiri dengan realitas yang diamatinya.

2.6.1 Konsep Framing

Terdapat beberapa konsep framing yang dirumuskan oleh para ahli. Berikut tabel untuk menjelaskan bagaimana model teori framing menurut para ahli (Eriyanto, 2002: 67-68).

Tabel 2.1 Model Framing

<p>Robert Entman</p>	<p>Proses seleksi dari berbagai aspek 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 yang lebih besar daripada sisi yang lain.</p>
<p>William A. Gamson</p>	<p>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. 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.</p>
<p>Todd Gittlin</p>	<p>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. Itu dilakukan dengan seleksi,</p>

	pengulangan penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow dan Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
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 konversi pembentukan berita.

2.6.2 Efek Framing

Menurut Eriyanto (2002:140) efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang begitu kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu. *Framing* menyediakan alat

bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Berikut tabel efek *framing*.

Tabel 2.2 Tabel Efek Framing

Mendefinisikan realitas tertentu	Melupakan definisi lain atas realitas
Penonjolan aspek tertentu	Pengaburan aspek lain
Penyajian sisi tertentu	Penghilangan sisi lain
Pemilihan fakta tertentu	Pengabaian fakta lain

Beberapa efek lain menurut Eriyanto adalah menampilkan aktor tertentu-menyembunyikan aktor lainnya, mobilisasi massa dan mengiring khalayak pada ingatan tertentu.

1. Menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain. Framing ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan sering disebut fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya ada aspek yang tidak mendapatkan perhatian yang memadai.
2. Menampilkan sisi tertentu-melupakan sisi lain. Menampilkan aspek tertentu menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami berita tidak mendapatkan liputan yang memadai dalam berita.
3. Mobilisasi massa. Dalam suatu gerakan sosial, ada strategi bagaimana supaya khalayak mempunyai pandangan yang sama atas suatu isu. Itu seringkali ditandai dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama, dan pahlawan bersama. Hanya dengan itu, khalayak bisa digerakkan dan dimobilisasi. Semua itu membutuhkan frame

bagaimana isu dikemas, bagaimana peristiwa dipahami, dan bagaimana pula kejadian dimaknai.

4. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu. Media adalah tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitar mereka. Karena itu, bagaimana media membingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut. Dengan kata lain, bingkai yang disajikan oleh media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan peristiwa.

2.7 Berita Sebagai Konstruksi Realitas

Menurut Anna Mckane (2006:1) dalam bukunya yang berjudul *News Writing*, definisi berita adalah apa saja yang menarik perhatian sebagian besar orang di masyarakat yang mana hal itu belum pernah mereka ketahui sebelumnya.

Menurut Eriyanto (2002:17) sebuah teks berita tidak bisa kita samakan seperti sebuah kopi dari realitas, ia harus dipandang sebagai konstruksi dari realitas. Wartawan bisa jadi memiliki pandangan dan persepsi berbeda ketika melihat suatu peristiwa dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengonstruksi berita itu yang dituangkan dalam teks berita.

Menurut Kriyantono (2006:253) berita adalah realitas yang sudah diseleksi dan disusun menurut pertimbangan-pertimbangan redaksi. Istilah ini dikenal dengan nama “*secondhand reality*”, artinya ada faktor subjektivitas awak media dalam proses produksi berita.

2.8 Kerangka Pemikiran

Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran

