



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 TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelumnya, pada tahun 2012 telah ada penelitian mengenai Analisis *framing* terhadap Pemberitaan Insiden Monas di Majalah Tempo Edisi 9-15 Juni 2008 dan Majalah Sabili Edisi No. 25 Th XV 26 Juni 2008. Penelitian dilakukan oleh Syaikhuna Ahmad dari Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2010. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan paradigma konstruktivisme. Masalah penelitiannya ialah Bagaimana konstruksi peristiwa insiden Monas 1 Juni 2008 di majalah Tempo dan majalah Sabili.

Tujuan penelitiannya adalah mengetahui konstruksi berita terhadap pemberitaan insiden Monas pada majalah Tempo dan majalah Sabili sehingga dapat mengetahui kecenderungan kedua majalah terhadap permasalahan insiden Monas. Teori yang digunakan ialah Analisis *framing* Model Pan and Kosicki yakni mengoperasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Selain itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan teori konstruksionisme oleh Peter L. Berger, yaitu realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Hasil penelitian ialah *frame* yang dibangun wartawan Tempo tidak mengaitkan aktivitas Aliansi Kebangsaan untuk Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan (AKKBB) dengan persoalan

Ahmadiyah dan Tempo mengancam pelaku kekerasan, sedangkan frame yang dibangun wartawan Sabili bahwa kegiatan yang dilakukan AKKBB adalah sebagai bentuk dukungan terhadap Ahmadiyah oleh karena itu Sabili mendukung tindak kekerasan yang dilakukan oleh FPI untuk membela agamanya. Saran penulis terhadap penelitian ini ialah agar lebih rinci dalam penulisan latar belakang, sebaiknya memasukan juga sumber-sumber yang terkait dalam kasus tersebut, serta hal-hal yang relevan lainnya, misalnya garis besar apa itu media massa, pendapat ahli mengenai masalah tersebut, dan sebagainya.

Pada tahun 2012 juga ada penelitian sejenis mengenai Analisis *framing* Pemberitaan Dua Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta “Jokowi-Basuki dan Fauzi-Nachrowi” Dalam Majalah Tempo. Penelitian dilakukan oleh Meydita Simbolon, Universitas Sumatera Utara Medan Tahun 2012. Masalah penelitiannya ialah Bagaimana majalah Tempo mengkonstruksikan dan membingkai peristiwa dalam pemberitaan Kedua Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta “Jokowi-Basuki dan Fauzi-Nachrowi” menjelang Pilkada putaran kedua? Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan paradigma konstruktivisme. Tujuan penelitian ialah Mengetahui cara Majalah Tempo memaknai, memahami, dan membingkai berita mengenai kedua pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta dalam Pilkada Jakarta 2012.

Teori yang digunakan peneliti ialah Teori Konstruksi Sosial Realitas Peter L. Berger yakni pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial. Teori Interaksionisme Simbolik yang menyatakan bahwa lambang atau simbol kebudayaan dipelajari melalui interaksi, orang memberi makna terhadap segala hal yang akan mengontrol sikap tindak mereka, serta Analisis *framing* Model Pan and Kosicki yakni mengoperasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Hasil penelitian menunjukkan pemberitaan majalah Tempo cenderung lebih memihak kepada tim Jokowi-Basuki. Hal ini terlihat dari penekanan berita yang cenderung lebih memberikan kesan positif bagi Jokowi. Jokowi ditampilkan sebagai orang yang peduli rakyat kecil, selalu aktif untuk turun ke perumahan kumuh, serta sikapnya yang santun dan sederhana. Sementara pemberitaan terhadap tim Fauzi lebih menekankan kesan negatif, seperti koalisi dengan pemberian uang, peniruan strategi kampanye Jokowi dan usaha tim suksesnya untuk mengubah gaya penampilan Fauzi yang arogan dan kaku di depan publik menjadi lebih ramah dan murah senyum. Saran penulis untuk penelitian ini ialah dalam penulisan latar belakang sebaiknya menjelaskan mengapa memilih metode penelitian tersebut. Serta memperkaya bagian teori dengan teori-teori yang relevan.

2.2 Teori Berita

Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi untuk disiarkan sehingga dapat menarik perhatian pembaca

karena memiliki nilai-nilai berita yang terkandung di dalamnya (Assegaf, 1991:22).

Nilai Berita Sebuah berita jika disajikan haruslah memuat nilai berita di dalamnya. Nilai berita adalah seperangkat kriteria untuk menilai apakah sebuah kejadian cukup penting untuk diliput. Ada sejumlah unsur yang membuat sebuah kejadian memiliki nilai berita. Unsur nilai berita antara lain:

1. Kebermaknaan (*significance*)

Yaitu seberapa penting arti suatu peristiwa bagi khalayak.

2. Besaran (*magnitude*)

Yakni seberapa luas suatu peristiwa bagi khalayak. Misalnya kasus korupsi triliunan rupiah yang merugikan negara.

3. Kebaruan (*timeliness*),

Yakni tingkat kebaruan suatu peristiwa. Berita baru yang masih hangat akan lebih menarik perhatian pembaca daripada yang sudah basi.

4. Kedekatan (*proximity*)

Yakni kedekatan peristiwa terhadap khalayak. Kedekatan secara emosi dan fisik akan membuat berita menarik perhatian pembacanya.

5. Kemasyhuran/sisi manusiawi (*prominence/human interest*)

Yaitu kemampuan suatu peristiwa untuk menyentuh perasaan kemanusiaan khalayak. Mengungkap peristiwa orang terkenal, figur publik, atau masyarakat biasa dalam peristiwa luar biasa (Setiati, 2005 : 17-18)

Bentuk Tulisan Jurnalistik Pada umumnya, bentuk tulisan jurnalistik dapat dibagi menjadi enam bagian sebagai berikut:

1. Berita langsung (*straight news*)

Yakni tulisan yang berisi laporan langsung yang hanya memuat fakta kejadian dan sarat dengan informasi. Sifat tulisan ini padat, lugas, singkat dan jelas dan memenuhi unsure-unsur 5 W + 1 H.

2. Laporan atau reportase

Yakni bentuk berita yang dikembangkan lebih luas, lengkap dan terinci mengenai suatu peristiwa. Tulisan ini didasarkan atas pengamatan langsung atau keterangan orang lain. Oleh karena itu laporan harus tetap berpatokan pada unsur- unsur 5 W + 1 H.

3. Berita kisah (*feature news*)

Yakni berita mengenai kejadian yang dapat menyentuh perasaan atau menambah pengetahuan pembaca lewat penjelasan lengkap dan mendalam. Sebuah "feature" tidak terlalu terikat pada nilai-nilai berita dan faktualitas.

4. Tajuk rencana atau editorial

Yakni opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.

5. Artikel

Sebuah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu, mempengaruhi, dan meyakinkan atau menghibur khalayak pembaca.

6. Kolom

Opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat. Kolom ditulis inferensial, sedangkan artikel ditulis secara referensial.

Pada dasarnya, apa yang disajikan media adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, meringkas berbagai unsur yang mempengaruhi kebijakan redaksi sebagai berikut:

1. Unsur individual

Unsur ini berkaitan dengan latar belakang profesional dari pengelola

media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Jenis kelamin, umur, agama dari pengelola media, sedikit banyak mempengaruhi apa yang beritakan media.

2. Unsur rutinitas media (*media routine*)

Rutinitas media berkaitan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Pada umumnya, setiap media mempunyai standar khusus mengenai apa yang disebut berita, kriteria layak berita dan kriteria berita yang baik. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media.

3. Unsur organisasi

Unsur organisasi berkaitan dengan struktur organisasi yang akan sangat menentukan pemberitaan. Pengelola media dan wartawan merupakan bagian kecil dari satu kesatuan organisasi media. Selain mereka, masih ada bagian lain seperti bagian sirkulasi, bagian umum, bagian iklan dan sebagainya. Masing-masing komponen tersebut bisa jadi memiliki kepentingan-kepentingan yang berbeda.

4. Unsur ektramedia

Unsur ini berkaitan dengan faktor di luar media, seperti sumber berita, sumber penghasilan media, pemerintah dan sebagainya. Meskipun diluar

berada di luar organisasi media, unsur-unsur tersebut sangat mempengaruhi pemberitaan media.

5. Unsur ideologi

Ideologi disini ditafsirkan sebagai kerangka berfikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat menafsirkan realitas. Unsur ideologi berkaitan dengan siapa yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media menempatkan diri (Shoemaker & Reese 2001 : 7)

2.3 **Konstruksi Sosial atas Realitas**

Teori konstruksi sosial disertakan dalam penelitian ini karena analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma konstruksionisme diperkenalkan oleh pakar sosiologi, Peter L. Berger dan Thomas Luchman. Menurut keduanya, realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subjektif dan objektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhi proses internalisasi yang mencerminkan realitas subjektif. Menurut Berger, realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, akan tetapi hasil dari konstruksi (Sobur, 2002 : 91)

Berger dan Luchman menjelaskan bahwa individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Berger dan Luckmann memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman antara “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan

realitas sebagai kausalitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik secara spesifik. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (Sobur, 2002: 91). Konstruksi suatu realitas sosial tertentu tidak lepas dari bekal kekuasaan politik, sosial, ataupun ekonomi yang dimiliki para pelaku (Nugroho, Eriyanto, Surdiarsis, 1999: 8). Realitas sosial memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengonstruksi realitas sosial dan mengonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektifitas individu lain dalam institusi sosialnya (Sobur, 2002: 90). Dengan pandangan semacam ini, realitas atau kenyataan berwajah ganda/plural. realitas yang sama dimungkinkan ditafsiri dan dikonstruksi secara berbeda oleh setiap orang. selain plural, konstruksi sosial juga bersifat dinamis. realitas sosial berlangsung secara terus mengiringi kehidupan manusia. Realitas sosial menurut pandangan konstruktivis, setidaknya sebagian merupakan produksi manusia, hasil proses budaya, termasuk penggunaan bahasa (Eriyanto, 2002: 11).

Menurut Hartley (1982: 36), struktur sosial tidak akan ada jika tidak terdapat interaksi oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya melalui proses penggunaan bahasa. Karena itu banyak ditemui kasus-kasus di mana kelompok

yang memiliki kekuasaan mengendalikan makna di tengah-tengah pergaulan sosial menggunakan bahasa. Bahasa jelas berimplikasi terhadap kemunculan makna tertentu (Sobur, 2002: 90). Menurut Halliday, bahasa dikontrol oleh struktur sosial tertentu, dan struktur sosial tersebut dipertahankan dan ditransmisikan melalui bahasa (Hartley, 1982: 61), dan menurut Hamad (dalam Sobur, 2002: 90), bahasa bukan cuma mampu mencerminkan realitas tetapi sekaligus menciptakan realitas. Bahasa tidak semata menggambarkan realitas melainkan bisa menentukan gambaran mengenai suatu realitas yang muncul di benak khalayak (Hamad, 2004: 12). Melalui penggunaan bahasa sebagai simbol yang paling utama, wartawan mampu menciptakan, memelihara, mengembangkan, dan bahkan meruntuhkan suatu realitas (Eriyanto, 2002: 11).

Berdasarkan pemahaman-pemahaman di atas penulis menyimpulkan bahwa media mengonstruksi suatu hal berdasarkan alasan kepentingan tertentu, konstruksi yang dilakukan media disebarkan secara masal, maka dari itu disebut konstruksi sosial. Konstruksi tersebut dilakukan dengan tujuan agar setiap orang memahami hal dan memiliki prinsip yang sama dengan media tersebut.

2.3.1 Realitas Media

Media memiliki realitas yang disebut realitas media. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11). Realitas yang ditampilkan media tidak dipahami sebagai seperangkat fakta, tetapi hasil dari pandangan tertentu dari pembentukan realitas (Eriyanto, 2001: 29).

Media memegang peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi, dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang dan ideologi media. Sebuah teks dalam sebuah berita tidak dapat disamakan sebagai cerminan dari realitas, tetapi ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas.

Walter Lippman, seorang wartawan politik AS menyebutkan fungsi media sebagai pembentuk makna di mana interpretasi media massa akan berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka (Ruben, 1992: 14). Lippmann menyadari bahwa fungsi media sebagai pembentuk gambaran realitas yang sangat berpengaruh terhadap khalayaknya. Menurut Tuchman, berita pada dasarnya adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Sudibyo, Hamad, Qodari, 2001: 65). Berita memberikan konsep terhadap suatu realitas, karenanya berita melihat realitas sebagai hasil konstruksi manusia (Hartley, 1982: 12).

Menurut Hartley (1982: 36), yang perlu dipahami mengenai suatu berita adalah; pertama, berita tidak sekadar informasi. Kita harus memahami bahwa dalam proses pembentukan berita itu terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi konteks dari berita tersebut. Kedua, makna merupakan hasil dari interaksi. Ini berarti bahwa suatu berita belum

berarti apapun ketika disiarkan atau dicetak, berita sudah bermakna ketika berita tersebut dibaca oleh khalayak. Karenanya, ada konteks sosial dalam suatu berita agar berita itu dapat dibaca dan dipahami oleh khalayaknya.

Isi media memang didasarkan pada kejadian di dunia nyata, namun isi media menampilkan dan menonjolkan elemen tertentu, media tertentu cenderung membatasi dan menyeleksi sumber berita, menafsirkan komentar-komentar sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif lain. Yang kemudian terjadi adalah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realitas (Sudibyo, 2001: 31).

Menurut Anthony Smith, pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa dalam proses produksinya akan mengalami pembentukan kembali berdasarkan kebijakan dan ideologi yang diusung media massa yang bersangkutan (Andersen dan Strate, 2000: 77).

Menurut Shoemaker dan Reese (1996: 223), teks media dipengaruhi oleh pekerja media secara individu, rutinitas media, organisasi media itu sendiri, institusi di luar media, dan oleh ideologi.

Proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi (Bungin, 2008: 188-189).

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semua kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.

2. Tahap sebaran konstruksi

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsanya atau pembaca.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembedaan; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa; (3) sebagai pilihan konsumtif.

4. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Melalui konstruksi sosial media, dapat dijelaskan bagaimana media massa membuat gambaran tentang realitas. Untuk itu, peneliti menggunakan teori ini sebagai pandangan dasar untuk melihat

bagaimana majalah Tempo dan Gatra memaknai, memahami dan kemudian membingkai berita mengenai *walkout* Partai Demokrat dalam Sidang Paripurna RUU Pilkada.

2.4 Media dan Politik

Sebagai pemain yang berpengaruh dalam dunia politik, menurut pemikir politik Thomas Meyer, ada tiga dimensi relasi antara media dan politik: (Masduki, 2004:75). Media dapat menjadi ruang publik bagi terjadinya interaksi politik, ikut mempengaruhi pembentukan sistem komunikasi politik di kalangan publik, pembentukan karakter dan agenda politik yang berlangsung secara terbuka. Roger Fowler dalam *Language in The News* menyampaikan bahwa berita tak hanya dilaporkan media tetapi diciptakan oleh media (Routledge, 1991 : 1). Secara tidak langsung dikatakan bahwa besar-kecilnya peristiwa bisa terjadi karena kreasi yang dilakukan oleh media. Kreasi yang berupa pengembangan ini bisa dilakukan dengan alasan keberpihakan terhadap suatu masalah, bisa juga untuk alasan praktis misalnya untuk menambah jumlah pembaca. Fowler juga mengatakan penciptaan isi berita dalam media massa bukanlah fakta tentang dunia tetapi dalam pengertian yang sangat umum, yakni karena “ide” yang berarti kecenderungan atau keberpihakan media (Anggoro, 2012:107).

2.4.1 Komunikasi Politik di Media Massa

Komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang memiliki konsekuensi-konsekuensi yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik (Nimmo, 1993: 9). Hampir sama dengan komunikasi secara umum, jenis pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi politik adalah hal-hal yang berkenaan dengan politik.

Terdapat beragam saluran komunikasi politik. Pada dasarnya saluran komunikasi politik sama dengan saluran komunikasi secara umum. Saluran komunikasi politik adalah sarana yang memudahkan penyampaian pesan politik. Saluran komunikasi politik tidak hanya mencakup alat, sarana dan mekanisme seperti mesin cetak, radio, televisi, dan sebagainya, tapi yang paling penting adalah manusia itu sendiri. Manusia sebagai otak perumusan pesan politik melalui sarana yang ada di media massa (Nimmo, 1993: 166-167).

Karenanya manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarluaskan pembicaraan-pembicaraan politik dengan harapan capaian tujuan politiknya lebih besar daripada melalui saluran komunikasi politik yang lain.

Komunikasi politik di media massa erat kaitannya dengan opini publik. Opini publik yaitu upaya membangunkan sikap dan tindakan khalayak mengenai suatu masalah politik atau aktor politik (Nimmo, 1989: 5). Dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak

utama dalam usaha mempengaruhi individu terhadap terpaan berita yang diterimanya (Nimmo, 1993: 198-200). Bentuk pembicara politik dalam media antara lain berupa teks atau berita politik yang di dalamnya terdapat simbol-simbol politik (Hamad, 2004: 9). Oleh karena itu, media massa menjadi saluran yang sering digunakan dalam menyampaikan informasi politik. Bahkan media massa dilihat sebagai alat yang mampu menjustifikasi terhadap realitas sosial yang terjadi di masyarakat.

Media massa bukan sekadar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung kepada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan demikian, apapun yang dihasilkan dan ditampilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut. Dengan kekuatan yang dimiliki oleh media massa, maka lembaga- lembaga politik seperti partai politik, organisasi pemerintah, kelompok kepentingan, serikat buruh, LSM, dan sebagainya, seringkali memanfaatkan media massa untuk tujuan-tujuan politik (Schramm, 1975: 468-486).

2.5 Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan majalah sebagai objek penelitiannya, yakni Majalah Tempo dan Gatra. Majalah memiliki pengertian sebagai sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel – artikel dari berbagai penulis (Assegaff, 1983:127). Keberadaan majalah sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Seperti halnya surat

kabar, sejarah majalah diawali dari negara-negara Eropa dan Amerika. (Erdinya & Ardianto, 2004 : 109).

Selain memuat artikel, Majalah juga memuat publikasi lain seperti cerita pendek, gambar, review, ilustrasi dan fitur-fitur lainnya. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

Majalah dapat dibedakan menurut pembaca pada umumnya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya, majalah dapat diklasifikasikan menurut segmen demografis, psikografis, dan geografis atau dapat dilihat dari segi kebijakan editorialnya (Kasali, 1992:111).

Berbeda dengan media cetak lainnya majalah tampil lebih berisikan pengetahuan dari pada hal-hal yang menyangkut selera dan perasaan dari komunikannya. Media ini bukan sarana yang dibaca selintas saja seperti media aktual (*Broadcast Media*), tidak juga membutuhkan perhatian pada waktu tertentu, media ini tidak dengan segera dapat di kesampingkan seperti koran, majalah dapat disimpan oleh pembaca selama berminggu-minggu, berbulan-bulan, kadang-kadang bertahun-tahun (Defleur & Dennis, 1985:137).

Namun majalah juga memiliki kelemahan yaitu majalah tidak terbit setiap hari seperti halnya surat kabar yang merupakan sumber berita setiap harinya. Majalah diminati oleh mereka yang sibuk dan tidak sempat menekuni Koran harian. Hal ini sesuai dengan karakteristik majalah yang membedakannya dengan surat kabar seperti yang dinyatakan oleh Defleur dan Dennis, yaitu karena majalah di terbitkan sedikit lebih jarang dari pada surat kabar, maka

majalah dapat menelaah persoalan-persoalan dan keadaan yang lebih hati-hati dan mendalam. Majalah kurang memberikan perhatian terhadap berita yang sifatnya aktual serta lebih menekankan pada penelaahan hal-hal yang berhubungan secara luas (Defleur & Dennis, 1985 :137).

2.5.1 Jenis-Jenis Majalah

Menurut F. Frazier Bond, majalah dapat dibagi kedalam dua bagian yaitu :

1. Majalah Umum

Adalah majalah yang menggunakan persoalan-persoalan yang mempunyai arti penting bagi orang banyak. Menyangkut soal politik, ekonomi, pendidikan, kebudayaan dan ilmu pengetahuan yang meliputi kebutuhan manusia dalam masyarakat.

2. Majalah Khusus

Adalah majalah yang mengemukakan masalah pertanian, ekonomi, teknik, ilmu pengetahuan dan lain-lain.

(Suhandang, 2004 : 45)

Dalam bukunya Assegaff menyebutkan bentuk majalah, yang antara lain :

1. Majalah bergambar

Majalah yang memuat reportase berdasarkan gambar-gambar suatu peristiwa atau suatu karangan khusus berisikan foto-foto.

2. Majalah anak-anak

Majalah khusus mengenai dunia anak-anak.

3. Majalah berita

Majalah berkala mingguan yang menjadikan berita-berita dengan suatu gaya tulisan khas dilengkapi dengan foto-foto dan gambar.

4. Majalah budaya

Penerbitan pers menghususkan isinya dengan masalah kebudayaan dan diterbitkan setiap minggu, bulan ataupun secara berkala.

5. Majalah bulanan

Majalah yang terbit secara berkala memuat keterangan-keterangan ringan, cerita pendek, cerita bergambar dan lain sebagainya.

6. Majalah ilmiah

Majalah yang terbit secara berkala khusus berisi mengenai suatu bidang ilmu misalnya teknik radio, elektronika, hukum dan lain-lain.

7. Majalah keagamaan

Majalah yang isinya khusus mengenai majalah agama, juga mengenai pendidikan kekeluargaan dan lain-lain.

8. Majalah keluarga

Majalah yang memuat karangan-karangan untuk seluruh keluarga, dari yang ringan bacaan anak-anak sampai kepada rumah tangga.

9. Majalah khas

Majalah setengan bulanan, yang isinya khusus mengenai berbagai macam bidang profesi, ada majalah khusus mengenai ilmu-ilmu sosial, kedokteran, industri, keagamaan, bisnis, fotografi, filateli dan lain-lain.

10. Majalah mode

Majalah yang diterbitkan bulanan atau setengah bulanan yang berisikan mode dan dilampiri lembaran berisikan pola pakaian.

11. Majalah perusahaan

Majalah yang diterbitkan secara teratur oleh suatu perusahaan berisikan berita-berita atau berisi informasi mengenai kepegawaian, karyawan, kebijaksanaan dan produksi perusahaan.

12. Majalah remaja

Majalah yang mengkhususkan isinya mengenai masalah remaja.

13. Majalah sari tulisan

Majalah dengan format khusus yang berisikan ringkasan karangan dari berbagai tulisan.

14. Majalah sastra

Majalah khas yang terbit secara berkala dengan isinya khusus membicarakan masalah-masalah kesusastraan dan resensi buku-buku (novel) kontemporer atau kegiatan dalam bidang sastra.

15. Majalah wanita

Majalah yang berisikan karangan-karangan khusus mengenai dunia wanita, dari masalah-masalah mode, resep masakan, kekeluargaan dan juga yang dihiasi dengan foto-foto (Assegaff, 1983 : 126-128).

Selain ditinjau dari jenis dan bentuknya, macam-macam majalah ditentukan pula menurut waktu penerbitannya, yaitu:

1. Majalah mingguan

Yaitu majalah yang terbit satu minggu sekali, misalnya majalah Hai dan Gadis.

2. Majalah dwi mingguan

Yaitu majalah yang terbit dua minggu sekali, misal majalah Kartini dan Femina.

3. Majalah bulanan

Yaitu majalah yang terbit satu bulan sekali, misal Ottosport, Mobil majalah fotografi.

4. Majalah kwartalan

Yaitu majalah yang terbit setiap empat bulan sekali, misal Iapan dan industri.

Majalah Tempo dan Gatra termasuk dalam majalah umum karena membahas masalah-masalah umum yang penting untuk

masyarakat yakni politik, berbentuk majalah berita dan diterbitkan secara mingguan.

2.6 Teori *framing*

Dalam *framing*, ada hal-hal yang ditonjolkan juga ada hal-hal yang disembunyikan, Entman menyampaikan bahwa dalam *framing* terdapat dua dimensi besar, yakni seleksi isu dan penekanan aspek-aspek tertentu dalam realitas. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta, tidak semua fakta dimuat dan ditampilkan, sehingga perlu diadakan proses seleksi. Tidak semua bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dalam suatu isu (Krisyantono 2007 : 253).

2.6.1 Definisi *framing*

Ada beragam pengertian *framing* yang dipaparkan para ahli komunikasi terkait dengan istilah *framing* di media massa. Menurut Robert N. Entman seorang ahli analisis *framing*, *framing* memiliki definisi sebagai berikut :

to frame is to select some aspect of a perceived reality and make them more salient a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation.

Entman melihat *framing* sebagai dua dimensi besar, yakni seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas. Secara lebih lanjut Entman mendefinisikan *framing* sebagai seleksi dari berbagai

aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi, dalam banyak hal itu berarti menyajikan secara khusus definisi terhadap masalah, interpretasi sebagai akibat, evaluasi moral dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah itu digambarkan.

Menurut Todd Gitlin, *framing* adalah strategi bagaimana realitas dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak. Sementara itu, Amy Binder mendefinisikan *framing* sebagai skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Menurut Amy, *framing* merupakan sebuah cara bagaimana suatu peristiwa disajikan oleh media, yakni dengan menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas atau peristiwa, sehingga makna dari peristiwa tersebut menjadi lebih mudah dipahami, lebih menyentuh dan mudah diingat oleh khalayak (Eriyanto, 2007 : 67-68).

2.6.2 Aspek *framing*

Ada dua aspek dalam *framing* pemberitaan. Eriyanto menjelaskan kedua aspek tersebut sebagai berikut :

1. Memilih fakta atau realitas

Proses pemilihan realitas ini didasarkan pada asumsi bahwa perspektif wartawan akan senantiasa mendampingi dan mempengaruhi proses pemilihan realitas berita. Perspektif tersebut sangat menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan hendak dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. Singkatnya, suatu peristiwa dilihat dari sisi tertentu, maka dari itu peristiwa yang sama sangat dimungkinkan dikonstruksi dan diberitakan secara berbeda oleh masing-masing media.

2. Menuliskan fakta

Proses ini berkaitan dengan bagaimana fakta yang dipilih tersebut disajikan kepada khalayak. Dalam proses penulisan fakta ini, wartawan biasanya memfokuskan perhatiannya pada upaya penonjolan aspek tertentu sehingga aspek tersebut mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar dibandingkan aspek yang lain. Penonjolan tersebut dibuat untuk membuat aspek tertentu dari konstruksi berita menjadi lebih diperhatikan bermakna dan berkesan bagi khalayak. Penonjolan tersebut dilakukan dengan cara pemilihan kata, kalimat, preposisi, foto, dan gambar pendukung yang tepat yang akan disajikan ke dalam sebuah berita.

2.6.3 Objek *framing*

Secara teknis tidak mungkin seorang wartawan untuk mem*framing* seluruh bagian berita. Menurut Abrar sekurangnya ada tiga bagian berita yang bisa menjadi objek *framing* seorang wartawan. Ketiga bagian berita tersebut adalah :

1. Judul berita

Judul berita di-*framing* dengan menggunakan teknik empati, yakni menciptakan “pribadi khayal” dalam diri khalayak, sementara khalayak diingatkan menempatkan diri mereka seperti korban kekerasan atau keluarga dari korban kekerasan, sehingga mereka bisa merasakan kepedihan yang luar biasa.

2. Fokus berita

fokus berita di-*framing* dengan menggunakan teknik asosiasi, yaitu menggabungkan kebijakan aktua; dengan focus berita.

3. Penutup berita

packing, yaitu menjadikan khalayak tidak berdaya untuk menolak ajakan yang dikandung berita. Khalayak tidak berdaya untuk membantah kebenaran yang di rekonstruksikan berita.

(Sobur, 2006 : 173)

2.6.4 Efek *framing*

Menurut Eriyanto sekurangnya ada empat efek *framing*, yakni sebagai berikut :

1. *framing* mendefinisikan realitas tertentu dan melupakan definisi lain atas realitas. *framing* menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam bentuk yang sederhana, mudah dipahami dan dikenal khalayak
2. *framing* yang dilakukan media akan menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek yang lain. *framing* umumnya ditandai dengan menonjokan aspek tertentu dari realitas, akibatnya ada aspek lain yang tidak mendapat perhatian yang memadai.
3. *framing* yang dilakukan oleh media akan menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi yang lain, Dengan menampilkan sisi tertentu dalam berita ada sisi lain yang terlupakan, menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami realitas tidak mendapat liputan dalam berita.
4. *framing* yang dilakukan media akan menampilkan fakta tertentu dan mengabaikan fakta yang lain. Efek yang segera

terlihat dalam pemberitaan yang memfokuskan pada satu fakta, menyebabkan fakta lain yang mungkin relevan dalam pemberitaan menjadi tersembunyi (ibid., hlm 139 – 142)

2.6.5 *framing* Model Pan dan Kosicki

Model *framing* yang diperkenalkan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Pan dan Kosicki menyatakan bahwa terdapat dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan (Eriyanto, 2002: 251- 252). Pertama, dalam konsepsi psikologi yaitu bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Kedua, konsepsi sosiologis yaitu bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. Bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya (Eriyanto, 2002: 253).

Dalam *framing* model Pan dan Kosicki, perangkat *framing* dapat dibagi dalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati dari bagan berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). *Kedua*, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau

menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. *Keempat*, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2002: 255-256).

UMMN

Tabel 2.1 Skema *framing* Model Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT <i>FRAMING</i>	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline</i> , <i>lead</i> , latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

U M N

2.7 Bagan Kerangka Pemikiran

