



### **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

Kerangka pemikiran digunakan penelitian untuk melatar belakangi dan metodologi didalam sebuah penelitian. Penelitian dalam kerangka pemikiran tersebut adalah teori-teori untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelumnya, pada 2005 telah ada penelitian mengenai *framing* pemberitaan mengenai ancaman kedaulatan ke pulau-pulau luar Indonesia dalam majalah berita mingguan *Tempo*. Penelitian ini dilakukan oleh Gama Satria, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung 2005. Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana ancaman pulau-pulau luar yang berada di Indonesia dalam majalah mingguan *Tempo* edisi 17 Agustus 2005. Metode yang digunakan untuk analisis ini adalah analisis *framing*, dan model yang digunakan adalah Pan dan Kosicki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Tempo* memiliki keunggulan dalam menyusun latar belakang informasi, opini, dan kutipan. *Tempo* yang membingkai bahwa masalah ancaman pulau-pulau terluar Indonesia sebagai kedaulatan adalah sebuah hal yang sangat relevan apabila dilihat dalam pemeliharaan pulau dalam laporan mereka.

Persamaan yang ada dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dibuat penulis adalah sama-sama menggunakan analisis *Framing* dengan model Pan dan Kosicki. Selain itu penelitian ini juga sama-sama melihat bagaimana

majalah mingguan *Tempo* melihat sebuah realitas yang ada. Namun dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dibuat oleh penulis memiliki perbedaan dalam topik yang sedang diteliti. Dalam penelitian terdahulu, penulis melihat bagaimana majalah mingguan *Tempo* membingkai masalah ancaman pulau-pulau terluar Indonesia sebagai kedaulatan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan, penulis ingin melihat bingkai yang dilakukan majalah mingguan *Tempo* dalam membingkai konflik yang terjadi di GKI Yasmin.

Pada tahun 2006 ada penelitian mengenai framing model Pan dan Kosicki yang berjudul *Konstruksi Media tentang Kandidat Perempuan dalam Pilkada pada surat Kabar Radar Banten dan Fajar Banten pada pilkada Banten*. Penelitian ini dilakukan oleh Yoyoh Hereyah, Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta untuk menempuh gelar Magister Ilmu Komunikasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komponen framing yang dipakai media Radar Banten dan Fajar dalam mengkonstruksi sosok perempuan sebagai kandidat. Selain itu penelitian ini untuk mengetahui Radar Banten dan Fajar Banten mengkonstruksi sosok Atut sebagai kandidat perempuan dalam surat kabar Fajar Banten dan Radar Bante. Penelitian ini menggunakan kerangka aspek framing dengan model Pan dan Kosicki.

Hasil dari penelitian menunjukkan Radar Banten dan Fajar Banten secara langsung atau tidak langsung mendukung Atut untuk menjadi orang nomor satu di wilayah Banten. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode yang sama yaitu

model Pan dan Kosiciki untuk menganalisis konflik yang terjadi di GKI Yasmin dalam majalah mingguan *Tempo*.

## 2.2 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi realitas diperkenalkan oleh Peter. L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam bukunya mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama sebagai subjektif (Sobur, 2001:91).

Menurut Berger, realitas itu bukanlah hal yang dibentuk secara ilmiah atau langsung diturunkan oleh Tuhan, tetapi realitas dibentuk dan dikonstruksikan. Dengan pemahaman seperti itu realitas dapat dilihat dari dua sudut yang berbeda/ganda. Dalam perspektif sosial yang dibangun oleh Berger dan Luckmann, kenyataannya bersifat plural, hal itu dikarenakan adanya relativitas dari pengetahuan dan kenyataan. Dengan pemahaman yang seperti itu kita dapat menyadari bahwa masing-masing individu dapat melihat pandangan yang berbeda-beda dalam satu realitas. Dengan perbedaan pengalaman, pendidikan, lingkungan dan kehidupan sosial, setiap orang bisa menafsirkan realitas sosial dengan konstruksinya masing-masing

Selain itu Peter L. Berger bersama Thomas Luckman menulis buku yang berjudul *The Social Construction of Reality*. Menurut Berger (Bungin, 2008) individu dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural. Masyarakat adalah buatan individu dan sebaliknya juga, individu juga produk dari masyarakat. Proses

dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi (Eriyanto: 2002).

1. Eksternalisasi adalah usaha yang dilakukan manusia untuk mengekspresikan dirinya keluar dan ke dalam dunia. Hal ini dilakukan karena pada dasarnya tidak bisa dimengerti sebagai suatu keterpisahan dari dunia.
2. Objektivasi adalah merupakan suatu kompleksitas definisi realitas serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan dan terpola yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai sebuah fakta.
3. Internalisasi adalah penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

### **2.2.1 Konstruksi Realitas Sosial Di Media Massa**

Konstruksi realitas sosial juga tercermin dalam media massa. Dalam konteks media massa, konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan menyebar secara merata (Bungin:2008). Hal ini didukung dengan adanya teknologi yang mempercepat perputaran informasi. Konteks media massa ini memberikan penekanan kepada kelebihan media massa serta efek yang dihasilkan. Proses yang disebut sebagai sosiologis simultan ini muncul melalui beberapa tahapan (Bungin, 2008:195-201).

#### **1. Tahapan Menyiapkan Materi Konstruksi**

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu disalurkan pada *desk editor* yang ada di setiap

media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu yang menarik dijadikan materi dalam media massa adalah harta, takhta, dan wanita.

## 2. Tahap Sebar Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Akan tetapi prinsipnya sama yaitu *real time*. Namun *real time* dalam setiap media memiliki pemahaman yang berbeda. Media elektronik tentunya bersifat langsung atau seketika itu juga. Sedangkan dalam media cetak termasuk majalah, melihat *real time* hubungannya pada terbitan harian, mingguan, atau bulanan. Meski tidak secepat media elektronik, namun media cetak seperti majalah memiliki kekuatan dalam verifikasi dan aktualisasi. Hal ini yang menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu dalam memperoleh berita tersebut.

## 3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

a. Tahap pembentukan konstruksi realitas merupakan langkah selanjutnya setelah tahap sebaran konstruksi. Pemberitaan dianggap telah sampai pada pembaca sehingga terjadi pembentukan konstruksi dimasyarakat melalui tiga tahap

- Konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang membenarkan apa saja yang media sajikan.
- Kesiapan dikonstruksi oleh media massa. Seseorang memilih menjadi pembaca media massa karena pilihannya yang

memberikan kesempatan pada media massa untuk mengkonstruksi pikirannya.

- Menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana pembaca merasakan bahwa media adalah bagian yang tak terlepas.

b. Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model *good news and bad news*.

b. Tahap Konfirmasi.

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberikan argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi.

Bagi media dan pembaca hal ini menjadi tahap yang penting. Bagi media, hal ini digunakan untuk memberikan argumentasi terhadap alasan-alasan konstruksi sosial. Sedangkan bagi pembaca tahap ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan keterlibatan mereka dalam proses konstruksi sosial.

Konstruksi yang dihasilkan media massa dalam bentuk berita atau *text* adalah sebuah laporan yang diklaim objektif oleh media yang menurunkan berita tersebut. Hal ini terjadi agar media mencapai tujuan ideologis yang mereka miliki. Dengan kata lain, berita surat kabar bukan sekadar menyampaikan melainkan juga menciptakan makna (Mulyana dalam Eriyanto, 2002:xii).

Suatu peristiwa yang dihasilkan dan didistribusikan oleh media massa adalah suatu konstruksi yang temporer dan rentan (Mulyana:2002). Peristiwa tersebut jelas bukan peristiwa yang sesungguhnya. Di dalam proses pembentukan sebuah berita, mulai dari peliputan, pengetikan dan penyuntingan melibatkan wartawan dan editor. Kedua komunikator massa ini secara sadar atau tidak sadar berperan dalam memberikan judul, menempatkan posisi berita, memilih fakta-fakta mana yang akan ditampilkan dan tidak ditampilkan. Dengan demikian sebuah berita bukanlah sebuah hal yang riil tetapi sebuah konstruksi (Eriyanto:2002 92-94). Atau dengan kata lain, pers tidak akan pernah sama persis dengan fakta empiris sehingga selalu ada perbedaan antara realitas empiris dan realitas media.

Namun wartawan dan editor bukanlah satu-satunya yang menafsirkan peristiwa, karena ada tiga pihak yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan yaitu wartawan itu sendiri, sumber yang dimintai informasi dan juga khalayak. Setiap pihak mencoba mengkonstruksi realitas dengan penafsiran masing-masing dan berusaha agar penafsirannya yang paling menonjol sehingga mendapat pembenaran dari publik. Wartawan sebagai agen konstruksi berusaha untuk menjadikan apa yang ia konstruksi menjadi lebih dominan.

Tetapi selama proses mengkonstruksi realitas dan makna tersebut, wartawan menghadapi tuntutan yang bersifat eksternal dan internal. Sudibyo (2001) memaparkan tiga hal yang di hadapi wartawan. Pertama adalah tuntutan teknis, dalam penulisan berita seyogyanya harus memenuhi syarat 5W dan 1H. Yang kedua adalah idealism, seorang wartawan dituntut untuk menulis secara objektif dan menunjung

tinggi kebenaran. Yang ketiga adalah pragmatisme, dinamika internal dan eksternal sebuah media, diakui sebuah media memiliki kepentingan entah ekonomi, politik, ideologis, atau apapun namanya.

## **2.3 Framing**

### **2.3.1 Pengertian Framing**

Pada dasarnya, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1995 (Sudibyo, 1999:23). Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974 yang mengandalkan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Akhir-akhir ini, konsep *Framing* telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas media. *Frame* adalah pembingkai atas suatu peristiwa yang secara umum dapat dilihat dari penonjolan bagian tertentu dan penekanan dengan mengungkapkan perangkat wacana untuk memperkuat penonjolan tersebut. *Frame* media ini dapat kita pahami sebagai hasil dari suatu proses dalam bentuk teks, yang didalamnya ada kata, kalimat dan foto (Eriyanto: 2002:290).

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

*Framing* pada mulanya digunakan untuk membedah isi media. Meski demikian, kemajuan teori ini pun terus berkembang. Selain digunakan dalam membedah isi media, *framing* juga berguna untuk studi konstruksi pesan dan juga sebagai sebuah ilmu teori komunikasi secara keseluruhan.

Seperti dikutip Kriyantono (2007) Giltin dan Edelman menggunakan *framing* untuk melihat bagaimana kecenderungan media mengkonstruksi dan membingkai sebuah pesan. Ada berita yang ditonjolkan dan ada juga berita yang dikesampingkan (Kriyantono:2007).

Selain itu *framing* dibutuhkan pada penulisan berita. Keterbatasan kolom dalam media cetak, tak jarang membuat media tidak menulis peristiwa dari A-Z atau dari hulu sampai hilir. Lewat kaidah-kaidah jurnalistik, peristiwa yang panjang tersebut berusaha disederhanakan dalam bentuk pembingkaiannya atau lebih biasa dikenal dengan *Framing* (Hamad,2004:21).

*Framing* dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan psikologis dan sosiologis. Dari sudut psikologis, framing merupakan strategi wartawan untuk menarik khalayak dengan memanfaatkan kondisi psikologisnya melalui cara penulisan pesan yang menyolok atau menyoroti aspek tertentu suatu peristiwa. Dari segi sosiologis, *framing* menghasilkan berita sebagai sebuah institusi sosial yang memiliki keterkaitan dengan institusi lainnya.

### 2.3.2 Konsep *Framing*

Berikut konsep *framing* menurut para ahli, meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertiannya, tetapi ada titik singgung utama dari definisi *framing* tersebut yaitu pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media.

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan dengan aspek yang lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang 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

	<p>bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan. Kemasan itu semacam skema yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima</p>
<p>Tood Gitlin</p>	<p>Strategi bagaimana realitas dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas.</p>
<p>David E. Snow dan Robert Benford</p>	<p>Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu dan sumber informasi dan kalimat tertentu.</p>
<p>Amy Binder</p>	<p>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</p>

	dipahami dan membantu individu untuk mengerti 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 konvesi pembentukan berita.

(Eriyanto, 2002:67-68)

Konsep *framing* dari Entman menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan 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 dan peristiwa. Element kedua adalah *diagnose causes*. Elemen ini digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Elemen ketiga adalah *make moral judgment*. Elemen ini dipakai untuk membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang 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 Wiliam A. Gamson, sebuah frame mempunyai struktur internal. Pada titik ini adalah 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 konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk.

Kemasan tersebut, dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang mengorganisasi 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).

Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan perangkat *framing* yang diperkenalkan oleh Zongdang Pan dan Kosicki. Model Framing ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan element yang berbeda dalam teks berita ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari tanda yang ditampilkan dalam teks itu sendiri. Perangkat itu bisa diamati dari pemilihan kata atau simbol yang dibentuk melalui aturan atau konvensi tertentu.

Perangkat *framing* Pan dan Kosicki dapat dibagi dalam empat struktur besar yaitu:

## Kerangka Framing Pan dan Kosicki



[ Eriyanto, 2001:258]

### **2.3.3 Analisis *Framing***

Yang pertama kali dilihat dalam analisis *framing* adalah bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis ini adalah metode analisis teks yang merupakan bagian dari paradigma konstruktivis (Eriyanto, 2002:37).

Analisis *Framing* secara sederhana diketahui sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Dalam penelitian *framing*, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana realitas dikonstruksi oleh media. Lebih spesifik, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Dengan demikian, yang menjadi perhatian bukan apakah media memberitakan berita yang negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media terhadap sebuah isu atau peristiwa.

Perspektif komunikasi yang memakai analisis ini digunakan untuk melihat dan membedah cara media saat mengkonstruksi fakta yang akan dijadikan berita. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih gampang diingat dan lebih berarti (Sobur, 2009:162).

### **2.3.4 Aspek *Framing***

Proses dalam aspek *framing* yaitu memilih fakta yang didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta selalu terkandung dua kemungkinan yaitu apa yang dipilih dan apa yang dibuang.

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. 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 (Eriyanto, 2002:69-70).

### **2.3.5 Efek *Framing***

Salah satu efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas sosial yang begitu kompleks, penuh dengan dimensi dan tidak beraturan, yang disajikan dalam berita sebagai suatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika (Eriyanto, 2002:140).

Dalam hal ini khalayak disediakan informasi yang mudah dan yang mudah dipahami oleh khalayak secara umumnya. Teori ini menunjukkan bagaimana wartawan membuat simpifikasi, prioritas, dan struktur tertentu dalam peristiwa. Karenanya, *framing* menyediakan kunci bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan ditafsirkan dalam bentuk berita. Untuk lebih lengkapnya efek framing bisa dilihat dalam tabel berikut ini :

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

( Eriyanto, 2002:148 ).

## **2.4 Majalah**

### **2.4.1 Konsep Majalah**

Definisi majalah menurut ensiklopedia (1991) adalah media komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala yang menggunakan sampul, membuat berbagai macam tulisan dan disertai oleh bermacam foto.

Menurut Effendy (2002) majalah diartikan sebagai media cetak yang diterbitkan secara berkala dan berulang-ulang secara teratur. Baik seminggu sekali, dua minggu sekali, sebulan sekali sampai satu tahun sekali.

Majalah juga memiliki ciri yang berbeda dengan media cetak lainnya. Berikut adalah karakteristik dan ciri-ciri majalah secara umum menurut Ardianto (2005:113).

1. Penyajian lebih dalam. Hal ini dikarenakan wartawan yang bekerja di majalah lebih memiliki waktu yang lebih panjang dalam mengobservasi dan mencari data-data yang nantinya akan diturunkan menjadi sebuah berita.

2. Nilai aktualitasnya lebih lama. Apabila nilai aktualisasi surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualisasi majalah dapat berumur satu minggu.
3. Gambar dan foto lebih banyak. Dengan data yang lebih lengkap dibanding dengan surat kabar, majalah memiliki kelebihan dalam menampilkan foto yang lebih banyak dengan kertas yang lebih baik serta gambar yang lebih besar.
4. *Cover* sebagai daya tarik. Sampul majalah biasanya lebih menarik, selain memiliki waktu yang lebih lama dalam membuat layout sampul, kertas yang digunakan untuk menjadikan sampul pasti lebih baik dan juga dengan warna-warna yang menarik perhatian pembaca.

Sejalan dengan persaingan yang memaksa adanya spesialisasi dalam media, tiap majalah telah menemukan kekuatan mereka dalam menarik pembaca, tidak hanya secara geografis, tetapi juga kepentingan-baik profesi, pekerjaan, atau bahkan seksual.

Berdasarkan visi dan segmentasi, Wahyudi (2002:21) membagi majalah menjadi 16 kategori yaitu:

1. Majalah foto yaitu majalah yang mengupas tentang teknik foto, perlengkapan foto dan segala macam yang berbau fotografi

2. Majalah anak-anak yaitu majalah yang mengupas tentang hal yang berkaitan dengan anak-anak mulai dari edukasi, edugame, cerita bacaan tentang anak-anak.
3. Majalah berita yaitu majalah yang mengupas tentang sebuah kejadian atau isu yang sedang marak saat itu seperti hukum, politik dan sebagainya.
4. Majalah Ilmiah yaitu majalah yang membahas mengenai kasus ilmiah.
5. Majalah Keagamaan yaitu majalah yang mengupas tentang sisi-sisi yang berbau agama.
6. Majalah Keluarga yaitu majalah yang mengupas tentang berbagai hal mengenai ayah, ibu, dan anak.
7. Majalah Perusahaan yaitu majalah yang mengupas tentang sebuah perusahaan.
8. Majalah Remaja yaitu majalah yang mengupas tentang kehidupan anak remaja.
9. Majalah Sari Tulisan yaitu majalah yang mengupas tentang kedalaman sebuah berita
10. Majalah Wanita yaitu majalah yang mengupas tentang kehidupan wanita.
11. Majalah Pria yaitu majalah yang mengupas tentang kehidupan pria.

12. Majalah Kesehatan yaitu majalah yang mengupas tentang kesehatan.

13. Majalah Olahraga yaitu majalah yang mengupas tentang berita-berita olahraga.

14. Majalah sastra yaitu majalah yang mengupas tentang sastra dan bahasa

15. Majalah Budaya yaitu majalah yang mengupas tentang kebudayaan.

16. Majalah Hiburan yaitu majalah yang mengupas mengenai hiburan.

Dengan semakin berkembangnya majalah dengan kategori-kategori khusus yang lebih spesifik. Tetapi tidak melepaskan majalah dari fungsinya (Effendy:2002).

1. Fungsi Menyiarkan Informasi dalam majalah alasan orang berlangganan majalah atau membeli majalah adalah untuk mendapatkan berita dan informasi yang pembaca butuhkan.
2. Fungsi Mendidik adalah sebagai sarana pendidikan majalah memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak bertambah pengetahuannya.
3. Fungsi Menghibur dalam majalah untuk mengimbangi berita-berita *hardnews*.
4. Hal ini semata-mata untuk melepaskan pemikiran

## 2.5 Konsep Berita

### 2.5.1 Definisi Berita

Haris Sumandiria (2005:65) mengartikan berita sebagai sebuah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan *online*.

Jacob Oetama dalam Perspektif Pers Indonesia mendefinisikan berita itu bukan fakta tetapi berita itu laporan fakta. Suatu peristiwa menjadi berita apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuat berita masuk kepada kesadaran publik dan dengan demikian menjadi pengetahuan publik secara aktual.

Menurut Mitchel V. Charnley seperti dikutip oleh Asep Syamsul dan M. Romli (2001:1) berita adalah suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka.

### 2.5.2 Elemen Berita

Sebuah artikel yang layak dikatakan berita haruslah memenuhi 5W 1H. Ini adalah dasar dari seluruh kegiatan jurnalistik. Berita yang layak diturunkan haruslah memenuhi standar berikut:

1. *Who*. Siapa nama orang-orang yang terlibat dalam peristiwa.
2. *What*. Dapat menceritakan apa yang benar-benar terjadi dan mengerti jalan cerita yang jurnalis tulis.

3. *When*. Catatlah hari dan waktu peristiwa atau kejadian itu berlangsung.
4. *Where*. Dapatkan lokasi kejadian dan gambarkanlah.
5. *Why*. Memberikan penjelasan mengapa peristiwa ini dapat terjadi dan bagaimana cara penyelesaiannya.
6. *How*. Cari banyak informasi tentang kejadian itu. Bagaimana itu bisa terjadi

Namun Ishwara juga menambahkan *So What* dalam standart penulisan berita. Hal ini dimasukan untuk mengetahui apa dampak terhadap individu yang terlibat dalam peristiwa ini dan apa dampak bagi pembaca (Ishwara, 2005: 36-37).

Selain itu kandungan sebuah berita juga dapat dipertanggung jawabkan apabila memenuhi elemen-elemen yang dibutuhkan. Kovach (2005:6) menyebutkan bahwa sebuah berita jurnalistik haruslah memenuhi sembilan elemen ini:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran.
2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat.
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
4. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap narasumber berita.
5. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan.
6. Jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat.
7. Jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting, menarik, dan relevan.

8. Jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proposional.

9. Praktis jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Sembilan elemen ini bukanlah sebuah rumusan dari seorang wartawan atau seorang pakar komunikasi. Namun hal ini terbentuk dari hasil wawancara yang dilakukan oleh pengarang buku tersebut kepada banyak wartawan. Dan akhirnya disimpulkan dari hasil wawancara tersebut menjadi 9 elemen diatas.

Berita yang diturunkan haruslah bersikap objektif dan berkepentingan terhadap publik. Selain itu wartawan juga harus bersikap independen dalam menulis sebuah berita, tidak ada faktor kedekatan dan kebencian yang masuk dalam tulisan mereka. Berita yang diturunkan pun tidak boleh dicampur oleh opini yang wartawan milki.

Meski dalam kolom opini surat kabar memiliki wewenang untuk menyampaikan sikap resmi dari surat kabar tersebut, namun opini yang dikeluarkan alangkah lebih baiknya berpihak pada kepentingan publik dan bukan hanya memberi kritikan-krikikan tajam yang menyakitkan, namun juga memberikan jalan keluar yang dapat dijadikan masukan. (Kovach, 2005:133-139)

### **2.5.3 Nilai Berita**

Setiap peristiwa bukanlah berita, ada nilai-nilai yang menjadikan peristiwa itu baru dapat dikatakan berita. Hanya peristiwa yang mempunyai ukuran tertentu saja yang layak diberitakan dan mempunyai daya tarik untuk khalayak mengetahuinya.

Pada hakikatnya nilai berita itu merupakan pandangan dari wartawan itu sendiri. Maka hal yang sering terjadi adalah nilai berita ditentukan oleh media massa,

dan tak jarang ditemukan juga nilai berita disetiap media massa itu berbeda. Pada umumnya nilai berita yang digunakan oleh media massa adalah sebagai berikut:

1. *Prominence* yaitu peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting contohnya kenaikan BBM yang mempengaruhi semua lapisan masyarakat
2. *Human Interest* yaitu peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak contohnya peristiwa seorang anak yang tidak bisa bersekolah karena kesulitan ekonomi sedangkan anggota DPR sedang mengajukan perbaikan toilet yang bernilai milyaran rupiah.
3. Konflik yaitu Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja contohnya penyerangan beberapa oknum yang mengatas namakan agama yang menyerang jemaat Ahmadiyah beberapa tahun lalu.
4. *Unusual* yaitu berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi contohnya munculnya *circle line* beberapa bulan yang lalu ditanah jawa, banyak yang menduga bahwa itu adalah pesawat yang ditumpangi oleh manusia dari luar planet.
5. *Proximity* yaitu peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari segi fisik maupun

emosional lainnya contohnya Malaysia yang mengklaim bahwa reog adalah kesenian asli Malaysia (Eriyanto, 2001:106-107).

## **2.6 Konflik**

### **2.6.1 Pengertian Konflik**

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan konflik sebagai percekocokan; perselisihan; pertentangan. Pertentangan yang dimaksud adalah pertentangan antara dua kekuatan, pertentangan dalam diri satu tokoh dan sebagainya. Sedangkan jika dilihat berdasarkan etimologis atau asal usul katanya, konflik berasal dari kata latin yaitu *configure* yang berarti memukul.

Konflik menurut Daniel Webster (2001:1) yaitu pertama, persaingan atau pertentangan antara pihak-pihak yang tidak cocok satu dengan yang lain. Berbeda pendapat, pertentangan individu biasanya menjadi permulaan dari munculnya konflik tersebut. Konflik juga diartikan sebagai sebuah pertikaian antara dua orang atau lebih yang kemudian berkembang menjadi tindakan kekerasan (Freauenrath, 2003:23).

Konflik tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Mulai dari urusan rumah tangga-perang dunia pasti bermula dari satu nama yang bernama konflik. Walaupun secara otomatis kita menolak adanya konflik dan lebih mengharapkan perdamaian, sejarah membuktikan kalau konflik adalah hal yang tidak dapat dihilangkan. Coser (1956) menyatakan konflik dan konsensus, integrasi dan perpecahan adalah proses fundamental yang walau dalam porsi dan campuran yang berbeda merupakan bagian dan setiap sistem sosial yang dapat dimengerti (Poloma, 1994).

## 2.6.2 Media dan Konflik

Menurut Hanif Suranto dalam buku konflik multikultural, tanpa media massa, sebuah kontroversi atau konflik tak akan memiliki legitimasi. Tapi konflik hanya akan terkandung menjadi sebuah informasi kecil yang amat terbatas diketahui khalayak.

Sedangkan dalam kapasitas dan kekuatannya, media massa memainkan peranan terbesarnya dalam percepatan sebuah topik menuju kesadaran, kepentingan, dan intensitas masyarakat yang lebih tinggi dan luas lagi ( Suranto, 2001). Media dinilai memiliki agenda tertentu dalam meliput sebuah konflik. Media bisa memuat berita sebuah konflik, lalu membentuk opini publik tentang konflik tersebut. Atau malah sama sekali tidak memuat berita sebuah konflik yang berarti menghilangkan sebuah peristiwa dari agenda perbincangan dan menutup hak setiap orang untuk mendapatkan informasi.

Sikap ini banyak ditentukan oleh media dalam melihat sebuah permasalahan atau konflik, kepentingan bisnis, kebijakan editorial, dan juga ideologi sebuah media adalah faktor-faktor yang mempengaruhi media dalam menurunkan berita yang berbau konflik. Sosiolog Thamrin Amal menyebutkan betapa sulitnya jurnalisisme mencari suatu rumusan yang tepat, yang kira-kira menghasilkan satu pemahaman yang berbeda-beda dari kedua pihak yang berkonflik (Suranto,2001).

Pada akhirnya, media dihadapkan pada dua pilihan: menyulut atau memadamkan konflik. Khalayak selalu ingin tahu apa yang sebenarnya terjadi dalam

sebuah konflik. Dan di sini akan muncul dua golongan media, yang satu berharap konflik agar pecah dan yang satu berharap konflik tidak pecah. Golongan pertama cenderung akan kehilangan ilusi objektivitas, karena perhatian terbesar difokuskan pada efek konflik dan tanpa mengindahkan peran media untuk ikut mencari jalan keluar. Hal ini biasa disebut dengan jurnalisme perang. Sementara golongan kedua mencoba menghadirkan jurnalisme yang bertanggung jawab, mencoba mencari tahu akar-akar permasalahan secara komprehensif dan mencoba ikut terlibat dalam pencarian jalan penyelesaian. Media seperti ini biasa disebut jurnalistik damai.

### **2.6.3 Media dan Agama**

Menurut Ralph Reed dalam Suranto dan Widodo (2010) banyak berita di media massa yang memperlakukan dan memberitakan agama dalam bingkai-bingkai kekerasan. Berita media yang bersinggungan dengan agama masih berpusat pada skandal, kekerasan dan, ancaman

Pemberitaan yang seperti ini selalu mendapatkan porsi yang besar dalam media massa. Adagium lama yang menyatakan kabar buruk adalah kabar bagus di dunia jurnalistik adalah salah satu faktor mengapa berita mengenai agama hanya dilihat dari sudut ancaman, kekerasan dan sebagainya.

Dengan begitu banyaknya agama, ras, dan budaya di Indonesia yang penuh dengan keberanekaragaman tentunya menjadi sebuah pemandangan yang sungguh menyenangkan dan tidak dapat dilihat diseluruh belahan dunia. Menurut Ibrahim dalam Suranto dan Widodo (2010) keragaman yang tidak dilandasi kelapangan hati

untuk menerima perbedaan bisa menjadi sumber konflik yang tak hanya pada level pemikiran tetapi juga pada sikap dan tindakan.

Dalam perkembangannya negara yang plural seperti Indonesia hal pembangunan kesadaran dan budaya toleransi menjadi hal yang penting. Setiap pemuka agama, ormas, dan lembaga keagamaan harus menyediakan ruang belajar bersama untuk memupuk toleransi yang menjadi realitas dan keniscayaan dalam masyarakat politik yang tersusun dari lapisan bangsa yang majemuk.

Dalam hal ini media diharapkan memberikan dukungan dalam menanamkan kesadaran tentang arti penting toleransi dan keterbukaan dalam masyarakat multikultur (Suranto:2010).

Di Indonesia, di mana konflik-konflik bernuansa keagamaan masih kerap terjadi dikalangan masyarakat, peran media semakin penting terutama di tengah-tengah masyarakat yang sedang dalam bara konflik. Konflik yang bermunculan bisa diakibatkan oleh doktrin, izin dan sebagainya yang bisa menyebabkan terjadinya konflik yang lebih besar dengan penyerbuan, kekerasan dan sebagainya. Kekerasan-kekerasan seperti yang berlangsung di beberapa komunitas urban yang terjadi di sejumlah daerah Indonesia, tak jarang dicirikan oleh penyerangan, pembakaran, dan bahkan penghilangan nyawa.

Dalam masyarakat yang sedang bertikai, peran dan kredibilitas media semakin dipertaruhkan. Dalam hal ini media bisa ikut mendorong sikap-sikap permusuhan dalam perkara keagamaan. Untuk alasan ini, peran media sering menimbulkan

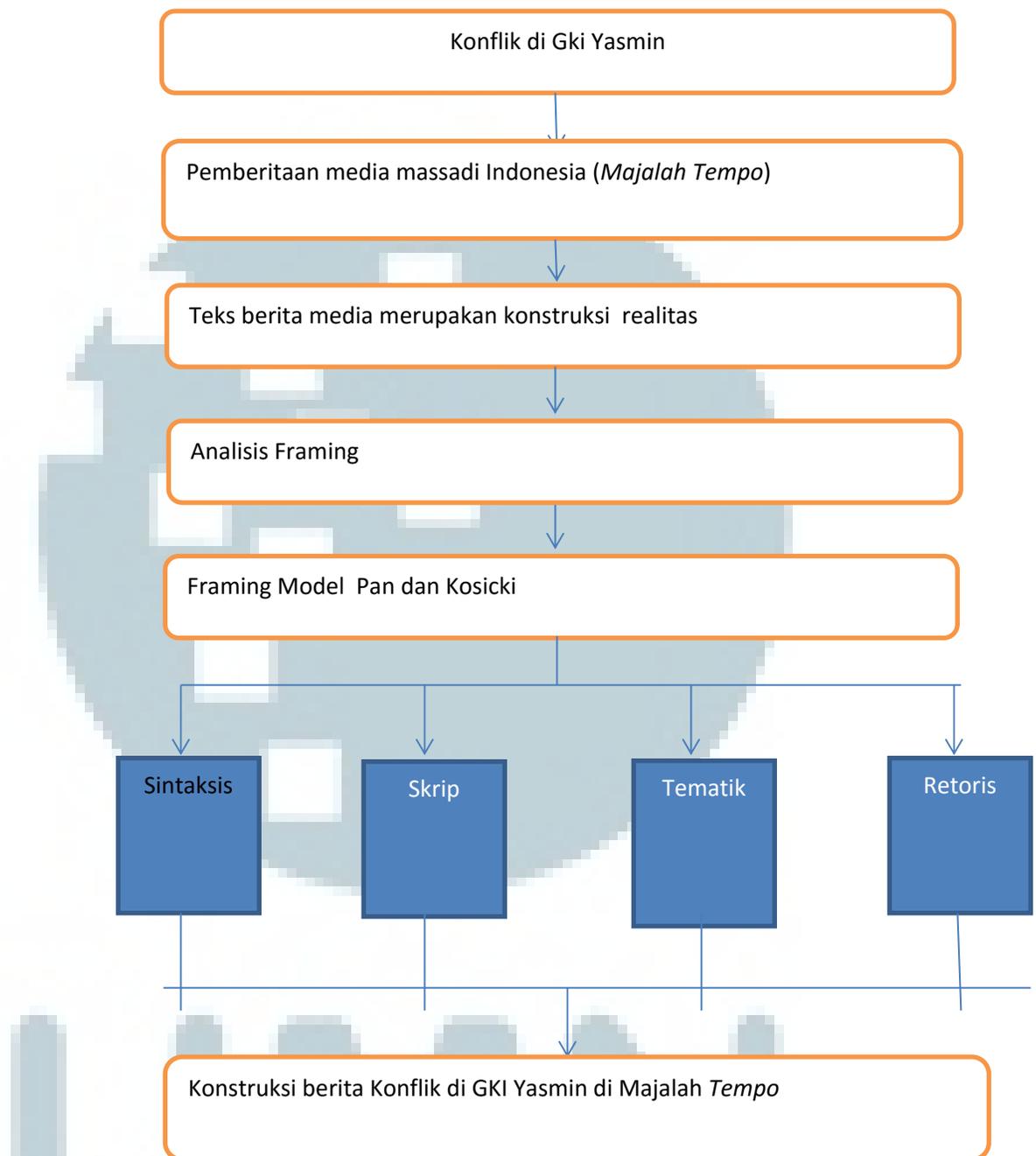
masalah dikalangan pemeluk agama tertentu dan dinilai tidak menyelesaikan masalah oleh para pemimpin politik dan keagamaan sehingga membuat wartawan dan medianya hanya menjadi sasaran kritik.

Namun fenomena yang terjadi di Indonesia apabila terjadi kasus yang berbau agama, media cukup berhati-hati dalam memberitakan isu-isu yang keagamaan terutama kalau itu menyangkut rasa hormat terhadap keyakinan religius. Media cenderung menghindari komentar-komentar diskriminatif yang diarahkan pada komunitas keyakinan tertentu (Suranto:2010).

## **2.7 Kerangka Pemikiran**

Di bawah ini adalah kerangka pemikiran penelitian dengan menggunakan pemberitaan konflik di GKI Yasmin dalam Majalah *Tempo*

UMMN



**Gambar 2.1**  
**Kerangka pemikiran**