



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 KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelumnya pada Januari 2012 telah ada penelitian tentang kontroversi dengan berita mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar. Penelitian ini dilakukan oleh Gema Mawardi, mahasiswi Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi. Judul penelitian ini adalah *Pembingkaihan Berita Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar pada mediaindonesia.com dan vivanews.com tanggal 7 September 2011)*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran bagaimana framing pemberitaan yang dilakukan oleh media dalam menyampaikan peristiwa mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar. Model framing yang digunakan adalah Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Kesimpulan dari hasil penelitiannya adalah kedua media memperlihatkan bahwa kepemilikan media memberikan dampak keberpihakan pemberitaan.

Hal ini menunjukkan objektivitas media sangat dipengaruhi oleh pemilik media tersebut. Framing yang dilakukan mediaindonesia.com terhadap berita mundurnya Surya Paloh tersebut sangat berpihak pada kepentingan pemilik media, yakni Surya Paloh sendiri. Sedangkan

vivanews.com membingkai mundurnya Surya Paloh dari Golkar merupakan upaya menutupi kealahannya dari Bakrie. Dalam framenya vivanews.com masih menunjukkan usaha media untuk melakukan pendekatan pada objektivitas pemberitaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada isu yang digunakan. Dalam penelitian Gema adalah mengenai kontroversi mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar, sedangkan yang diteliti penulis adalah aksi protes terkait kontroversi pelecehan agama sehubungan dengan film *Innocence of Muslims*.

Meskipun media massa yang digunakan berjumlah sama, tetapi penulis menggunakan media massa cetak (surat kabar), sedangkan Gema menggunakan media online dalam penelitiannya.

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, serta sama-sama menganalisis pemberitaan kontroversi dalam media massa.

Akan tetapi, belum ditemukan penelitian sebelumnya yang serupa dengan mengangkat topik yang sama, yaitu mengenai film *Innocence of Muslims*. Oleh sebab itu bisa dikatakan bahwa penelitian ini merupakan penelitian pertama yang mengamati framing di dalam dua media mengenai aksi protes yang terkait dengan film *Innocence of Muslims*.

2.2 Komunikasi Massa

Konsep khalayak dapat dijelaskan lebih terperinci pada konsep massa. McQuail (2002:41) dalam Bungin (2006: 98) mengemukakan ada empat komponen massa, yaitu

- ❖ Anggota massa adalah orang-orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam-macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial.
- ❖ Massa terdiri dari individu-individu yang anonim.
- ❖ Biasanya secara fisik, anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota-anggota massa dimaksud.
- ❖ Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti hanya suatu kerumunan (*crowd*).

Dalam perkembangan kebudayaan manusia, komunikasi massa menjadi proses dan bidang ilmu komunikasi yang mempunyai tingkat pengaruh yang cukup penting pada kehidupan manusia sehari-hari. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, seperti cetak dan elektronik. Sebab, awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (Nurudin, 2007 :20).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2005 :188), “Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*)”. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, dan televisi- keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah- keduanya disebut dengan media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Ahli komunikasi lain menjelaskan definisi komunikasi massa lebih rinci. Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia (Rakhmat, 2005: 188).

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa

komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (suratkabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada khalayak luas dengan tujuan tertentu (Mulyana, 2008: 45). Menurut Bungin (2006:79-81) komunikasi massa mempunyai beberapa fungsi, yakni sebagai berikut.

1. Fungsi *Social Learning*

Memandu dan memberikan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat merupakan fungsi utama dari komunikasi massa.

2. Fungsi Pengawasan

Dilakukan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas preventif yang bertujuan untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Fungsi ini juga bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif.

3. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam kurun waktu yang cepat dan singkat.

4. Fungsi Tranformasi Budaya

Fungsi transformasi budaya adalah sebagai bagian dari budaya global. Sebagaimana diketahui bahwa perubahan-perubahan

budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia.

5. Hiburan

Komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa dalam menyampaikan kepada khalayak ramai.

2.2.1 Media Massa

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (Kovach, 2006: 38-39), media massa merupakan sebuah sarana utama dan paling besar dalam menyampaikan pesan secara langsung dan serentak, serta berperan aktif dalam menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2009: 122). Media massa secara garis besar dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu

- Media massa cetak meliputi surat kabar, majalah, tabloid dan bulletin.
- Media massa elektronik mencakup media massa audio/suara, seperti radio dan media massa visual/gambar, yaitu televisi dan film. (Sendjaja, 2007: 59)

Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2005 : 48). Media

massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikasi.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007: 48).

Setiap harinya, media massa memuat berita. Namun, seringkali berita yang diturunkan oleh media massa tidaklah mencerminkan realitas yang sesungguhnya, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan (Hamad, 2004: 11). Isi media adalah hasil para pekerja yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya.

Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum, dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi (Nurudin, 2007: 62).

2.2.2 Konsep Surat kabar

Surat kabar adalah salah satu jenis dari media massa cetak. Surat kabar bisa disebut sebagai media massa tertua sebelum ditemukannya film, radio, dan televisi. Menurut Dja'far H. Assegaf (Assegaf, 1991: 140), definisi surat kabar ialah sebuah penerbitan berupa lembaran dimana isinya berita-berita, karangan, juga iklan yang dicetak dan terbit secara tetap atau periodik dan dijual untuk umum.

Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf serta lebih disenangi oleh orang tua daripada kaum remaja dan anak-anak. Salah satu kelebihan surat kabar adalah mampu memberikan informasi yang lengkap, bisa dibawa kemana-kemana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh jika diperlukan (Cangara, 2009: 127).

Dalam makalah *Dasar Jurnalistik*, Sobur menyebutkan beberapa fungsi surat kabar secara umum :

♠ Menerbitkan atau menyiarkan berita.

Laporan berita dalam surat kabar harus dilampirkan dengan lengkap, sehingga memuaskan pembaca. Surat kabar harus menyiarkan berita sesuai dengan kebijaksanaan dari pada redaksi. Surat kabar bertindak sebagai penerjemah dari suatu peristiwa dan menceritakan secara benar mengenai peristiwa tersebut.

♠ Memberi komentar terhadap suatu berita.

Cara untuk memenuhi fungsi ini melalui editorial atau tajuk rencana. Editorial merupakan pendapat redaksi media terhadap suatu isu dan memperjelasnya pada pembaca dengan cara memberikan interpretasi dan memberikan latar belakang.

♠ Menghibur pembaca.

Artikel dalam surat kabar dapat memberikan hiburan kepada pembaca.

♠ Menolong pembaca bagaimana cara menggunakan sesuatu.

Dalam buku *New Survey of Journalism*, George Fox Mott mengatakan bahwa surat kabar sangat berperan dalam membantu seseorang. Misalnya, berita yang ditulis

memberikan informasi mengenai kejadian terkini/ beragam informasi mengenai resensi film dan buku.

♠ Menerbitkan atau menyiarkan barang dan jasa.

Dari segi periode terbit ada surat kabar harian dan ada surat kabar mingguan. Surat kabar harian adalah surat kabar yang terbit setiap hari.

Suara Pembaruan dan Republika merupakan contoh dari surat kabar harian. Media cetak lebih termasa dibandingkan dengan media elektronik (Ishwara, 2005: 38). Surat kabar sebagai media massa cetak memiliki lima karakteristik sebagaimana dikatakan Onong Uchjana Effendy dalam karya *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, yaitu (Effendy, 1993: 241)

- 1) Publisitas. Penyebaran pada publik atau khalayak.
- 2) Perioditas. Keteraturan terbit bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan.
- 3) Universalitas. Isi suratkabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia seperti masalah sosial, ekonomi, sosial, budaya, dan lain-lain.
- 4) Aktualitas. Berisi laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat.
- 5) Terdokumentasi. Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel bisa diarsipkan atau dibuat kliping (Rakhmat, 2009:15).

2.2.3 Konsep Berita

Kejadian atau peristiwa dapat menghasilkan fakta yang sangat banyak. Tetapi, tidak semua peristiwa tersebut dapat ditulis dan dikategorikan sebagai sebuah berita jurnalistik. Berita merupakan laporan tentang kejadian-kejadian atau mengenai informasi yang sebelumnya tidak diketahui (Potter, 2006: 5).

Menurut Eriyanto (2002: 102), berita adalah hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu dalam satu kategori tertentu. Berita harus selalu terkait dengan ide terbaru yang benar, menarik, atau penting bagi sebagian besar khalayak, sebagaimana dikatakan oleh Haris Sumadiria (2008: 65). Ia melanjutkan, bahwa sebuah peristiwa dapat dikatakan sebagai berita bila mengandung nilai-nilai berita di dalamnya. Menurut Haris terdapat sebelas nilai berita, seperti yang diungkapkan Brian S. Brook dalam *News Reporting and Editing* (Sumadiria, 2008 : 80) :

- 1) Keluarbiasaan (*unusualness*). Keluarbiasaan bisa berupa perbedaan budaya, politik, ekonomi, sosial, pertahanan, keamanan atau bisa karena adanya keluarbiasaan dari seseorang atau lembaga dalam menghadapi suatu peristiwa.
- 2) Kebaruan (*newness*). Berita merupakan semua dari hasil karya terbaru. Peristiwa yang baru terjadi atau *current issue* akan lebih diminati oleh khalayak.

3) Akibat (*impact*). Dampak berita bergantung pada seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan tersebut bisa membuat khalayak tersentuh atau tidak. Sebuah peristiwa yang berdampak luas bagi seluruh masyarakat, merupakan berita.

4) Aktual (*timeliness*). Terdapat tiga aktualitas, yaitu kalender berdasarkan tanggalan, waktu, dan masalah. Media massa harus memuat atau menyiarkan sebuah berita aktual yang dibutuhkan oleh masyarakat.

5) Kedekatan (*proximity*). Sebuah peristiwa bisa dijadikan berita bila terdapat nilai kedekatan. Kedekatan ini bisa berupa kedekatan secara geografis, seperti wilayah tinggal dan bisa berupa kedekatan psikologis, seperti perasaan empati.

6) Informasi (*information*). Berita merupakan informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat. Namun hanya informasi yang ada kaitannya dengan kepentingan hajat hidup orang banyaklah yang disampaikan.

7) Konflik (*conflict*). Konflik adalah unsur yang nilai beritanya cukup tinggi. Konflik merupakan sumber berita yang tidak akan pernah habis.

8) Kemasyhuran (*prominence*). Suatu peristiwa bisa menjadi suatu berita jika terkait dengan orang penting atau peristiwa penting atau juga lembaga/organisasi penting.

9) Ketertarikan manusiawi (*human interest*). Bukan hanya peristiwa konflik saja yang bisa dijadikan berita, tetapi peristiwa yang dramatis juga bisa menjadi menarik untuk diberitakan.

10) Kejutan (*surprising*). Kejutan bisa dijadikan berita, dimana hal ini merujuk pada ucapan dan perbuatan manusia, atau bisa juga berupa perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar dan peristiwa mengejutkan.

11) Seks. Seks identik dengan perempuan, dimana berita tentang perempuan dinilai memiliki nilai jual yang tinggi karena selalu dinanti dan bahkan dicari.

Sebuah berita biasanya mengandung 5W+1H (*who, why, what, when, where, dan how*), dimana pertanyaan tersebut nantinya akan dijawab oleh wartawan. Terdapat lima kategori berita menurut Eriyanto, yaitu

1. *Hardnews* merupakan berita mengenai peristiwa hari ini.

Jenis berita ini dibatasi oleh aktualitas dan waktu. Untuk mengukur keberhasilannya berdasarkan kecepatan berita tersebut.

2. *Softnews* merupakan kategori berita yang berhubungan dengan kisah manusiawi yang menarik. Namun peristiwa yang disajikan tidak seperti *hardnews*. Ukuran dari berita ini

adalah apakah informasi yang disajikan kepada khalayak menyentuh emosi dan perasaan khalayaknya.

3. *Spotnews* adalah subklasifikasi dari berita yang berkategori *hardnews*. Peristiwa yang diliput tidak bisa direncanakan, misalnya seperti tragedi kebakaran, pembunuhan, kecelakaan, dan sebagainya.

4. *Developing News* juga merupakan subklasifikasi dari *hardnews*. Peristiwa yang diberitakan merupakan peristiwa yang tidak terduga, namun peristiwa yang diberitakan adalah bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan esok harinya atau adanya berita lanjutan, misalnya berita pesawat jatuh, kapal tank yang tenggelam.

5. *Countinuing news* masih merupakan subklasifikasi dari *hardnews*. Pada jenis berita ini, peristiwa-peristiwa dapat diprediksi dan direncanakan. Proses dan peristiwa tiap hari berlangsung secara kompleks, tetapi berada dalam wilayah pembahasan yang sama pula.

Menurut Fishman (Eriyanto, 2001: 100), berita adalah apa yang pembuat berita tulis. Menurutnya ada dua kecenderungan studi dalam melihat produksi berita. Pandangan pertama ialah *selectivity of news* (seleksi berita). Intinya, proses produksi berita ialah proses seleksi. Pandangan kedua ialah *creation of news* (pembentukan berita). Menurut perspektif ini peristiwa itu dibentuk, bukannya

diseleksi. Wartawanlah yang membentuk peristiwa, dan dianggap aktif dalam proses pencatatan suatu peristiwa. Berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, bukan karena ada realitas subjektif yang berada di luar, tetapi karena orang akan mengorganisasikan dunia menjadi koheren, beraturan, dan memiliki makna.

2.3 Konstruksi Sosial

Filsafat konstruktivisme merupakan awal dari konstruksi sosial. Manusia adalah makhluk sosial sehingga kebenaran pernyataan harus dibuktikan oleh logika, dan dasar pengetahuan adalah fakta, inilah kunci pengetahuan sebagaimana yang dikatakan Aristoteles dan dikutip oleh Burhan Bungin dalam buku Sosiologi Komunikasi (Bungin, 2006: 189).

Aristoteles memperkenalkan istilah "*Cogito, ergo sum*" yang artinya "saya berfikir karena itu saya ada". Dengan berfikir manusia sadar akan kehidupan. Melalui pikirannya manusia secara aktif selalu menanggapi realitas sosialnya. Itulah sebabnya manusia disebut sebagai makhluk yang berfikir. Dalam Effendy (2000), manusia memiliki kebebasan dalam bertindak. Tindakan tersebut merupakan bentuk respon manusia terhadap stimulus yang merangsang pikirannya. Oleh karena itu, manusia secara aktif dan kreatif dipandang sebagai pencipta (mengkonstruksi) realitas sosial yang bebas di dalam dunia sosialnya. Gagasan konstruktivisme dari konstruksi sosial merupakan hasil pemikiran Aristoteles.

Konstruksi sosial pada umumnya memandang bahwa manusialah yang aktif dan kreatif menjadi pencipta realitas sosial yang bebas dalam

dunia sosialnya. Bungin (2006: 193) mengatakan bahwa konstruktivisme yang disebut sebagai konstruksi sosial adalah konstruktivisme yang dilihat sebagai suatu kerja kognitif lalu dapat digunakan untuk menafsirkan dunia pada realitas yang ada, ini terjadi karena adanya relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang sekitarnya. Lalu individu tersebut membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihatnya berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya. Eriyanto (2002: 37) juga mengatakan bahwa paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial sebagai hasil dari konstruksi sosial.

Bahasa merupakan unsur utama yang dapat menciptakan konstruksi realitas. Tanpa bahasa, maka tidak ada berita, cerita atau pun ilmu pengetahuan (Sobur, 2006: 91). Bahasa menjadi alat konseptualisasi dan alat narasi untuk manusia dalam melihat dan menanggapi realitas sosial. Menurut Hamad (2004: 57), *“Bahasa bukan cuma mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus menciptakan realitas.”*

2.3.1 Konstruksi Sosial atas Realitas

Lebih mendalam lagi, masuk ke dalam pembahasan mengenai teori konstruksi sosial atas realitas. Konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai sebuah proses sosial yang terjadi melalui tindakan dan interaksi, dimana individu menciptakan suatu realitas yang dialami bersama secara berkelanjutan dan subjektif (Poloma, 2004: 56). Istilah konstruksi sosial atas realitas diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul

The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge (1966). Berger dan Luckmann sebagai pencetus teori ini, menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2006: 195).

Mereka juga memisahkan pemahaman *kenyataan* dan *pengetahuan*.

“Realitas sebagai kualitas diakui memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik secara spesifik” (Sobur, 2006: 91).

Realitas adalah suatu perspektif tentang hal-hal faktual yang digabungkan dengan kesadaran manusia untuk memahami suatu gejala tertentu. Suatu realitas didefinisikan sebagai “sosial” dan disebut “realitas sosial” karena hanya dapat terbentuk dari interaksi sosial yang dilakukan oleh manusia itu sendiri. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin, 2006: 203). Realitas media dikonstruksi ke dalam dua model (Bungin, 2008: 216-218).

- a) Model refleksi realitas, yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di dalam masyarakat.
- b) Model peta analog, merupakan model dimana suatu konstruksi realitas dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa, seperti sebuah analogi kejadian yang seharusnya terjadi, bersifat rasional, dan dramatis.

Menurut Bungin (2008), pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan. Dalam teori Berger dan Luckmann, terjadi dialektika antara hal berbahasa dan bernalar dengan dialog sebagai cara untuk menyelidiki suatu masalah (Bungin, 2008: 61) antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Berger dan Luckmann menjelaskan tiga tahap proses dialektis pemahaman terhadap suatu realitas yang disebutnya sebagai momen (Eriyanto, 2002: 14-15), yaitu

➤ Eksternalisasi (*society is a human product*)

Eksternalisasi merupakan tahap yang paling mendasar pada perilaku manusia. Berger dan Luckman yang dikutip Bungin mengatakan, “Produk-produk sosial dari eksternalisasi manusia dengan konteks organismis dan konteks lingkungannya, maka penting ditekankan bahwa eksternalisasi itu sebuah keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia.” (Bungin, 2006:194).

Eksternalisasi ialah eksistensi manusia yang tinggal di dalam dirinya sendiri, dalam suatu lingkungan tertutup dan kemudian bergerak keluar untuk mengekspresikan diri dalam dunia sekelilingnya (Eriyanto, 2002:14). Ketika produk-produk sosial tercipta, maka tahap eksternalisasi pun berlangsung dalam masyarakat

dan kemudian individu tersebut melakukan penyesuaian diri pada dunia sosio-kulturnya sebagai bagian dari produk manusia. Hal ini merupakan sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia berusaha menemukan dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia – dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

➤ **Objektivasi (*society is an objective reality*)**

Objektivasi menurut Bungin (2006:194) merupakan tahap dimana produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memmanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama.

Tahap ini dapat bertahan lama hingga individu dapat memahami secara langsung. Individu ini dapat melakukan objektivasi terhadap produk sosial dan harus saling bertemu sehingga terjadi melalui penyebaran opini yang berkembang tanpa harus terjadi tatap muka antara individu tersebut dengan pencipta produk sosial tersebut. Tahap ini dilakukan dengan penandaan yang dibuat oleh manusia, salah satu hasil dari eksternalisasi ini misalnya, manusia menciptakan alat demi mempermudah hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa.

Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia. Pada tahap ini sebuah

produk sosial berada pada proses institusionalisasi. Objektivasi bisa terjadi melalui penyebaran opini. Oleh sebab itu, bahasa berperan penting dalam proses objektivasi (Bungin, 2006: 195).

Bahasa merupakan alat simbolis untuk mensignifikasi di mana logika ditambahkan secara mendasar pada dunia sosial yang diobjektivasi. Bahasa digunakan untuk mensignifikasi makna-makna yang dipahami sebagai pengetahuan yang relevan dengan masyarakat (Berger dan Luckmann, 1990: 100). Jadi, dengan demikian yang terpenting dalam tahap objektivikasi ini adalah melakukan signifikasi, memberikan tanda bahasa dan simbolisasi terhadap benda yang disignifikasi (Bungin, 2006: 196).

➤ Internalisasi (*man is a social product*)

Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Internalisasi merupakan proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sehingga struktur dunia sosial mempengaruhi subjektif individu (Eriyanto, 2002:15).

Internalisasi juga diartikan Bungin (2006:197-198) sebagai pemahaman atau penafsiran yang berlangsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu sendiri.

Pemahaman ini dimulai dengan individu “mengambil alih” dunia dimana sudah ada orang lain. Dalam proses “mengambil alih” itu, individu dapat memodifikasi dunia, bahkan secara kreatif dapat menciptakan ulang dunia. Dalam tahap ini memiliki konsistensi antara internalisasi pertama dengan yang baru. Dalam hal ini, sosialisasi memiliki konsistensi yang bergantung pada masalahnya.

Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksi realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media dalam mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik (Sobur, 2006: 88). Sebagaimana yang dikatakan Peter Dahlgren dan dikutip oleh Eriyanto, realitas sosial menurut pandangan konstruktivis (fenomenologis), setidaknya sebagian adalah produksi manusia, hasil proses budaya, termasuk penggunaan bahasa. Van Dijk menyatakan bahwa lewat kampanye (dis)informasi kelompok kuat dapat menanamkan ideologi mereka kepada kelompok lemah (Eriyanto, 2001:13).

Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, dan bukan sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Setiap orang bisa memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan tertentu. Lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas

sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural (Eriyanto, 2001:15-16).

Konstruksi sosial juga bersifat dinamis, yakni sebagai hasil dari suatu konstruksi, realitas sosial memiliki dua dimensi, yakni realitas objektif dan realitas subjektif sekaligus. Dalam realitas subjektif menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antara individu dengan objek. Sebaliknya realitas berdimensi objektif bersifat eksternal atau berada diluar. Hal itu misalnya dapat kita lihat dari rumusan, institusi, aturan-aturan yang ada dan sebagainya (Wibowo, 2006: 91-92).

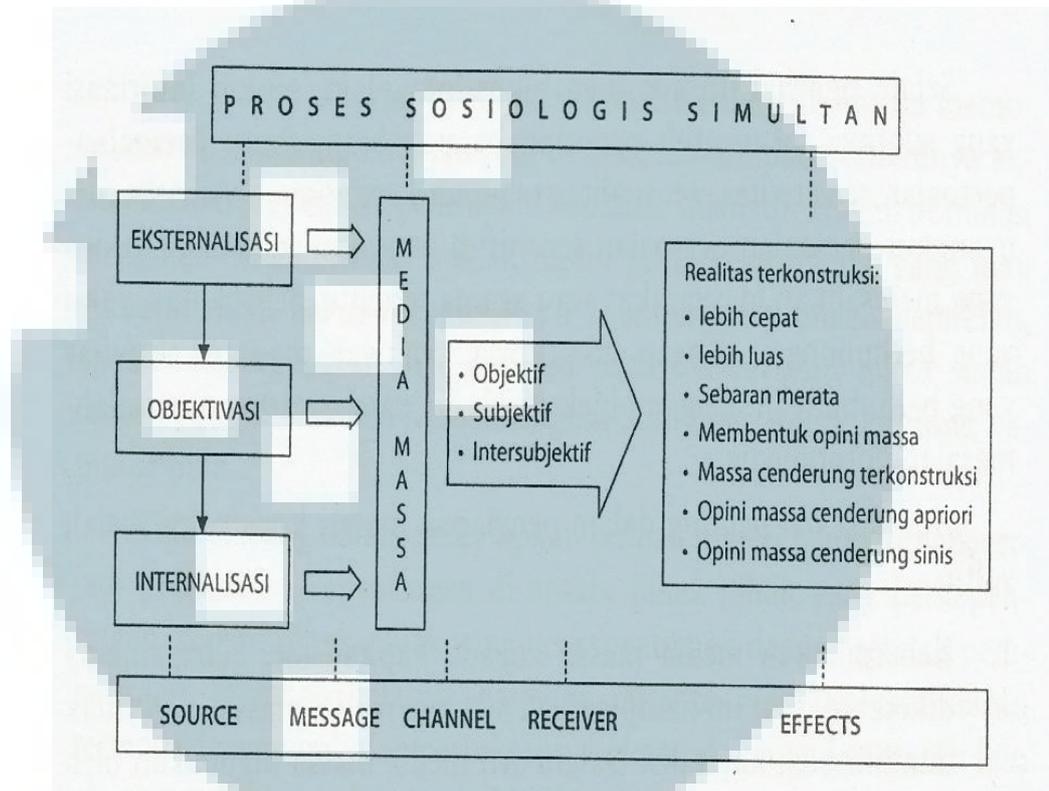
2.3.2 Konstruksi Sosial pada Media Massa

Pemikiran konstruksi realitas sosial telah diperbaharui seiring dengan berkembangnya zaman, dan variabel atau fenomena media massa kini dipandang menjadi sangat substansial.

Bungin (2008: 194) juga mengatakan bahwa substansi dari teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya pun merata. Opini massa terbentuk dari realitas yang terkonstruksi.

Posisi “Konstruksi Sosial Media Massa” adalah sebagai revisi dan koreksi substansi kelemahan juga melengkapi teori sebelumnya, “Konstruksi Sosial atas Realitas Peter L Berger dan Luckmann”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efeknya.

Gambar 2.1
Proses Konstruksi Sosial Media Massa



(Bungin, 2006: 204)

Proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses tersebut melalui beberapa tahap penting. Menurut perspektif ini, proses muncul dari konten konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap (Bungin, 2006: 203). Penjelasananya adalah sebagai berikut (Bungin, 2006: 205-212).

1. *Tahap menyiapkan materi konstruksi:* Tugas redaksi media massa adalah menyiapkan materi konstruksi yang terfokus pada kedudukan, harta, dan perempuan, selain itu juga terfokus pada persoalan

sensitivitas dan sensualitas. Terdapat tiga hal dalam tahapan ini yakni

- (i) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Media massa menggunakan ideologi bahwa kekuatan-kekuatan kapital yang telah membuat media massa laku di masyarakat, oleh sebab itu wajar jika media massa digunakan sebagai sarana pelipatganda uang.
- (ii) Keberpihakan semu kepada masyarakat dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat yang tujuan akhirnya tetap saja “menjual berita”.
- (iii) Keberpihakan kepada kepentingan umum dalam bentuk visi pada setiap media massa. Meskipun visi tersebut tidak lagi ditunjukkan pada media, slogan terkait misi tersebut masih tetap terdengar.

2. *Tahap sebaran konstruksi*: Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat dan secepatnya berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca. Sebarannya menggunakan model satu arah, dimana media menyediakan informasi dan konsumen tidak memiliki pilihan untuk tidak mengkonsumsinya.

3. Pembentukan Konstruksi Realitas :

(i) *Tahap pembentukan konstruksi realitas*: Pembentukan konstruksi berlangsung melalui tiga tahapan, tahap pertama adalah konstruksi realitas pembenaran yaitu masyarakat cenderung membenarkan apa yang disajikan media. Tahap kedua adalah kesediaan pikiran pembaca dan pemirsa untuk dikonstruksi oleh media massa. Tahap ketiga adalah menjadikan konsumen media massa sebagai pilihan yang konsumtif.

(ii) *Pembentukan Konstruksi Citra*: Menurut Bungin (2006: 209) bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi adalah membentuk konstruksi citra dengan menggunakan dua model, yaitu *good news* dan *bad news*. Model *bad news* merupakan sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan. Sedangkan *good news* merupakan suatu konstruksi yang cenderung mengkonstruksi pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik.

4. *Tahap konfirmasi*: Tahap ini merupakan tahap dimana media massa ataupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi sosial (Bungin, 2006: 212).

Konstruksi sosial pada media massa tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (Bungin,

2006: 192). Hal serupa ditegaskan oleh Ibnu Hamad (2004:25), “Media massa tidak hidup dalam situasi yang vakum. Struktur dan penampilan media ditentukan oleh banyak faktor baik eksternal maupun internal”. Oleh sebab itu sangat potensial terjadi peristiwa yang sama namun dikonstruksi secara berbeda (Eriyanto, 2002: 17). Salah satu faktor yang mempengaruhi proses konstruksi berita oleh media massa adalah ideologi media massa.

Menurut James Lull (1998:1) dalam bukunya *Media, Komunikasi, Kebudayaan Suatu Pendekatan Global*, ideologi adalah :

“Pikiran yang terorganisir, yakni nilai, orientasi, dan kecenderungan yang saling melengkapi sehingga membentuk perspektif-perspektif ide yang diungkapkan melalui komunikasi dengan media teknologi dan komunikasi antar pribadi. Ideologi boleh jadi berlandaskan pada fakta yang dapat di cek kebenarannya dalam sejarah atau secara empiris, boleh jadi tidak”.

Ideologi dari sebuah institusi media inilah yang menjadi dasar dan pedoman dalam memproduksi sebuah berita. Seluruh isi/teks yang akan muncul sebagai berita merupakan cerminan dari ideologi yang dianut oleh media yang bersangkutan, sehingga tak jarang wartawan menuliskan berita yang lebih memihak pada salah satu pihak (Eriyanto, 2002: 137).

Wartawan dari masing-masing institusi media pasti memiliki pandangan yang berbeda satu sama lain. Salah satu wartawan mungkin menganggap bahwa isu tersebut adalah isu yang luar biasa, karena dilihat dari sumbernya yang terpercaya. Wartawan lain

mungkin saja menganggap isu tersebut hanyalah isu biasa, yang tidak memiliki nilai berita. Kedua hal ini dipandang sebagai praktik jurnalistik yang wajar dan alami. Meskipun seharusnya, proses pembentukan dan produksi berita dilakukan dengan prinsip *balance*, yaitu kedudukan yang sama untuk pihak-pihak yang berseteru.

Gramsci berpendapat bahwa ideologi yang cukup terlihat dianut oleh banyak media di zaman modern ini adalah ideologi kapitalistik. Hal itu yang mengungkapkan hubungan antara wartawan dan pemilik modal yang hegemoni menyebabkan wartawan tidak bisa menyajikan realitas apa adanya tanpa mengaitkan ideologi media dan kepentingan industri media yang bersangkutan. Ideologi ini menjadi kekuatan yang berorientasi pada materialisme, wartawan mampu mengemas ideologi ini sehingga terkesan alamiah. Tak heran mengapa di era ini bermunculan keberpihakan sebuah media terhadap kapitalisme, yang alasannya tak lain karena pemilik media tersebut.²⁶

2.4 Framing

Setiap media memiliki cara pandangnya sendiri mengenai suatu isu atau peristiwa (Sudibyo, 2001: 45). Oleh sebab itu mengapa di dalam media kita bisa menemukan bahwa satu peristiwa diberitakan, sementara peristiwa lainnya tidak. Kemudian mengapa sisi ini diberitakan sementara sisi yang itu luput. Ada aspek yang ditonjolkan, sedangkan yang lain

²⁶ ejournal.stainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/.../317. – Diakses 2 Januari 2013

disamakan (Eriyanto, 2002:3). Pertanyaan-pertanyaan ini semua mengarah pada konsep yang disebut framing.

Framing merupakan salah satu bagian dari analisis data kualitatif yang menekankan pada adanya gejala sosial yang ditonjolkan oleh sebuah media massa (Bungin, 2007: 229). Framing telah menjadi faktor penentu bagaimana sebuah realitas itu hadir di hadapan pembaca. Apa yang kita ketahui mengenai realitas sosial dari suatu peristiwa, pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa itu dan memberikan pemahaman serta pemaknaan. Menurut Iyengar dan Simon :

“Framing dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila wartawan mempunyai frame yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dan menuliskan pandangannya dalam berita” (Iyengar S, et al, 1993 : 265–283).

Framing adalah sebuah pendekatan untuk melihat bagaimana suatu realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Eriyanto, dalam bukunya *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (2002: 2), menjelaskan bahwa, “Media bukan hanya sekedar saluran. Media juga tidak secara murni memberitakan peristiwa apa adanya. Oleh karena itu media bukan cermin atas realitas. Media justru mengkonstruksi realitas.”

Banyak kejadian-kejadian yang bisa dijadikan berita. Ada peristiwa yang dimaknai berbeda, dan wawancara dengan orang yang berbeda, dengan perhatian yang berbeda (Sudibyo, 2004: 57). Media akan menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna

peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Semua kenyataan ini menyadarkan bahwa media sangatlah subjektif.

Alex Sobur (2006: 161-162) menjelaskan, gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada 1955. 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.

Maka perlu digarisbawahi, kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai “realitas” yang akan disiarkan (Hamad, 2004: 11). Media mengkonstruksi realitas dari berbagai peristiwa (berita) yang terjadi hingga menjadi wacana yang bermakna.

2.4.1 Konsep Framing

Eriyanto mengutip Frank D. Durham (2002:67) yang mengatakan bahwa framing membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Hal ini disebabkan karena konsep framing menggambarkan realitas yang sukar dipahami menjadi lebih sederhana dan bisa dimengerti oleh khalayak. Realitas tersebut dikemas dalam sebuah teks yang berkomunikasi (Entman, 1993: 52).

Berikut ini adalah beberapa pengertian framing yang dikemukakan oleh beberapa ahli (Eriyanto, 2002: 67-68) :

Tabel 2.2
Definisi Framing Menurut Para Ahli

Robert N. Entman	Proses seleksi isu dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
Wiliam Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan. Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, 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 menekatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara 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 konvensi pembentukan berita.

(Sumber: Eriyanto, 2002: 67-68)

Berdasarkan definisi di atas, Robert N. Entman merupakan salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Dalam konsepnya, framing menurut Entman pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan

rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka pemikiran berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Terdapat empat elemen yang dilakukan Entman dalam melakukan pembingkai, yaitu *Define problem* (pendefinisian masalah), *Diagnose causes* (memperkirakan masalah atau sumber masalah), *Make moral judgment* (membuat keputusan moral), dan *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian). Pada konsep Entman ini menggambarkan sebuah peristiwa yang sama dapat dibingkai secara berbeda ditandai dari pemakaian label, kata, kalimat, grafik, dan penekanan tertentu dalam narasi berita.

Framing menurut ahli berikutnya, William A. Gamson memiliki struktur internal dan dipandang sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang tersusun dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana (Gamson, 1996: 3). Wacana media dilihat Gamson terdiri dari beberapa sejumlah kemasan (*package*) yang merupakan skema atau struktur pemahaman yang dipakai oleh seseorang ketika mengkonstruksi pesan-pesan yang disampaikan, dan menafsirkan pesan yang diterima (Eriyanto, 2002: 223-224). Perangkat framing yang dikemukakan oleh Gamson, yaitu *Framing Devices* (perangkat framing) yang terdiri dari *Methapors* (perumpamaan atau pengandaian), *Catchphrases* (frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana), *Exemplar* (mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian yang memperjelas bingkai), *Depiction*

(penggambaran suatu isu yang bersifat konotatif), dan *Visual Images* (gambaran, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan). Perangkat selanjutnya adalah *Reasoning Device* (perangkat penalaran) yang terdiri dari *Roots* (analisis kausal atau sebab-akibat), *Appeals to principle* (premis dasar, klaim-klaim moral), dan *Consequences* (efek yang didapat dari bingkai).

Todd Gitlin mengatakan, framing merupakan sebuah strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca, peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan. Hal tersebut dilakukan dengan cara penyeleksian, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas yang ada.

David E. Snow dan Robert Benford mendefinisikan framing sebagai pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan dengan mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.

Sedangkan Amy Binder mendefinisikan framing sebagai sebuah skema interpretasi yang digunakan untuk menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung maupun tidak langsung.

Ahli yang terakhir, yaitu Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mendefinisikan framing sebagai proses membuat suatu pesan menjadi lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut (Eriyanto, 2002: 252). Dengan kata lain, proses framing merupakan bagian integral dari proses redaksional media massa. Dominasi sebuah frame dalam wacana berita berkaitan dengan proses produksi berita yang melibatkan unsur-unsur seperti reporter, redaktur dan lain-lain. Perangkat analisis framing pada model Pan dan Kosicki terbagi dalam empat struktur besar, yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, struktur retorik.

Dari beberapa pendapat ahli mengenai framing, maka kesimpulannya framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2002:66). Framing sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2002:68).

2.4.2 Analisis Framing

Seperti telah disinggung dalam penjelasan sebelumnya, bahwa framing pada mulanya dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, kemudian konsep ini dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang

membimbing individu dalam membaca realitas. Pada umumnya terdapat tiga tindakan yang dilakukan pekerja media massa, yaitu :

1. Dalam hal pilihan kata (simbol-simbol)
2. Dalam hal melakukan pembingkaiian peristiwa politik
3. Menyediakan ruang atau waktu untuk peristiwa politik

Karakteristik dari analisis framing ini adalah menekankan pada pembentukan pesan dari teks. Penonjolan merupakan sebuah produk interaksi antara teks dan penerima, maka kehadiran *frame* dalam teks tidak menjamin pengaruhnya terhadap pemikiran khalayak (Siahaan, 2001:78-79).

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

Dalam penelitian framing, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Sehubungan dengan hal ini, paradigma konstruktivis memiliki penilaian sendiri tentang bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Eriyanto (2002:19-36) menjelaskannya sebagai berikut.

Tabel 2.3
Media dan Berita Dilihat dari Paradigma Konstruktivis

Fakta/Peristiwa adalah hasil konstruksi.	Realitas tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas (fakta) adalah hal yang subjektif karena dihadirkan oleh konsep subjektif dari si wartawan, sehingga pada konsep konstruksionis fakta bersifat relatif dan berlaku sesuai konteks.
Media adalah agen konstruksi.	Media bukan sekadar saluran yang bebas namun juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, serta pandangan, bias, dan pemihakannya.
Berita bukan refleksi dari realitas.	Berita merupakan hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media, sehingga berita tidak mungkin cerminan dan refleksi dari realitas (bersifat subjektif). Itulah sebabnya, hasil dari kerja jurnalistik tidak bisa dinilai dengan menggunakan standar yang baku, karena berita dinilai sebagai produk dari konstruksi atas realitas.
Wartawan bukan pelopor, melainkan agen konstruksi sosial.	Wartawan dipandang sebagai aktor/agen konstruksi yang tugasnya bukan sekedar melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefinisikan apa yang terjadi, dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka.
Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita.	Etika dan moral dalam pemberitaan media berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu adalah bagian yang integral dan tidak terpisahkan, karena wartawan mengkonstruksi peristiwa dari dirinya sendiri dengan realitas yang diamati.
Nilai, etika, dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian.	Peneliti bukanlah subjek yang bebas nilai, karena terdapat bagian yang tidak dapat dipisahkan yaitu adanya pilihan etika, moral atau keberpihakan. Peneliti adalah entitas dengan berbagai nilai dan keberpihakan yang berbeda-beda.
Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita.	Khalayak merupakan subjek yang aktif dalam apa yang dia baca. Setiap orang akan memiliki pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Jadi dalam pandangan konstruktivis, khalayak mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita.

2.4.3 Aspek Framing

Terdapat dua aspek dalam framing yang disebutkan Eriyanto (2002: 69-70), yakni memilih fakta atau realitas dan menulis fakta.

Yang pertama adalah memilih fakta atau realitas. Memilih fakta atau realitas merupakan proses yang dilakukan berdasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta terdapat dua kemungkinan, yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*).

Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih sudut pandang tertentu, memilih fakta tertentu dan melupakan fakta lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lainnya.

Kemudian yang kedua, menulis fakta. Menulis fakta merupakan proses yang berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih disajikan kepada khalayak. Gagasan tersebut diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya.

Bagaimana fakta yang sudah dipilih ditekankan dengan menggunakan perangkat tertentu, seperti penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis, pemakaian label tertentu, asosiasi terhadap budaya tertentu, generalisasi, simplifikasi, pemakaian kata yang mencolok, dan gambar.

Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas, sehingga mengakibatkan aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi lebih terlihat, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002:70). Bagaimana suatu realitas dihadirkan, sangat ditentukan oleh framing.

2.4.4 Efek Framing

Peristiwa yang berbeda dapat menghasilkan berita yang berbeda dan realitas yang berbeda ketika dibingkai secara berbeda. Framing berkaitan dengan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada khalayak. Dari kalimat di atas, efek framing sudah secara tersirat digambarkan. Framing memunculkan efek sederhana di mana realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi, dan tidak beraturan disajikan dalam teks berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Seyogyanya, masyarakat tidak perlu lagi menggali informasi, sebab informasi tersebut telah dikonstruksi dan dikontekstualkan untuk memudahkan pembaca.

Media melakukan framing dengan tujuan untuk menonjolkan sebuah isu, dengan harapan agar isu yang ditonjolkan tersebut dapat membentuk opini masyarakat. Aspek yang ditonjolkan akan lebih

mudah dikenali oleh massa, sedangkan aspek yang tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Ketika media menonjolkan aspek tertentu, maka secara tidak langsung akan mengaburkan aspek lain. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya ada aspek lainnya yang tidak mendapatkan perhatian. Berita juga seringkali berfokus pada pemberitaan beberapa aktor saja. Pada dasarnya hal tersebut tidak salah, namun efek yang muncul adalah satu pihak atau aktor lain yang mungkin saja relevan dan sama pentingnya menjadi terlupakan (Eriyanto, 2002: 141-142).

Media yang menampilkan, menonjolkan, dan menekankan unsur tertentu dalam sebuah berita tentu saja akan mengarahkan opini publik. Seperti yang dikatakan Eriyanto (2002: 142), bahwa framing berkaitan dengan opini publik. Karena isu tertentu ketika dikemas dengan bingkai yang berbeda bisa mengakibatkan efek pemahaman khalayak yang berbeda atas isu terkait. Ada dua efek framing lainnya, diantaranya sebagai berikut.

- Mobilisasi massa

Isu dikemas dengan bingkai tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas suatu isu, sehingga framing berkaitan dengan opini publik. Framing menentukan bagaimana peristiwa didefinisikan, apakah peristiwa dianggap sebagai masalah sosial atau tidak.

Hal ini membuat framing selalu berhubungan dengan pendapat umum. Melihat peristiwa dengan realitas tertentu, secara tidak langsung dapat memberikan pembenaran dan legitimasi pada sisi tertentu dari peristiwa atau aktor yang terlibat dalam peristiwa tersebut (Eriyanto, 2002:145-148).

- Menggiring khalayak pada ingatan tertentu

Frame yang disajikan oleh sebuah media massa dapat mempengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan peristiwa tersebut. Pemahaman atas realitas terbentuk dari apa yang disajikan media. Peristiwa-peristiwa tertentu yang dramatis dan diabadikan, ternyata mempunyai pengaruh pada bagaimana khalayak memandang peristiwa tersebut. Sebuah peristiwa yang dramatis akan digambarkan secara dramatis pula oleh media.

Pemunculan ikon tertentu secara berulang-ulang akan membentuk persepsi khusus pada ikon tersebut. Regina G. Lawrence dan Lance Bannet menyebutnya sebagai *news icon*, yakni ikon yang dikonstruksi sedemikian rupa oleh media akan memunculkan persepsi khalayak tentang ikon tersebut sehingga menggiring khalayak pada ingatan tertentu (Eriyanto, 2002:150).

2.5 Konsep Aksi Protes

Di dalam siklus hidupnya, manusia pasti mengalami perubahan, baik dari gaya hidup, cara berpakaian, pola tingkah laku dan tata bahasa, sampai dengan cara berkomunikasi dan berhubungan dengan sesamanya, semua dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan teknologi. Perubahan ini sangat bergantung pada faktor yang berada di luar diri manusia itu sendiri, itulah sebabnya mengapa disebut dengan perubahan sosial. Definisi perubahan sosial menurut prof. Selo Soemarjan adalah:

“Perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan, dimana suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.”

Perubahan yang dialami oleh masyarakat tidaklah sama, karena situasi yang berbeda antara masyarakat satu dengan yang lain. Oleh sebab itu, terdapat dua dampak perubahan sosial :

- 1) Integrasi sosial. Artinya perlu diikuti adanya penyesuaian baik unsur masyarakat maupun unsur baru. Unsur yang saling berbeda dapat saling menyesuaikan diri.
- 2) Disintegrasi sosial. Disintegrasi sering diartikan sebagai proses terpecahnya suatu kesatuan menjadi bagian-bagian kecil yang terpisah satu sama lain. Proses ini terjadi akibat hilangnya ikatan kolektif yang mempersatukan anggota kelompok satu sama lain. Disintegrasi sosial akan mendorong timbulnya gejala kehidupan sosial yang tidak normal yang dinamakan masalah sosial. Proses

disintegrasi akan mempengaruhi terjadinya perubahan sosial atau pola perilaku masyarakat, salah satunya adalah aksi protes dan demonstrasi.

Aksi Protes dan demonstrasi adalah suatu cara untuk menyampaikan keinginan protes dengan tidak menggunakan kekerasan terhadap suatu rezim, ideologi, pemerintahan, kebijaksanaan yang telah berlaku maupun yang sedang direncanakan.

Dalam Sosiologi Buku Tiga karya Kun Maryati (2006: 20), **Aksi Protes** merupakan gerakan yang dapat dilakukan secara perseorangan ataupun secara bersama-sama untuk menyampaikan pernyataan tidak setuju dan rasa tidak puas terhadap tindakan atau kebijakan seseorang atau lembaga tertentu, yang oleh sebagian besar orang biasanya dilancarkan melalui kecaman pedas.

Aksi protes terjadi karena masyarakat menganggap telah terjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan norma. Dimana pada umumnya hal ini disampaikan dengan disertai tuntutan oleh sekelompok orang tertentu kepada para pengambil kebijakan (Maryati, 2006: 21). Berikut adalah hal-hal penyebab aksi protes.

- ♣ Adanya pihak-pihak yang merasa dirugikan.
- ♣ Rasa tidak puas/kecewa atas suatu putusan.
- ♣ Munculnya pihak yang berprasangka.

Contoh aksi protes terlihat pada berita yang terdapat dalam penelitian ini. Akibat munculnya sebuah film di sebuah laman di *Youtube*,

membuat umat Islam di belahan dunia terpancing kemarahan yang meluap-luap. Film ini menimbulkan banyak sekali kontroversi yang terjadi di semua kalangan, tak terkecuali masyarakat biasa. Sehubungan dengan film yang dianggap telah menistakan agama Islam tersebut, munculah berbagai aksi protes sebagai salah satu bentuk dari kontroversi yang terjadi. Dimana massa di berbagai dunia melakukan aksi protes untuk menolak pelecehan agama dan meminta pihak terkait guna membuat keputusan yang tegas sehubungan dengan beredarnya film *Innocence of Muslims*. Contoh aksi protes lain, misalnya yang dilakukan mahasiswa terhadap rektornya di sebuah perguruan tinggi misalnya, karena mahasiswa tidak puas dengan kebijakan rektor menaikkan biaya SPP, atau larangan kebebasan mimbar akademik.

Aksi protes yang dilakukan ini, umumnya dilatarbelakangi karena ketidakpuasan terhadap kebijakan serta menuntut suatu perbaikan, hal ini disampaikan melalui kritikan-kritikan pedas dengan membawa *yel-yel*, slogan, poster, spanduk atau hanya sekedar duduk-duduk saja tanpa melakukan aktivitas apapun (Sukanti, 2007:37).

Aksi protes dapat membawa pengaruh :

- Negatif

Tiga hal sisi negatif yang bisa ditimbulkan, yaitu menghambat kerja sama dalam aktivitas bersama; menimbulkan bibit konflik; dan timbulnya kelompok primordial.

- Positif

Pengaruh positif akan timbul jika aksi dilakukan secara terkendali dan terarah, tuntutan disampaikan melalui legislatif/wakil rakyat atau langsung kepada penguasa melalui nomor kotak pos atau nomor ponsel yang terbuka bagi masyarakat umum. Misal, kotak pos 5000 dan 777 Jakarta pada masa orde baru.²⁷

Salah satu bentuk aksi protes adalah **Demonstrasi**, yaitu tindakan yang dilakukan secara berkelompok atau bersama-sama untuk menyampaikan rasa ketidakpuasan yang pada umumnya menyangkut bidang ekonomi, sosial dan politik.

Demonstrasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan keinginan atau aspirasi. Dalam demonstrasi keinginan tersebut disampaikan dengan media poster, spanduk, dan bahkan tidak jarang dengan umpatan dan cacian terhadap pihak yang diprotes (Sugiharyanto, 2007: 30-31).

Ada 2 bentuk demonstrasi yang dapat terjadi. Pertama, *Riot* (kerusuhan) → Aksi Demonstrasi yang tidak terkendali. Lalu yang kedua

²⁷ <http://www.artidefinisi.com/2012/06/aksi-protes-pengertian-contoh-penyebab.html#ixzz2heryxmvv> – Diakses 7 Januari 2013

ialah *Armed Attack* (serangan bersenjata) → tindakan kekerasan yang dilakukan untuk melemahkan kekuatan kelompok lain. Contohnya: Kerusuhan Mei 1998. Banyak sekali contoh aksi demonstrasi, bahkan kini demonstrasi tidak hanya dilakukan di kota-kota besar, di daerah pun kini mulai marak aksi seperti ini (Sukanti, 2007: 38). Beberapa persoalan yang terkait dengan demonstrasi:

➤ Demonstrasi yang berkaitan dengan sengketa tanah

Aksi ini biasanya dilakukan petani dengan latar belakang bahwa mereka merasa ganti rugi yang kurang layak dan ditetapkan secara sepihak, misal pengalihan hak untuk kepentingan ekonomi dan industri seperti perumahan, industri, dan kantor.

➤ Demonstrasi yang berkaitan dengan perburuhan

Kategori ini termasuk paling menonjol dan cenderung meningkat. Meningkatnya kasus ini seiring dengan pesatnya perkembangan industri di Indonesia. Tuntutan yang diajukan menyangkut perbaikan kesejahteraan. Misal, kenaikan upah (UMK), jaminan sosial, dan kondisi dan keselamatan kerja.

➤ Demonstrasi dan protes mahasiswa

Mahasiswa sering dianggap sebagai tumpuan bagi perubahan (*agent of change*). Tindakan mahasiswa terpusat pada isu lokal/daerah, namun memiliki konteks nasional. Dengan demikian masalah yang diangkat tumpang tindih dengan demonstrasi petani dan buruh.

Ditinjau dari sudut pandang sosiologi, aksi protes dan demonstrasi merupakan alat kontrol sosial yang dapat membawa perubahan ke arah perbaikan karena kontrol dilakukan terhadap lembaga pemerintah secara terbuka. Namun, jika tidak terorganisasi dengan baik, tidak jarang aksi protes dan demonstrasi ini membawa kerugian bagi masyarakat.

Contohnya timbul huru-hara, perusakan fasilitas umum, perusakan gedung-gedung pemerintah, pusat perdagangan, dan penjarahan. Tindakan demikian menjurus pada tindakan brutal dan bisa mengarah kepada perilaku destruktif sosial, bahkan menjatuhkan korban (Maryati, 2006: 22). Seperti dalam penelitian mengenai aksi protes terkait film *Innocence of Muslims* ini, berita yang dikemas Suara Pembaruan terutama, banyak menjabarkan mengenai aksi protes yang tidak terkontrol, yang brutal, anarkis, dan merugikan banyak pihak, sesuai dengan yang ditulis oleh Maryati dalam bukunya.

2.6 Media dan Agama

Dalam Sunarto (2000: 32) disebutkan mengenai definisi dari media massa, yang merupakan agen sosial dan paling berpengaruh terhadap perilaku khalayaknya. Terdapat dua asumsi dasar tentang media massa menurut Dennis McQuail. Pertama, media massa mempunyai peran mediasi antara realita yang objektif dengan pengalaman pribadi. Dalam hal ini, media massa sering berada antara khalayak dengan pengalaman lain yang berada di luar persepsi dan kontak langsung dengan khalayak tersebut.

Asumsi kedua, institusi media menyelenggarakan produksi, reproduksi, dan distribusi pengetahuan dalam serangkaian simbol yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dan kehidupan sosial. Pengetahuan tersebut membuat khalayak memetik pelajaran dari pengalaman itu dan memperkaya pengalaman masa lalu (McQuail, 1987: 70-71).

Media sering menyajikan nilai-nilai konflik, kekerasan, persoalan agama, dan lain sebagainya. Semua hal itu disamaratakan sebagai konten yang bisa dijadikan komoditi pendapatan bagi media. Seringkali media tidak mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai produk yang disajikannya. Hanya menganggap semua itu adalah sebagai berita atau informasi, padahal tidak disadari bahwa di dalamnya terkandung nilai-nilai sensitivitas yang kuat.

Secara tidak langsung, media menyuntikkan *agenda setting*-nya dalam pemberitaannya, dimana hal tersebut mengandung nilai-nilai ideologi atau pesan bias yang tidak disadari oleh audiens. Nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi khalayak yang membaca maupun menontonnya. Isu agama yang disajikan oleh media merupakan suatu topik yang menarik dan bernilai berita tinggi.

Ketika media lebih berkonsentrasi hanya untuk mengangkat atau membesarkan fakta-fakta mengenai kekerasan dan dampak-dampak dramatis dari suatu konflik agama, maka akan timbul pertanyaan seputar moral dari *concern media* itu sendiri. Seringkali media dianggap kurang

peka, terutama ketika dihadapkan pada segi-segi kemanusiaan atas sebuah konflik atau isu yang terjadi dan cenderung memperlakukan peristiwa tersebut dari sudut pandang si pencari beritanya saja.

Dalam hal ini, media massa terutama media nasional, dihadapkan pada satu kondisi yang gamang. Di satu sisi, media dituntut untuk memberitakan kekerasan, tragedi, konflik secepat dan selengkap mungkin kepada khalayak ramai. Akan tetapi, pilihan tersebut bukan hal yang mudah karena mengandung resiko besar. Dalam hal ini pemberitaan media juga bagaikan bumerang yang dapat menyerangnya kembali. Media bisa dituduh sebagai pihak yang memperkeruh suasana dan keadaan.

Kemudian di sisi lain, adanya desakan dari pihak-pihak tertentu agar media memberikan solusi atau ikut berperan serta dalam menciptakan kondisi yang kondusif untuk menyelesaikan konflik yang terjadi. Ketika dihadapkan pada pada pilihan ini, resiko yang bisa ditimbulkan adalah media akan menyeleksi bahkan menutupi fakta yang dianggap sensitif bagi kelompok tertentu (Samovar, 2010: 200).

Tak heran mengapa, film ini langsung memantik konflik yang besar, karena pada dasarnya agama Islam sendiri memiliki *stereotip* negatifnya pada negara-negara Liberalis yang sudah tergambar sejak lama, seperti dikutip dalam buku Memaafkan Islam (Haryono, 2006:91-92)

“...Tentang masalah Islam, Indonesia kini sedang dilanda oleh beberapa gejala yang oleh orang-orang Barat diidentifikasi sebagai ekstemisme atau fundamentalisme.”

“Dunia Islam sekarang ini, mengalami apa yang disebut *predicament*, semacam krisis atau kegoyahan. Salah satu

indikasinya antara lain adalah konfrontasi dengan Barat... sehingga memunculkan gejala yang sepertinya anti-Barat.”

Hal ini berdampak lebih jauh pada negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, seperti Indonesia. Hampir 88,2 % (atau sekitar 210 juta orang pada tahun 2004) penduduk Indonesia mengidentifikasi dirinya sebagai Muslim. Hal ini membuat Indonesia menjadi negara berpenduduk mayoritas Muslim yang paling padat penduduknya di dunia. Dengan proporsi sisa populasi Kristen Protestan (5,87 %), Katolik (3,05%), Budha (0,84 %) dan Hindu (1,81%).²⁸

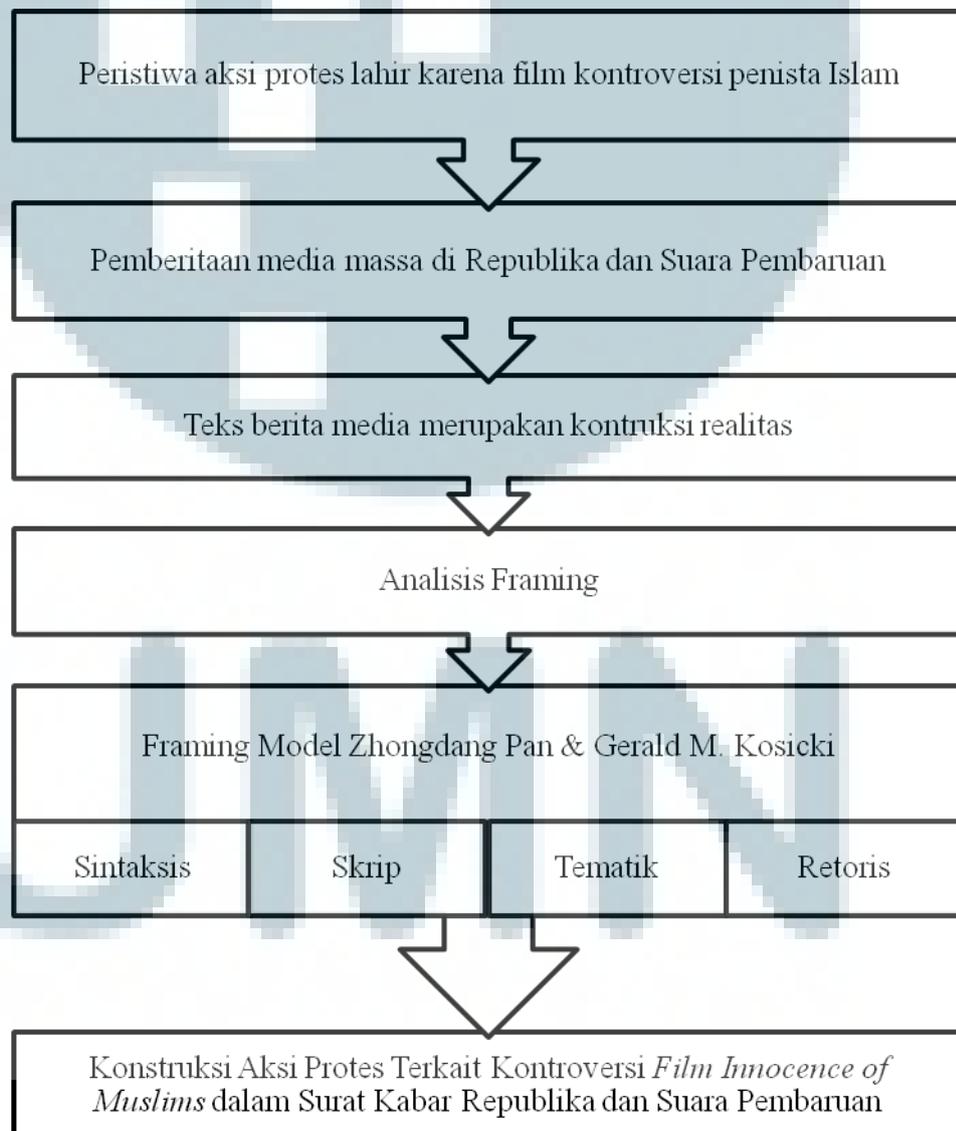
Data dari Biro Pusat Statistik tahun 2000 menunjukkan bahwa sejak tahun 1980-an saja sudah muncul kelompok-kelompok Islam radikal dan mengatasnamakan dukungan kepada Presiden Soeharto, kelompok ini terus diperlengkapi dengan pelatihan dari militer Indonesia. Dan telah bertumbuh semakin militan dan kuat di tahun 1990, hingga saat ini. Pastinya keberadaan kelompok radikal tersebut akan memperuncing apapun yang diberitakan oleh media sehubungan dengan film *Innocence of Muslims*, terutama karena dalam hal ini yang menjadi permasalahan adalah penghinaan terhadap agama mereka. Dimana posisi agama dengan semua perangkat nilai dan ritualnya dalam masyarakat sangat mutlak dan menjadi ruh kehidupan yang terpenting.

²⁸ Freedom of expression and the media, Hal.13, www.article19.org/data/files/pdfs/publications/indonesia-baseline-study.pdf - Diakses pada 8 Januari 2013

2.7 Kerangka Pemikiran

Di bawah ini adalah kerangka pemikiran yang digunakan oleh penulis dengan menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengenai aksi protes terkait kontroversi film *Innocence of Muslims* pada surat kabar *Republika* dan *Suara Pembaruan* :

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran



Aksi protes terkait kontroversi film *Innocence of Muslims* merupakan sebuah realitas sosial yang terjadi, dimana aksi ini dilakukan oleh hampir seluruh umat Muslim di seluruh dunia. Hal ini diberitakan oleh media massa global, tak terkecuali Indonesia. Surat kabar Republik dan Suara Pembaruan merupakan media massa di Indonesia yang mengangkat peristiwa tersebut menjadi pemberitaan mereka. Realitas sosial mengenai aksi protes dipilah dan disusun menjadi konstruksi realitas media massa atau berita.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan pandangan konstruktivis, dimana pandangan ini menilai suatu teks berita sebagai hasil dari sebuah konstruksi. Realitas dibangun dan dimaknai dengan konteks tertentu oleh wartawan (Eriyanto, 2002: 3).

Untuk menganalisis berita aksi protes terkait kontroversi film *Innocence of Muslims* ini, penulis menggunakan teks media dari kedua media massa untuk dianalisis dengan menggunakan model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model framing Pan dan Kosicki ini memiliki empat perangkat framing untuk menganalisis berita, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Hasil dari analisis penulis terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh wartawan menunjukkan perspektif bagaimana wartawan media tersebut memahami peristiwa, yaitu tertuang dalam penelitian “Konstruksi berita mengenai aksi protes terkait kontroversi film *Innocence of Muslims* dalam surat kabar Republik dan Suara Pembaruan”