



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Laman portal berita *DetikOto* mencatat, konsep *low cost green car* (LCGC) sejatinya telah dirancang oleh Departemen Perindustrian (kini: Kementerian Perindustrian) sejak tahun 2009. Meski begitu, penulis menemukan jika belum banyak penelitian yang memfokuskan pembahasannya tentang program LCGC.

Dalam penelitian ini sendiri, penulis menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai acuan referensi. Penelitian pertama berhubungan dengan kebijakan insentif untuk pengembangan industri LCGC, sementara penelitian kedua menyangkut teknik analisis data yang digunakan.

Penelitian pertama berjudul *Disain Kebijakan Insentif Pajak atas Industri Low Cost Green Car (LCGC) di Indonesia*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Lusi Khairani Putri dan Gunadi, mahasiswa Ilmu Administrasi Fiskal, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Indonesia, pada tahun 2013.

Sejak ilmuwan menemukan jika kondisi bumi sudah jauh berubah akibat revolusi industri yang terus berkembang hingga kini, berbagai inisiatif kegiatan industri dengan prinsip lebih ramah kepada bumi terus

bermunculan. Produk mobil murah ramah lingkungan/LCGC ini merupakan salah satu bentuk inisiatif tersebut.

Penelitian yang dikerjakan Lusi Khairani Putri dan Gunadi membahas konsep LCGC dari sisi kebijakan fiskal menyangkut kebijakan insentif pajak untuk industri ini. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sementara jika ditinjau berdasar tujuan, manfaat, dimensi waktu, dan teknik pengumpulan data, penelitian ini merupakan jenis penelitian eksploratif-deskriptif, murni, dan *cross-sectional*.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam kepada beberapa informan yang dianggap potensial sebagai sumber informasi, yakni dari pihak Kementerian Perindustrian, Badan Kebijakan Fiskal, Direktorat Jenderal Pajak, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Gabungan Industri Kendaraan Bermotor (Gaikindo), PT. Toyota Astra Motor, juga akademisi yang menjadi *site* penelitian. Adapun data sekunder diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan (*library research*) dan studi lapangan (*field research*).

Melalui skema perhitungan yang mereka buat, Lusi Khairani dan Gunadi menemukan jika sebenarnya tidak ada kehilangan pendapatan pemerintah terkait pembebasan PPnBM atas LCGC. Yang ada hanya berkurangnya penambahan pendapatan.

Simpulan penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah:

- a. Kebijakan insentif pajak berupa pembebasan Bea Masuk dan PPN atas importasi *Incompletely Knocked Down* (IKD) komponen LCGC akan menurunkan biaya produksi LCGC dan dapat mendorong pertumbuhan industri komponen kendaraan bermotor di dalam negeri. Selain itu, insentif pajak berupa pembebasan PPnBM atas penyerahan LCGC akan menurunkan harga jual LCGC sehingga mampu terjangkau oleh daya beli masyarakat kelas menengah ke bawah. Peningkatan daya beli masyarakat ini akan meningkatkan permintaan yang berdampak pada meningkatnya penawaran dan kapasitas produksi industri LCGC.
- b. Manfaat yang akan diperoleh dengan berkembangnya industri LCGC adalah mengurangi konsumsi BBM dan emisi GRK dengan penggunaan LCGC, perluasan pasar domestik kendaraan bermotor dalam negeri, mendorong pertumbuhan industri komponen dalam negeri, serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Dari penelitian tersebut, ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Pertama, persamaan terletak pada tema penelitian yakni mengenai program LCGC. Kedua, jenis pendekatan penelitian yakni pendekatan kualitatif. Kemudian, segi perbedaan terletak

pada teknik analisis data. Lusi Khairani dan Gunadi menggunakan teknik analisis data kualitatif yang berlangsung mulai dari saat pengumpulan sampai dengan setelah selesai pengumpulan data. Penulis menggunakan teknik analisis *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Penelitian terdahulu kedua berjudul *Konstruksi Isu Kasus Korupsi Wisma Atlet dalam Surat Kabar Jurnal Nasional dan Koran Tempo*. Penelitian tersebut dilakukan pada 2012 oleh Rizky Fitria, mahasiswa Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN).

Meski sudah sering diberitakan, cerita tentang pejabat yang diduga melakukan tindak pidana korupsi seakan tidak pernah habis. Ketika kasus korupsi menjerat bendahara umum partai politik yang sedang berkuasa, patut untuk dipahami bagaimana media memberitakan peristiwa tersebut.

Penelitian yang dilakukan Rizky Fitria ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Jurnal Nasional* dan *Koran Tempo* dalam mengonstruksi pemberitaan seputar isu kasus korupsi wisma atlet. Dalam penelitian tersebut, Rizky menggunakan teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengambilan sampel yang dilakukan secara nonprobabilitas, artinya pemilihan sampel tidak secara acak. Teknik ini disebut sampel bertujuan (*purposive sampling*), di mana peneliti hanya memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan

adalah *framing* dari Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk mengetahui bagaimana sebuah peristiwa dikonstruksi media.

Dari penelitian yang dilakukan, Rizky menemukan jika *Jurnal Nasional* menekankan pemberitaan ke ranah hukum, sementara *Koran Tempo* cenderung ke arah politik.

Sama halnya dengan penelitian terdahulu pertama, penulis menemukan persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan Rizky. Segi persamaan terletak pada penggunaan teori konstruksi sosial, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Adapun segi perbedaannya terdiri atas subjek penelitian yang tidak sama.

2.2 Konstruksi Sosial atas Realitas

Produk teks berita merupakan hasil konstruksi atas realitas, bukan murni hanya laporan pandangan mata wartawan. Karena itu pada penelitian ini, penulis menggunakan teori konstruksi sosial atas realitas.

Teori ini menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui buku terbitan tahun 1966 yang berjudul *The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge* (Bungin, 2009: 193).

Eriyanto (2002: 13-14) mengemukakan tesis utama dari Berger yakni manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus-menerus. Masyarakat tidak lain adalah produk manusia,

namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Sebaliknya, manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Seseorang baru menjadi seorang pribadi yang beridentitas sejauh ia tetap tinggal di dalam masyarakatnya.

Berger dan Luckmann dalam Eriyanto (2002: 14-15) menyatakan proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahap peristiwa, yang mencakup:

1. Eksternalisasi

Usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat di mana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia. Dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

2. Objektivasi

Hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Salah satu hasil eksternalisasi, kebudayaan, menunjukkan fungsinya kala manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya. Hasil lain, kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa.

3. Internalisasi

Proses ini lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektivitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Menurut Berger dalam Eriyanto (2002: 15), realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah. Namun tidak juga berasal dari sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Justru sebaliknya, realitas dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda atau plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas.

Dalam perspektif yang ia bangun, Berger dalam Eriyanto (2002: 15-16) meyakini konstruksi sosial juga bersifat dinamis. Ia bukan merupakan realitas tunggal yang bersifat statis dan final, melainkan realitas yang bersifat dinamis dan dialektis.

Pada sisi lain, Berger dan Luckmann dalam Bungin (2008: 14-15) menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan

pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

2.2.1 Konstruksi Sosial Realitas Media Massa

Bungin (2009: 206) memaparkan, basis sosial teori dan pendekatan ini adalah masyarakat transisi-modern di Amerika sekitar tahun 1960-an. Saat itu, media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian, teori Berger dan Luckmann ini tidak mengikutsertakan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Beragam informasi mampu kita peroleh secara mudah kini. Jika dulu kita terlebih dahulu mencari, di tengah luapan informasi seperti sekarang, informasi-lah yang “mengetuk pintu” kita. Beragam informasi tersebut salah satunya dapat diperoleh melalui surat kabar.

Ardianto (et. al) menyatakan, surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman (2009: 105).

Menurut Suryawati (2011: 40), surat kabar adalah media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya. Surat kabar lebih menitikberatkan pada penyebaran informasi (fakta maupun peristiwa) agar diketahui publik.

Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan dan persuasif), fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya (Ardianto et. al, 2009: 111-112).

Ardianto (et. al) menjelaskan (2009: 112-114), individu harus mengetahui secara tepat karakteristik media massa yang akan digunakan guna dapat memanfaatkan media massa secara maksimal demi tercapainya tujuan komunikasi. Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup:

a. **Publisitas**

Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya. Semua aktivitas manusia

menyangkut kepentingan umum dan atau menarik untuk umum adalah layak untuk disebarluaskan. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi kriteria tersebut.

b. Periodesitas

Merujuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat periodesitas sangat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar.

c. Universalitas

Merujuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, politik, ekonomi, sosial, budaya, keamanan. Bila ada penerbitan yang hanya memuat atau berisi salah satu aspek saja, maka penerbitan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar, contohnya media kawasan yang berisi informasi seputar kawasan itu saja dan sekitarnya.

d. Aktualitas

Menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya” (Effendy dalam Ardianto et. al, 2009: 113). Kedua istilah tersebut erat kaitannya dengan berita,

karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-duanya bagi sejumlah besar orang (Charnley dalam Ardianto et. al, 2009: 113).

e. Terdokumentasikan

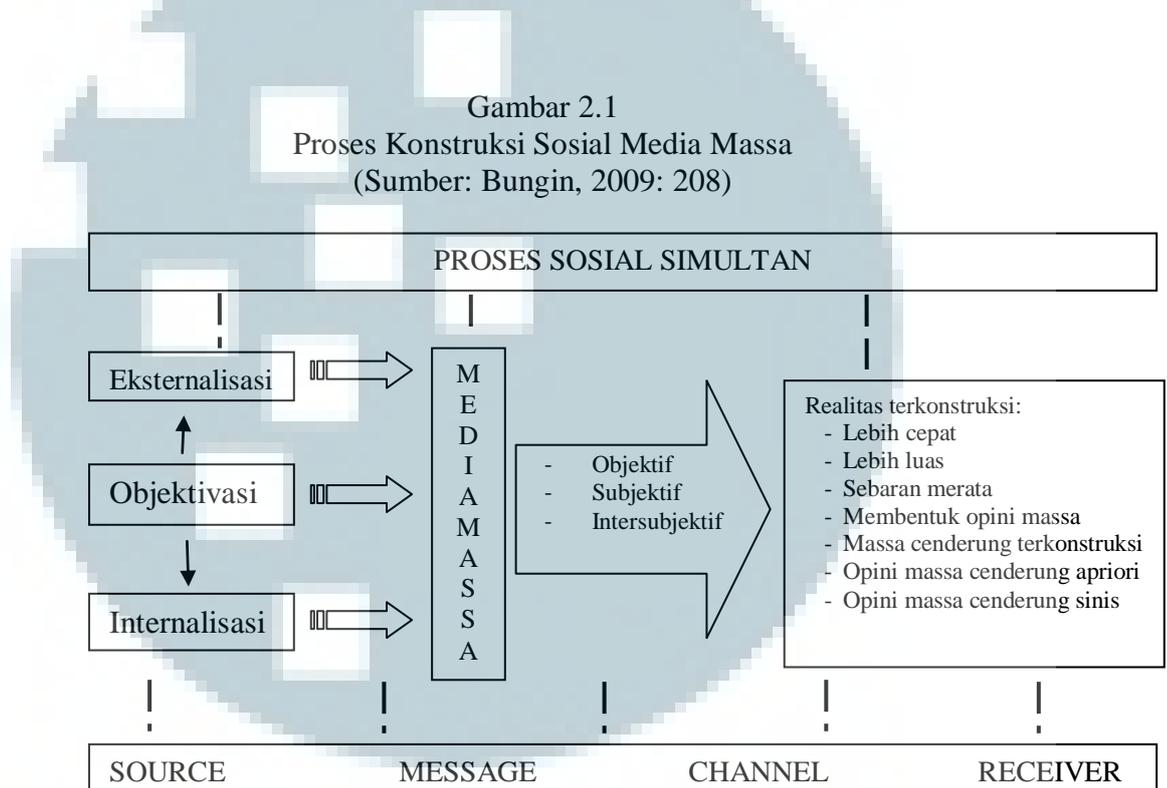
Untuk menyerap isi surat kabar, pembaca dituntut untuk bisa membaca serta memiliki kemampuan intelektualitas tertentu, tidak demikian halnya dengan radio siaran dan televisi.

Pada perkembangan selanjutnya, Bungin (2009: 207) mengemukakan melalui buku *Konstruksi Sosial Media Massa: Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik* (2000), teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi.

Substansi “teori konstruksi sosial media massa” sendiri terletak pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini

massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin, 2009: 207).

Bungin (2009: 207-216) menggambarkan proses konstruksi sosial media massa sebagai berikut:



Menurut Bungin (2009: 207-216), proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui beberapa tahap, yaitu tahap menyiapkan konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi.

1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu

didistribusikan pada *desk* editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki *desk* yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Menurut Bungin (2009: 209-210), ada tiga hal penting dalam persiapan materi konstruksi sosial, yakni:

(i) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme

Saat ini, hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Artinya, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penghasil uang dan pelipatgandaan modal.

(ii) Keberpihakan semu kepada masyarakat

Bentuk dari keberpihakan ini berupa empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk kepentingan “menjual berita” dan menaikkan rating bagi kepentingan kapitalis.

(iii) Keberpihakan kepada kepentingan umum

Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi

setiap media massa. Visi tersebut kini tak pernah menunjukkan jati dirinya, meski slogan-slogan visi ini tetap terdengar.

2. Tahap Sebaran Konstruksi

Konsep konkret strategi sebaran media massa setiap media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real-time*. Media elektronik memiliki konsep *real-time* yang berbeda dengan media cetak.

Umumnya, sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, di mana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Hal ini terjadi terutama pada media cetak.

3. Pembentukan Konstruksi Realitas

a. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Setelah sebaran konstruksi, terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik.

Pertama, konstruksi realitas membenaran. Informasi media massa berfungsi sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

Tahap kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa, merupakan sikap generik dari tahap pertama. Pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media sebagai pilihan konsumtif. Di tahap ini, seseorang secara *habit* tergantung pada media massa. Gambarannya, seseorang tak mampu beraktivitas bila belum menonton televisi pada hari itu.

b. Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model, model *good news* dan model *bad news*. Bungin (2009: 213) memaparkan,

model *good news* adalah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari kebaikan sesungguhnya yang ada pada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad news* merupakan konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih buruk dari keburukan sesungguhnya.

4. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bungin (2009: 216) menjelaskan, tahapan ini perlu bagi media sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sementara bagi pemirsa dan pembaca, untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Eriyanto (2002: 2) menyatakan, media bukanlah saluran yang bebas. Media bukanlah seperti yang digambarkan, memberitakan apa adanya, cermin dari realitas. Media seperti kita lihat, justru mengkonstruksi sedemikian rupa realitas.

Dengan demikian, berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil (Eriyanto, 2002: 17).

Tuchman dalam Eriyanto (2002: 4) menyatakan, berita adalah jendela dunia. Barus (2011: 21) menulis, berita menduduki posisi utama dalam praktik jurnalistik.

Terdapat beberapa definisi berita dari beragam ahli. William S. Maulsby dalam Barus (2011: 26) menyebutkan berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat peristiwa tersebut.

Hornby dalam Suhandang (2004: 103) menjelaskan “news” sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir, baik peristiwa maupun faktanya.

Menurut Alex Sobur dalam Wazis (2012: 31), dalam jurnalisme, tidak semua peristiwa dianggap penting sebagai sebuah berita, terutama bila dikaitkan dengan khalayak pembacanya.

Ukuran nilai berita itu berdasarkan tingkat kebutuhan khalayak pembaca dan daya tarik keunikan maupun keistimewaannya.

Lebih lanjut, Wazis (2012: 30) mengemukakan nilai adalah persoalan penting yang harus ada dalam setiap produk, termasuk produk pers berupa berita. Sebab, dengan nilai itulah suatu berita bisa memberikan kegunaan, manfaat, kepentingan, kebutuhan, maupun penghargaan kepada khalayak. Berita itu akan bernilai ketika mampu memberikan perubahan ke arah yang lebih baik kepada masyarakat. Sebagaimana suatu berita akan bernilai jika berita itu mengimplementasikan fungsi pers, yakni penyampaian informasi, fungsi edukasi, kontrol sosial, hiburan, dan lembaga ekonomi.

Eriyanto (2002: 106) menjabarkan daftar nilai berita secara umum:

Tabel 2.1
 Nilai Berita
 (Sumber: Eriyanto, 2002: 106-107)

<i>Prominence</i>	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukan berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan penumpang satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang lebih dipandang berita dibandingkan kecelakaan pengendara sepeda motor.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak

	mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh becaknya di Surabaya saja.
<i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antara penduduk pribumi dengan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari-hari antarpenduduk pribumi.
<i>Unusual</i>	Berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi. Seorang ibu yang melahirkan 6 bayi dengan selamat lebih disebut berita dibandingkan peristiwa kelahiran seorang bayi.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Salah satu komponen penyusun berita adalah bahasa. Menurut Berger dan Luckmann, bahasa merupakan alat simbolis untuk melakukan signifikasi, yang mana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial yang diobjektivasi. Bangunan legitimasi disusun di atas bahasa dan menggunakan bahasa sebagai instrumen utama. “Logika” yang dengan cara itu diberikan tatanan kelembagaan, merupakan bagian dari cadangan pengetahuan masyarakat (*social stock of knowledge*) dan diterima sebagai sudah sewajarnya (Bungin, 2008: 17).

2.3 Framing

Analisis framing merupakan salah satu metode analisis media, seperti halnya analisis isi dan analisis semiotik (Kriyantono, 2009: 253). Dalam buku yang sama, Kriyantono (2009: 253) mengutip pernyataan Sobur, yaitu analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Dalam bukunya, Eriyanto (2002: 66) menyebutkan, *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Hasil akhir proses pembentukan dan konstruksi realitas itu adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media.

2.3.1 Konsep Framing

Sudibyo dalam Sobur (2006: 161) menyatakan, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing* sendiri dilontarkan pertama kali oleh Betterson, tahun 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 (Sobur, 2006: 162).

Eriyanto (2002: 71) mengemukakan, konsep *framing* dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi. Pendekatan psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu, atau gagasan tertentu.

Sementara pada level sosiologis, *frame* dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama-sama. Ini menempatkan media sebagai organisasi yang kompleks yang menyertakan di dalamnya praktik profesional (Eriyanto, 2002: 80).

Terdapat beberapa definisi *framing* yang diungkapkan oleh beberapa ahli:

Tabel 2.2
 Definisi *Framing* dari Beberapa Ahli
 (Sumber: Eriyanto, 2002: 67-68)

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan-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 (<i>package</i>). 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 menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

2.3.2 Analisis Framing

Eriyanto (2002: 10) dalam bukunya menyatakan, analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.

Sementara menurut Nugroho (et. al) dalam Sobur (2006: 162), *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Di bagian lain bukunya, Eriyanto (2002: 17) menjelaskan, sebuah teks berupa berita tidak bisa disamakan seperti sebuah kopi dari realitas, ia haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas.

Eriyanto (2002: 19-36) kemudian memaparkan penilaian pendekatan konstruksionis tentang bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut di antaranya:

1. Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Menurut Eriyanto (2002: 19), fakta/realitas pada dasarnya dikonstruksi.
2. Media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah saluran yang bebas. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan.
3. Berita bukan refleksi dari realitas, berita hanya konstruksi dari realitas. Berita diibaratkan sebuah drama, karena bukan menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena pertarungan antar berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Berita adalah hasil dari

konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media (Eriyanto, 2002: 25).

4. Berita bersifat subjektif/konstruksi atas realitas. Hasil kerja jurnalistik tidak bisa dinilai dengan menggunakan sebuah standar yang rigid, karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas.
5. Wartawan bukan pelapor, wartawan agen konstruksi realitas. Wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya, karena ia merupakan bagian yang intrinsik dalam pembentukan berita. Terlebih, berita bukan hanya produk individual, melainkan juga bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawannya.
6. Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita. Aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Wartawan bukanlah robot yang meliput apa adanya, apa yang dia lihat.
7. Nilai, etika, dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian. Peneliti bukanlah subjek

yang bebas nilai. Pilihan moral dan keberpihakan justru sukar dihilangkan dalam penelitian.

8. Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita. Khalayak bukan dilihat sebagai subjek yang pasif. Makna lebih tepat dipahami bukan sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari pembuat berita ke pembaca, namun sebagai praktik penandaan. Karenanya, setiap orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama.

2.3.3 Aspek Framing

Eriyanto (2002: 69) menyatakan, ada dua aspek dalam *framing* yaitu memilih fakta atau realitas dan menuliskan fakta. Pada aspek pertama, memilih fakta, prosesnya didasarkan pada asumsi karena wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam pemilihan fakta, menurut Eriyanto (2002: 69) selalu mengandung dua kemungkinan yakni apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan? Penekanan aspek tertentu tersebut dilakukan dengan memilih *angle* tertentu, memilih fakta tertentu, melupakan fakta yang lain.

Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa menjadi berbeda antar media.

Sedangkan pada aspek kedua, menuliskan fakta, prosesnya berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002: 70).

2.3.4 Efek Framing

Framing berhubungan dengan pendefinisian realitas. Realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi, dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu merupakan salah satu efek *framing* yang paling mendasar.

Teori *framing* menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplifikasi, prioritas, dan struktur tertentu dari peristiwa. Beberapa karakteristik *framing* antara lain menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain, menampilkan sisi tertentu-

melupakan sisi lain, serta menampilkan aktor tertentu-menyembunyikan aktor lainnya (Eriyanto, 2002: 141-142).

Menurut Eriyanto (2002: 142-154), terdapat dua efek teori *framing*. Rinciannya sebagai berikut:

1. Mobilisasi massa

Framing berkaitan dengan opini publik, karena isu tertentu ketika dikemas dengan bingkai tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas suatu isu. *Framing* membatasi kesadaran dan persepsi publik atas suatu masalah. Di samping itu, *framing* menentukan bagaimana peristiwa didefinisikan. *Framing* juga menentukan apakah peristiwa dianggap sebagai masalah sosial atau tidak.

2. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu

Individu mengetahui peristiwa sosial dari pemberitaan media. Karenanya, perhatian khalayak, bagaimana orang mengkonstruksi realitas sebagian besar berasal dari apa yang diberitakan oleh media. Media adalah tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitar mereka. Karena itu, bagaimana media

membangkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan oleh penulis dengan menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terkait pemberitaan kontroversi program *low cost green car* (LCGC) pada surat kabar nasional yaitu *Kompas*, *Koran Tempo*, *Koran Sindo*, dan *Media Indonesia*.

UMMN

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

