



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama ini media menciptakan realitas dengan mengkonstruksi suatu peristiwa menjadi sebuah informasi yang kita konsumsi sehari-hari. Menurut Shoemaker dan Reese (2014, h.9), ada lima hal yang mempengaruhi media dari tahap mikro hingga makro dalam mengkonstruksi informasi tersebut yang dimulai dari level pengaruh individu, rutinitas media, organisasi, *extra-media*, dan ideologi media. Kelima tahap ini disebut dengan hirarki pengaruh dengan tahap yang paling mendasar adalah level individu yang merupakan pekerja media tersebut.

Wartawan yang merupakan aktor dari media melakukan seleksi isu dan memilih peristiwa mana yang akan dikonstruksikan hingga menjadi sebuah informasi. Sebagai kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, informasi diartikan sebagai data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya (Jogiyanto, 2005, h.8).

Saat terjun langsung ke lapangan, wartawan membawa semua muatan-muatan kognisinya dan hal ini mempengaruhi isi dari berita yang kita asumsi setiap hari (Shoemaker dan Reese, 2014, h.240). Kehidupan sosial, budaya dan latar belakang wartawan juga mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa dikonstruksikan olehnya. Hasil konstruksi wartawan ini akan dipublikasi oleh media massa tempat ia bekerja.

Sebagai alat komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, media massa memiliki kekuatan yang luar biasa untuk mempengaruhi masyarakat dengan informasi yang diproduksinya. Menurut Nurudin (2004, h. 3), media massa adalah alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens dalam jumlah yang luas dan heterogen. Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001, h.207). Dari pernyataan tersebut, bisa kita tarik kesimpulan bahwa media massa dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari dan terikat dengan informasinya.

Media massa itu sendiri terbagi menjadi cetak, elektronik dan *online*. Setiap media massa tidak lepas dari kelima hal yang dikemukakan Shoemaker dan Reese tersebut dalam menghasilkan produknya. Media cetak merupakan media pertama yang lahir sebagai sebuah media massa. Menurut Ardianto (2004, h.222), media cetak adalah suatu dokumen atas segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya.

Sebagai salah satu dari wujud media cetak, majalah hadir dengan nuansa baru dari surat kabar. Majalah menyajikan informasinya dalam bentuk *soft news* atau yang sering kita dengar dengan *feature* yang dibuat sedemikian menarik. *Soft news* atau *feature* adalah cerita yang menarik karena berhubungan dengan kehidupan manusia (Eriyanto, 2002, h. 128). Selain itu, *feature* hadir dengan fungsinya yang menghibur masyarakat dan menjadi pendamping *hard news*.

Feature merupakan bagian dari *process centered news*. Dibuat berdasarkan proses yang disajikan dengan interpretasi tentang kondisi dan situasi dalam masyarakat yang dihubungkan dalam konteks yang luas dan melampaui waktu (Ishwara, 2005, h.52). Tuchman (Eriyanto, 2002, h. 126) mengatakan bahwa wartawan memiliki lima kategori berita yang salah satunya adalah *soft news*. Setiap kategori berita memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lainnya dan akan mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa ditulis dan dipahami.

Feature merupakan hasil interpretasi oleh wartawan. Penyajian *feature* mendalam dan lengkap, karena dari itu *feature* membutuhkan kemampuan wartawan untuk bercerita dan menginterpretasikan sebuah peristiwa. Saat melakukan interpretasi tersebut, wartawan tidak lepas dari latar belakang kehidupan sosialnya dan kognisi dari pengetahuan yang dia anut.

Semenjak kehadiran spesialisasi majalah, majalah menyajikan informasinya secara *segmented* untuk memenuhi kebutuhan pembaca yang memang pada hakikatnya memiliki kebutuhan yang berbeda. Salah satu majalah yang telah melakukan spesialisasi tersebut adalah majalah Best Life yang merupakan majalah gaya hidup khusus untuk pria dewasa berusia 35 tahun ke atas. Menurut Survei tahun 2014 oleh Nielsen Media Research Indonesia (2014, h. 24), majalah Best Life memiliki penjualan yang paling tinggi di ranah majalah gaya hidup pria dewasa.

Konten *leadership* hadir sebagai salah satu bahasan hangat majalah Best Life. Sosok seorang pria memang selalu melekat dengan kata kepemimpinan.

Hal ini dikarenakan seorang pria dikemudian hari akan menjadi seorang ayah yang merupakan kepala keluarga sehingga sosok kepemimpinan harus ada di dalam sosok seorang pria.

Sejak ribuan tahun lalu, dogma pria yang harus aktif bekerja dan mengambil keputusan begitu kuat, bahkan filsuf sebesar Plato begitu memegang teguh keyakinan bahwa pria-lah pembentuk dunia (Elastria dan Lerin, 2014, h.141). Dogma ini ditanamkan hampir di semua sektor kehidupan. Tidak heran jika konten *Leadership* hadir di majalah Best Life sebagai informasi penting untuk diasup oleh target pembacanya. Best Life menyajikan konten *Leadership* dengan memuat *feature* profil inspiratif dengan berbagai tips didalamnya.

Peran wartawan dalam pembuatan *feature* profil *leadership* menjadi sangat penting karena wartawan merupakan saksi dan pencipta realitas. Ia yang memilih peristiwa, menyeleksi informasi dan membuat informasi tersebut menjadi mudah dipahami oleh khalayak. *Feature* yang dikonstruksi wartawan ini akan menjadi realitas sosial yang masyarakat anut. Salah satu contohnya adalah masyarakat menganggap tips dan saran dari *feature* di majalah sebagai realitas dan mengikuti bahkan melakukan apa yang dikatakan dalam informasi tersebut.

Eriyanto (2002, h. 7) mengatakan bahwa media dan wartawan secara aktif membentuk realitas. Pemahaman ini dijelaskan pada analisis *framing* yang melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. *Framing* adalah upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan

menjadi bermakna, lebih mencolok, dan diperhatikan oleh publik (Eriyanto, 2002, h.83). Maka, tidak heran jika terkadang masyarakat terfokus pada satu peristiwa besar, padahal dalam sehari mungkin ada peristiwa besar lainnya.

Teori *framing* dibagi menjadi dua tradisi yaitu psikologi dan sosiologi.

Pendekatan psikologi melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu, atau gagasan tertentu. Sedangkan pada level sosiologis, *frame* dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama-sama (Eriyanto, 2002, h. 94).

Fokus pada pendekatan psikologi, manusia melihat dunia dalam perspektif tertentu dan cenderung berbeda satu sama lain, mereka memiliki kerangka pemikiran tersendiri dalam melihat suatu peristiwa. Karenanya, realitas yang sama bisa jadi digambarkan secara berbeda oleh orang yang berbeda, karena orang mempunyai pandangan atau perspektif yang berbeda juga (Eriyanto, 2002, h. 84).

Wartawan melalui pemahaman kognitifnya secara kreatif membuat *feature*. Ia memiliki kemampuan dalam mencium informasi mana yang akan disukai masyarakat. Hal ini dikarenakan wartawan merupakan bagian dari masyarakat juga sehingga ia tau mana yang akan masyarakat sukai.

Wartawan sekarang tidak lagi hanya menceritakan kepada pembaca mengenai apa yang terjadi saja (*here's what happened*). Dia juga harus bisa memberikan arti (*here's what it means*) dan apa yang dapat dilakukan oleh pembaca (*here's what you can do about it*) (Ishwara, 2005, h. 26).

Wartawan berinteraksi dengan dunia (realitas) dan dengan orang yang diwawancarai, dan sedikit banyak menentukan bagaimana bentuk dan isi berita dihasilkan (Eriyanto, 2002, h. 117). *Feature* yang dibentuk merupakan hasil dari realitas subjektif yang dibentuk oleh wartawan melalui

interpretasinya dan kemudian menjadi realitas objektif yang menjadikan dunia lebih bermakna, berkaitan dan teratur.

Feature merupakan hasil dari konstruksi wartawan. Sesuai dengan konsep hirarki pengaruh milik Shoemaker and Reese, tingkat individual merupakan tingkat paling pertama pada pembentukan sebuah konstruksi *feature*. Pada penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya, *framing* digunakan sebagai analisis isi teks, peneliti hanya bersentuhan dengan hasil konstruksi wartawan dan tidak berkomunikasi langsung dengan si pembuatnya. Penelitian ini berbeda dengan penelitian tersebut, penulis ingin melihat lebih jelas dan mendalam pada sosok seorang wartawan dalam mengonstruksikan dunia menjadi sebuah realitas sosial. Karena itu, fokus penelitian ini berada pada level pengaruh individu yang mempengaruhi isi dari media.

Berangkat dari latar belakang yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Level Individu pada Proses Pembuatan *Feature* Profil *Leadership* di Majalah Best Life” untuk mengetahui bagaimana pengaruh individu pada proses pembuatan *feature* profil *Leadership* di majalah Best Life.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh individu pada proses pembuatan *feature* profil *Leadership* di majalah Best Life?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh individu pada proses pembuatan *feature* profil *Leadership* di majalah Best Life.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik pada studi mengenai level pengaruh individu pada proses pembuatan *feature* di media massa khususnya majalah dan memberikan perspektif baru tentang framing dari sisi proses framing. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk kalangan akademisi yang akan melakukan penelitian serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dan wawasan kepada khalayak umum yang membutuhkan informasi yang terkait dengan proses framing dan hirarki pengaruh level individu. Dan, untuk pengelola media massa dapat mengetahui bagaimana seorang individu media sangat berpengaruh bagi media itu sendiri.