



### **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.

dalam penelitian ini ialah Kompas dan Seputar Indonesia. Perbedaan juga ada pada metodenya, metode yang Widya gunakan ada dua tahap yaitu tahap pertama dengan kuantitatif dan tahap kedua menggunakan William A Gamson.

Kemudian penelitian kedua dilakukan oleh Juwita Aldiani (2009), dengan judul Konstruksi Pemberitaan Hasil *Quick Count* Pilkada Jabar 2013 (Studi Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki di Surat Kabar Pikiran Rakyat periode 25 Februari – 2 Maret 2013). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana surat kabar Pikiran Rakyat mengkonstruksi pemberitaan hasil *quick count* Pilkada Jabar 2013. Metode yang digunakan kualitatif, deskriptif, dengan model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil dari penelitian ini, bahwa harian Pikiran Rakyat membingkai hasil *quick count* yang dibuat lembaga survei dan *Real Count* buatan KPU bukan merupakan alat yang tepat untuk menentukan siapa yang terpilih. Hasil yang resmi dan sah hanya dari penghitungan manual dari KPU.

Perbedaannya terletak pada media yang digunakan, dalam penelitian Juwita media yang digunakan hanya satu yaitu, Pikiran Rakyat dan metode yang digunakan adalah analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki.

**Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu**

Judul	Peneliti	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan
Pemberitaan Pers Tentang Pilkada DKI Jakarta 2007 (Analisis Framing)	Widya Victoria M (2007)	Pertama: data tekstual secara kuantitatif dan kedua menggunakan metode analisis	Koran Kompas yang terkesan imbang berusaha menunjukkan arti penting proses demokrasi. Sedangkan Koran Replubika yang	Perbedaan penelitian oleh Widya terdapat pada media yang dibandingkan,

<p>Pemberitaan Harian Umum Kompas dan Republika Edisi Tanggal 4 Juli – 4 Agustus 2007)</p>		<p>framing model Gamson dan Modigliani</p>	<p>secara informatif dan kritis dalam pemberitaannya, cenderung memandang peristiwa pilkada DKI Jakarta 2007 sebagai suatu proses pembelajaran politik</p>	<p>media yang digunakan oleh Widya adalah Kompas dan Republika. Perbedaan juga ada pada metodenya, metode yang Widya gunakan ada dua tahap yaitu tahap pertama dengan kuantitatif dan tahap kedua menggunakan William A Gamson.</p>
<p>Konstruksi Pemberitaan Hasil <i>Quick Count</i> Pilkada Jabar 2013 (Studi Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki di Surat Kabar Pikiran Rakyat periode 25 Februari – 2 Maret 2013).</p>	<p>Juwita Aldiani (2009)</p>	<p>Metode yang digunakan dengan model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki</p>	<p>Harian Pikiran Rakyat mbingkai hasil <i>quick count</i> yang dibuat lembaga survei dan <i>Real Count</i> buatan KPU bukan merupakan alat yang tepat untuk menentukan siapa yang terpilih.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada media yang digunakan, dalam penelitian Juwita media yang digunakan hanya satu yaitu, Pikiran Rakyat</p>

## 2.2. Konstruksi Sosial

### 2.2.1 Konstruksi Sosial atas Realitas

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoretik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger

dan Thomas Luckmann. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari New School for Social Research, New York. Sementara, Thomas Luckman adalah sosiolog dari University of Frankfurt. Teori konstruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademisi ini sebagai suatu kajian teoretis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan individu yang menciptakan realitas yang telah dikonstruksi atau disebut konstruksi sosial. Namun, kebenaran suatu realitas sosial bersifat tidak mutlak, tergantung bagaimana konteks spesifik yang dinilai relevan oleh sang pelaku sosial.

Ritzer (1992: 5) juga menambahkan bahwa ide dasar semua teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya.

Realitas sosial pada kenyataannya tidak dapat berdiri sendiri, harus tetap ada kehadiran individu baik di luar atau di dalam realitas sosial tersebut. Realitas sosial dapat memiliki makna ketika suatu realitas sosial dikonstruksikan secara subjektif oleh individu sehingga dapat membuat suatu realitas menjadi objektif. Jadi individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia nyata, serta memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

### **2.2.2 Konstruksi Sosial dan Media Massa**

Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah 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, 2008: 203).

Peran media dalam mengkonstruksi suatu berita tentu sangat strategis, khususnya (1) dalam proses-proses mengkonstruksi suatu berita yang abstrak dimana publik tidak mampu melihat keterkaitannya secara langsung dengan kepentingan mereka (2) dalam kondisi dimana individu anggota publik tidak memiliki pengalaman langsung atau akses pengamatan langsung dengan dimensi-dimensi realitas yang sedang dikonstruksi (Gazzali: 2003:32).

Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna.

Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksi realitas, agar opini yang diterima masyarakat sesuai dengan apa yang ingin media bentuk. Isi dari media ialah para pekerja yang mengkonstruksi berita yang dipilihnya. Di antaranya realitas politik, contohnya sebuah hasil *Quick Count* bisa berbeda di setiap isi beritanya tergantung kepemilikan dari media tersebut.

Menurut Bungin (2011) Proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

## 1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, biasanya tugas ini dilakukan oleh editor media massa tersebut. Isu-isu penting menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan 3 hal, yaitu kedudukannya (tahta), harta, dan perempuan (Bungin, 2008: 205). Pemberitaan seputar kepemimpinan, pejabat, pemerintah biasanya digolongkan dalam permasalahan tahta. Permasalahan seputar korupsi dan kemewahan biasanya digolongkan dalam permasalahan harta dan permasalahan seputar perempuan biasanya membahas seputar wajah, aurat dan sebagainya.

Ada tiga hal penting dalam menyiapkan materi konstruksi sosial: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semua kepada masyarakat dan, keberpihakan kepada kepentingan umum (Bungin, 2006 : 205)

Keberpihakan semua kepada masyarakat ialah biasanya ditampilkan dalam sikap empati, simpati, namun sayangnya empati dan simpati itu sering kali hanya untuk “menjual berita” saja. Seperti halnya dalam berita RUU Pilkada, berita yang disuguhkan “menjual nama rakyat” atau kata demokratis agar bisa mengambil hati masyarakat dan yang terakhir keberpihakan kepada kepentingan umum, yang artinya semua media massa menempatkan keberpihakan pada kepentingan umum sebagai visi dari media massa tersebut.

## 2. Tahap Sebaran konstruksi

Konsep konkret strategi media masing-masing berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari

beberapa konsep hari, minggu, atau bulan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi tersebut. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting bagi pembaca.

### 3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat.

### 4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

## 2.3 Pengertian Analisis Framing

Menurut Rachmat Kriyantono Analisis Framing adalah salah satu metode analisis media. Secara sederhana artinya pembedaan sebuah berita. Sobur

(2001:162) mengatakan bahwa analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek-aspek tertentu, dengan istilah-istilah konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001: 186)

Menurut Eriyanto (2002: 142) Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya 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. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Karenanya seperti dikatakan Frank D. Durham, dalam Eriyanto (2001: 77- 79) framing membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak, penyajian realitas yang

demikian membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti. Dalam konsep framing ada beberapa definisi mengenai framing di antaranya:

a. Robert N. Entman

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

b. William A. Gamson

Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang teroganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). 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.

c. 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.

Dari banyaknya pandangan mengenai framing di atas, penulis memilih untuk menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Dengan mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai

perangkat framing yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik maka berita tentang polemik RUU Pilkada ini lebih tepat jika dianalisis dengan metode ini. Sedangkan jika menggunakan metode lain kurang tepat secara isu dan hal-hal yang dikemukakan. Hal ini terkait dengan perangkat framing yang akan diaplikasikan pada berita yang akan dibingkai.

Perbedaan framing Kompas dan Sindo tentang polemik RUU Pilkada disebabkan karena faktor pembingkai masing-masing media, melalui penekanan atau penonjolan sisi tertentu dan penghilangan sisi yang lain yakni dalam teks berita dan berupa foto (visual image). Perbedaan pembingkai berita tersebut akan memberikan informasi yang berbeda kepada khalayak pembaca.

Menurut Eriyanto (2002: 150) Dalam suatu media juga dikenal analisis framing yang banyak mendapat pengaruh lapangan psikologi dan sosiologis, Pendekatan psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membuat skema tentang diri, sesuatu atau gagasan tertentu. Sementara dari sosiologi, konsep framing dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman.

#### a. Dimensi Psikologis

Framing sangat berhubungan dengan dimensi psikologi. Framing adalah strategi yang dilakukan wartawan untuk membuat atau membingkai suatu pesan (dalam hal ini teks berita) agar lebih mencolok dan menonjol sehingga mudah ditangkap oleh publik. Upaya membuat pesan lebih menonjol dan mencolok, pada taraf paling awal tidak dapat dilepaskan dari aspek psikologi. Karenanya, realitas yang sama bisa jadi digambarkan

secara berbeda, karena orang mempunyai pandangan atau perspektif yang berbeda juga.

b. Dimensi sosiologi

Selain aspek psikologis, aspek sosiologis juga memengaruhi, karena pada dimensi ini frame dilihat untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama. Dari aspek ini menentukan bagaimana peristiwa atau berita dibentuk dan dikonstruksi,

## 2.4 Berita

Menurut Williard C Bleyer dalam Djuruto (2004: 46-47) berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.

Tujuan berita ialah melaporkan seluk beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Melaporkan di sini berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar, atau dialami seseorang atau sekelompok orang. Berita ditulis sebagai rekonstruksi tertulis dari apa yang terjadi (Siregar, 1998: 19)

Menurut Abrar (2005: 5) Tidak semua laporan tentang kejadian pantas dilaporkan kepada khalayak, hanya peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita. Nilai berita tersebut mengandung delapan unsur, yaitu:

### 1. Konflik

Informasi yang menggambarkan pertentangan antar manusia, bangsa dan negara perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu khalayak mudah untuk mengambil sikap.

### 2. Kemajuan

Informasi tentang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi senantiasa perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan demikian khalayak mengetahui kemajuan peradaban manusia.

### 3. Penting

Informasi yang penting bagi khalayak dalam rangka menjalani kehidupan mereka sehari-hari perlu segera dilaporkan kepada khalayak.

### 4. Dekat

Informasi yang memiliki kedekatan emosi dan jarak geografis dengan khalayak perlu segera dilaporkan. Makin dekat suatu lokasi peristiwa dengan tempat khalayak, informasinya akan makin disukai khalayak.

### 5. Aktual

Informasi tentang peristiwa yang baru terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Untuk sebuah harian, ukuran aktual biasanya sampai dua hari. Artinya peristiwa yang terjadi dua hari yang lalu masih aktual diberitakan sekarang.

## 6. Unik

Informasi tentang peristiwa yang unik, yang jarang terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Banyak sekali peristiwa yang unik, misalnya manusia tinggal di bersama orang hutan selama 12 tahun, penguin dapat bermain bola, dan lain-lain

## 7. Manusiawi

Informasi yang bisa menyentuh emosi khalayak, seperti yang bisa membuat menangis, terharu, tertawa, dan sebagainya, perlu dilaporkan kepada khalayak. Dengan begitu, khalayak akan bisa meningkatkan taraf kemanusiannya.

## 8. Berpengaruh

Informasi mengenai peristiwa yang berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak perlu dilaporkan kepada khalayak. Misalnya informasi tentang pemilu presiden, tentang banjir dan sebagainya.

Berita mengenai polemik RUU Pilkada mempunyai 3 nilai berita, yaitu pertama, penting, karena begitu berita ini keluar langsung mendapatkan banyak perhatian baik kalangan masyarakat maupun kalangan eksekutif dan legislatif diberitakan secara terus menerus selama hampir sebulan penuh. Kedua nilai *berpengaruh*, karena pada awalnya pilkada diadakan secara langsung atau dipilih oleh rakyat lalu tiba tiba berubah menjadi pilkada tidak langsung atau dipilih DPRD, Sehingga dampak kedepannya akan terasa sekali oleh masyarakat, dan terakhir ketiga, konflik, jelas terasa sekali adanya konflik setelah adanya

pemberitaan mengenai RUU Pilkada menjadi tidak langsung, karena dari beberapa golongan partai ada yang setuju dan ada yang tidak setuju.

## **2.5 Polemik**

Rancangan Undang-Undang Pilkada sangat kental unsur polemiknya, dilihat dari berbagai media yang menonjolkan setiap beritanya, seperti Kompas mendukung Pilkada langsung dan Sindo yang mendukung Pilkada tidak langsung. Maka dari itu, polemik ialah sejenis diskusi atau perdebatan sengit yang diadakan di tempat umum atau media massa berbentuk tulisan. Polemik biasa digunakan untuk menyangkal atau mendukung suatu pandangan agama atau politik (Peursen, 2000: 5).

## **2.6 Politik dan Media**

Media massa dipandang berkekuatan besar (*powerful*) dalam mempengaruhi masyarakat. Apa saja yang disajikan media, itu pula yang menjadi ingatan mereka. Salah satu dampak dari konstruksi sosial ini adalah lahirnya gambaran realitas yang menempel di benak masyarakat, sebagaimana media mengkonstruksinya (Hamad, 2012: 24)

Berdasarkan pendapat Huntington dan Dahl bahwa kehadiran media massa menempati ruang penting dalam proses politik. Politik sangat erat hubungannya dengan media karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal politik (Nimmo, 1989: 217). Ketika pendapat umum tersebut dapat di bentuk seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media, karena antara dunia

politik dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi. Media massa dengan fungsi persuasif yang mampu membentuk pendapat umum dan mampu mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu politik.

Membentuk pendapat umum bisa dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang politik, yang dimaksud bisa berupa tokoh politik, tanda gambar partai, cara melaporkan sebuah peristiwa politik dan sebagainya. Media massa yang piawai memainkan lambang-lambang ini niscaya akan memperoleh perhatian dari segmen khalayak dengan ideologi politik mereka masing-masing.

Dalam penelitian ini, terdapat peran politik terhadap media karena adanya perbedaan pemberitaan antara Koran Kompas dan Koran Sindo. Karena adanya kepentingan tokoh politik dan partai politik dalam wacana RUU Pilkada.

UMMN

## 2.7 Kerangka Pemikiran

