



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan dua buah penelitian terdahulu yang keduanya masih seputar kebijakan publik, sama seperti topik kebijakan publik (dalam hal ini kebijakan mobil murah dan ramah lingkungan) pada penelitian ini. Rujukan penelitian terdahulu tersebut dimuat dengan tujuan dapat memahami bentuk penelitian yang berkaitan dengan konstruksi sosial yang dilakukan oleh media dan pembingkaiian peristiwa ke dalam sebuah berita mengenai kebijakan publik.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Framing Kebijakan Pembangunan Gedung Baru Dewan Perwakilan Rakyat Pada Surat Kabar *Media Indonesia*” yang dibuat oleh Wisma Nurhasanah, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia angkatan 2008. Dalam skripsinya, Wisma mengangkat fenomena rencana pembangunan gedung baru Dewan Perwakilan Rakyat atau DPR yang mendapat banyak kritik dari masyarakat. Kritik tersebut tidak dihiraukan oleh pihak DPR sehingga DPR terkesan tidak peduli kepada suara rakyat. Salah satu media yang aktif menyuarakan suara rakyat mengenai kritik rencana pembangunan gedung baru DPR ialah *Media Indonesia*.

Wisma melihat beberapa berita mengenai kritik terhadap pembangunan gedung baru DPR di *Media Indonesia* cukup tajam, salah satunya berita mengenai ketulian politik DPR yang tidak tanggap akan adanya kritik publik (Nurhasanah, 2010). Beranjak dari berita-berita lainnya tentang kritik masyarakat terhadap kebijakan DPR untuk berencana membangun gedung baru, rumusan masalah dalam skripsi Wisma adalah bagaimana konstruksi realitas yang dilakukan oleh *Media Indonesia* terkait pemberitaan rencana pembangunan gedung baru DPR dan melihat peran *Media Indonesia* sebagai perpanjangan tangan dari masyarakat khususnya mengenai rencana pembangunan gedung baru DPR. Untuk metode analisisnya, Wisma menggunakan framing model Pan dan Kosicki.

Dari hasil penelitiannya, Wisma menyimpulkan bahwa berita yang terkait rencana pembangunan gedung baru DPR di *Media Indonesia* mengarah pada penolakan pembangunan gedung baru DPR yang dilihat dari bahasa, pemilihan kata, dan susunan kalimat yang digunakan dalam berita tersebut. Selain itu, *Media Indonesia* lebih memberikan ruang terhadap pihak yang mendukung penolakan rencana pembangunan gedung baru DPR, baik dari masyarakat maupun pengamat atau orang yang memiliki kapasitas untuk berkomentar soal rencana pembangunan gedung baru DPR. Poin penting lain yang menjadi kesimpulan penelitian Wisma yaitu adanya peran Surya Paloh sebagai pemilik *Media Indonesia* dalam membingkai pemberitaan rencana pembangunan gedung baru DPR sebagai bentuk komunikasi politik sehingga menimbulkan kesan bahwa Surya Paloh berada di pihak rakyat yang menolak rencana DPR itu.

Penelitian berikutnya yang menjadi penelitian terdahulu adalah skripsi dari Claudy Isabella, mahasiswa Ilmu Komunikasi program studi Multimedia Journalism Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2007. Judul skripsinya adalah “Framing: Kebijakan Presiden Barack Obama Mengenai Perang di Afghanistan Pada Surat Kabar *Republika* dan *Suara Pembaruan*” tahun 2012. Claudy mengangkat isu perang Amerika Serikat dengan Afghanistan dalam rangka membasmi terorisme di dua surat kabar nasional yang berbeda karakteristik, terutama ideologi dari media tersebut yang mempengaruhi bentuk berita yang dimuat. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing model Pan dan Kosicki.

Dua surat kabar berbeda yang digunakan Claudy sebagai bahan penelitian sekaligus perbandingan menghasilkan sebuah rumusan masalah dalam penelitiannya, yaitu bagaimana surat kabar *Republika* dan *Suara Pembaruan* membingkai berita tentang kebijakan Presiden AS Barack Obama terhadap perang di Afghanistan. Perspektif media yang berbeda menjadi alasan Claudy menggunakan dua media nasional tersebut untuk melihat bingkai pemberitaan terkait kebijakan Barack Obama dalam perang di Afghanistan. Surat kabar *Republika* membingkai kebijakan Barack Obama tentang perang di Afghanistan dalam sudut pandang politik. Latar informasi yang ditonjolkan adalah bagaimana pemerintah AS di bawah kepemimpinan Barack Obama melakukan berbagai upaya untuk memburu Osama bin Laden serta jaringan Alqaeda. Sedangkan pada surat kabar *Suara Pembaruan*, isu perang di Afghanistan dilihat dari sudut pandang politik juga, hanya saja ditambah sudut pandang humanis. *Suara*

Pembaruan menekankan pada alasan mengapa kebijakan Obama perlu didukung karena tindakan terorisme tidak dapat dibenarkan.

Dari penelitian tersebut, hasilnya memperlihatkan sikap dari kedua media itu. Dari surat kabar *Republika* cenderung bersikap abu-abu dalam memberitakan kebijakan Obama untuk memerangi Osama bin Laden dan jaringan Alqaeda di perang Afghanistan. Hal tersebut dilihat dari analisis berita-berita di surat kabar *Republika* yang hanya menekankan pada dominasi AS dalam perang Afghanistan. Berbeda dengan berita di surat kabar *Suara Pembaruan* yang dengan jelas menekankan kebijakan Obama serta tujuan-tujuannya sehingga mendapatkan justifikasi dan keberpihakan dari pembaca atau dapat disebut sebagai bentuk dari jurnalisme positif (Isabella, 2012).

Peneliti mengambil kedua skripsi tersebut menjadi penelitian terdahulu karena memiliki kesamaan dalam hal topik besar, yaitu mengenai kebijakan pemerintah yang diberitakan oleh media nasional dan metode yang digunakan pun juga sama dengan yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu analisis framing model Pan dan Kosicki. Perbedaan kedua penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini terletak pada sikap media dalam menyikapi kebijakan pemerintah. Peneliti fokus pada respon Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama selaku Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terhadap kebijakan mobil murah dan ramah lingkungan yang ditetapkan oleh pemerintah. Berbeda dengan Wisma maupun Claudy yang mengambil topik kebijakan pemerintah secara umum dan keseluruhan, dalam penelitian ini peneliti berfokus pada berita-berita yang memiliki sikap mengkritisi kebijakan pemerintah terkait kebijakan

mobil murah dan ramah lingkungan sehingga dalam kurun waktu 1 bulan (September 2013), peneliti melakukan seleksi tersendiri terhadap berita-berita mobil murah dan ramah lingkungan yang dimuat di *Harian Kompas*. Berita yang digunakan sebagai unit analisis penelitian ini adalah berita yang berfokus pada respon Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang dilakukan oleh Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama selaku Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Peneliti ingin mengetahui lebih tajam lagi bagaimana *Harian Kompas* mengkonstruksikan realitas respon Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terhadap kebijakan mobil murah dan ramah lingkungan yang ditetapkan pemerintah pusat.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Komunikasi Massa

Salah satu konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini pertama-tama adalah komunikasi massa. Media cetak merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang sudah ada sejak lama, sebelum munculnya bentuk media massa lain seperti televisi, radio, dan internet atau yang kini lebih dikenal sebagai *new media*. Bicara mengenai komunikasi massa tidak dapat lepas dari berbagai bentuk media tersebut yang merupakan media massa karena proses komunikasi massa bertujuan menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Bungin, 71: 2004).

Media massa dalam hal ini bertindak sebagai komunikator, yaitu pihak yang menyampaikan informasi kepada khalayak yang berlaku sebagai komunikan.

Dengan berbagai kemajuan teknologi kini, media massa semakin mudah dalam melaksanakan proses penyampaian informasi tersebut. Informasi yang disampaikan melalui media massa disebut sebagai informasi massa, yaitu informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan begitu, semua informasi yang bersifat massa adalah milik publik, milik bersama (Bungin, 72: 2006). Berita mengenai penolakan pemerintah provinsi DKI Jakarta terkait kebijakan mobil murah dan ramah lingkungan termasuk dalam informasi massa yang disebutkan oleh Bungin.

2.2.1.1 Proses Komunikasi Massa

Secara fundamental, proses komunikasi massa sangatlah berbeda dengan proses komunikasi pada umumnya, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi, antar kelompok, dan sebagainya. Komunikasi massa melibatkan banyak pihak yang menjadi pelaku komunikasinya, baik dari komunikator yang merupakan media massa maupun komunikannya yang adalah audiens dalam jumlah banyak. Karena melibatkan banyak pihak, maka proses komunikasinya sangatlah kompleks. Berikut proses komunikasi massa yang dikemukakan oleh McQuail (1992: 33).

- 1) Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Skala besar di sini dimaksudkan sebagai proses penyampaian informasi secara menyeluruh kepada khalayak atau pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas dan diterima oleh massa yang besar pula.

- 2) Proses komunikasi massa berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan. Akan tetapi kini sudah ada beberapa bentuk interaksi yang terjadi antara komunikan dengan komunikator, namun sifatnya sangat terbatas. Terbatas dalam arti proses arus informasi tetap didominasi oleh komunikator sebagai penyampai pesan sehingga interaksi dari komunikan tidaklah signifikan, bahkan tidak berdampak banyak terhadap informasi dari komunikator.
- 3) Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan. Hal tersebut menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Apabila terjadi kondisi emosional yang disebabkan oleh pemberitaan dari komunikator, tidaklah berlangsung lama dan tidak permanen.
- 4) Proses komunikasi massa juga berlangsung secara impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
- 5) Komunikasi massa tergantung pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat. Kebutuhan masyarakat sangat beragam. Melalui media massa, kebutuhan masyarakat yang beragam dan bervariasi itu dipenuhi. Seperti tayangan di televisi dan radio yang menyajikan siaran mengenai pendidikan, sosial, budaya, dan lainnya yang ditunggu-tunggu pemberitaannya oleh massa. Dengan demikian, agenda dari sajian-sajian yang ada di media massa juga sangat ditentukan oleh *rating*. Apabila tidak

ada audiensnya, maka kemungkinan sajian dari sebuah media akan diganti dengan yang lain karena dianggap tidak disukai atau tidak sesuai dengan kebutuhan audiensnya. Di sisi lain, tidak ada audiens berarti tidak ada pemasukan dari iklan sehingga media dapat merugi.

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Dalam kesehariannya, media massa yang ada di Indonesia secara tidak langsung menjalankan berbagai fungsi dari komunikasi massa itu sendiri. Robert K. Merton menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yakni fungsi nyata (*manifest function*) dan fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*). Fungsi nyata dari media massa merujuk pada fungsi yang diinginkan, sedangkan fungsi tidak nyata adalah fungsi yang tidak diinginkan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat memiliki efek fungsional dan disfungsional (Bungin, 78: 2006).

Di luar *manifest function* dan *latent function*, ada juga yang disebut sebagai *beiring function* atau fungsi melahirkan fungsi-fungsi sosial lain. Setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan individu atau masyarakat, maka individu maupun masyarakat itu sendiri akan mengubah fungsi-fungsi sosial yang ada. Sebagai contoh, pemberantasan korupsi yang dilakukan pemerintah, di satu sisi bertujuan untuk membersihkan masyarakat dari praktik korupsi. Akan tetapi di sisi lain tindakan pemberantasan korupsi yang tidak diikuti oleh perbaikan sistem justru akan menimbulkan ketakutan bagi aparatur pemerintahan secara luas

tentang masa depan mereka karena tindakannya akan selalu diawasi, ditakuti, dan ditindak (Bungin, 79: 2006). Terkait dengan fungsi komunikasi dalam media massa, *beiring function* juga dapat berlaku. Pemberitaan mengenai bahaya penculikan dan perampokan di satu sisi dilihat sebagai informasi semata agar lebih waspada, namun di sisi lain berita tersebut akan menciptakan ketakutan tersendiri terkait kejahatan yang mungkin bisa menimpa siapa saja yang menonton berita tersebut.

Berikut adalah penjabaran lebih lanjut mengenai fungsi dari komunikasi massa menurut Bungin (2006: 79).

1) Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas yang sifatnya mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu ada fungsi persuasif yang lebih condong pada upaya untuk memberikan *reward* dan *punishment* kepada masyarakat sesuai dengan apa yang dilakukannya. Media massa dapat memberikan *reward* kepada mereka yang bermanfaat dan fungsional bagi anggota masyarakat lainnya, juga dapat memberikan *punishment* bagi mereka yang tidak bermanfaat bahkan merugikan fungsi-fungsi sosial lainnya di masyarakat. Sebagai contoh, seorang guru yang telah mengabdikan sekian lama mengajar di sekolah di perbatasan akan mendapat *reward* dari media massa melalui liputan yang

mengangkat sosok dirinya sebagai pahlawan tanpa tanda jasa yang sesungguhnya, sebaliknya seorang tersangka kasus korupsi akan diberitakan segala yang buruk tentang dirinya.

2) Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat di mana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efisien dan menyebar secara bersamaan dalam masyarakat secara luas.

3) Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif ini tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

4) Fungsi Transformasi Budaya

Bila fungsi informatif tadi lebih bersifat statis, dalam arti hanya sekedar menyampaikan informasi semata, maka berbeda dengan fungsi transformasi budaya yang lebih dinamis. Komunikasi massa dilihat sebagai salah satu bentuk budaya massa yang dilakukan semua oleh komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya terutama fungsi *social learning*, akan tetapi fungsi transformasi budaya ini lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global. Secara umum, perubahan-perubahan budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia, karena selain dapat dimanfaatkan untuk pendidikan, juga dapat digunakan untuk fungsi lainnya, seperti politik, perdagangan, agama, hukum, militer, dan sebagainya. Jadi, tidak dapat dihindari bahwa komunikasi massa melalui media massa memainkan peran penting dalam proses ini, di saat dunia informasi komunikasi dan teknologi semakin berkembang dan mengikutsertakan komunikasi massa dalam proses transformasi budaya.

5) Hiburan

Komunikasi massa menggunakan media massa sebagai sarannya, sehingga segala fungsi hiburan yang ada di media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

6) Komunikasi Massa sebagai Sistem Sosial

Sistem sosial di sini mengarah pada sebuah sistem yang mengatur tentang himpunan kehidupan sosial yang terdiri dari komponen-komponen yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya secara teratur dan sistematis serta membentuk suatu kehidupan yang menyeluruh. Sebuah sistem sosial pada dasarnya merupakan sistem yang kompleks, namun komunikasi massa dalam sistem sosial bisa dilihat lebih banyak dalam hal

menjelaskan masalah-masalah proses komunikasi, sedangkan media massa lebih banyak menjelaskan teknis teknologi dan aspek-aspek yang dihasilkan dari teknologi itu sendiri.

2.2.1.3 Peran Media Massa

Media massa berlaku sebagai sebuah institusi yang bertugas sebagai *agent of change*, atau institusi pelopor perubahan. Perubahan yang diusung media massa adalah perubahan dalam segala aspek kehidupan sosial masyarakat menuju ke arah yang lebih baik lagi. Salah satu bentuk dari *agent of change* adalah peran media dalam hal edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju (Bungin, 85: 2006).

Peran edukasi yang dilakukan oleh media tidak terlepas dari perannya juga sebagai media informasi. Aktivitas utama dalam kegiatan media massa adalah menginformasikan segala sesuatu yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi masyarakat. Dengan informasi yang terbuka, jujur, dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya akan informasi. Masyarakat yang cukup memperoleh informasi terkini akan menjadi masyarakat yang informatif yang dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan di dunia sebagai masyarakat dunia (Bungin, 86: 2006).

Berangkat dari peran media massa di atas, media cetak, khususnya surat kabar yang menjadi bahan dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa surat kabar

banyak berperan dalam hal edukasi dan informatif. Kedua peran tersebut terlihat jelas dari berbagai berita yang dimuat dalam surat kabar.

2.2.2 Konsep Berita

Berita pada umumnya adalah hal-hal penting yang harus segera disampaikan kepada publik, terutama yang menyangkut kepentingan publik atau dalam penelitian ini pembaca surat kabar *Kompas*. Akan tetapi, tidak semua peristiwa dapat termasuk dalam kategori berita. Apabila semua peristiwa dan pernyataan manusia digolongkan sebagai berita, maka dapat dibayangkan berapa ribuan lembar kertas habis untuk menerbitkan berita setiap harinya. Maka dari itu, definisi berita dibatasi menjadi lebih spesifik, bukan sebagai peristiwa semata.

Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia. Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia yang perlu baginya untuk mewujudkan filsafat hidupnya (Soehoet, 2006: 23). Dengan definisi tersebut, maka berita sebisa mungkin harus bisa mewakili kepentingan orang banyak supaya berita tersebut bermakna bagi mereka. Semakin banyak berita suatu surat kabar yang dimuat dan dirasa perlu oleh masyarakat, semakin berguna surat kabar tersebut. Untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau pembaca setiap harinya, sudah menjadi tugas di bagian redaksi untuk memilah-milah berita apa yang akan dimuat nantinya.

Hal yang menjadi salah satu dari sekian banyak hal tentang dasar-dasar dari jurnalistik yaitu fakta. Sebagai jurnalis, fakta yang didapat saat liputan untuk dimuat dalam berita haruslah fakta yang obyektif. Obyektif di sini berarti sesuai

dengan peristiwa aslinya, tidak ada yang berubah atau diubah bahkan dibuat-buat. Walaupun begitu, pandangan tersebut tidaklah sepenuhnya dilihat secara harafiah. Obyektifitas kini sudah dipahami sebagai obyektifitas yang subyektif. Untuk gambaran obyektifitas yang subyektif, dapat dilihat seperti ini: ada tiga orang berdiri di air terjun Niagara. Mereka adalah pendeta, ahli geologi, dan produser film. Saat melihat air terjun Niagara, pendeta berpendapat bahwa itu adalah keajaiban dari ciptaan Tuhan. Kemudian ahli geologi juga menyatakan kalau tempat itu adalah hasil dari ilmu pengetahuan alam selama bertahun-tahun lamanya. Sedangkan si produser film berpendapat kalau di sana adalah tempat yang tepat untuk dimasukkan ke dalam salah satu adegan dalam filmnya. Dari ketiga orang yang berbeda tersebut, dapat dilihat bahwa fakta yang obyektif pun juga subyektif karena dari sebuah obyek muncul berbagai pandangan obyektif (terkait dengan sebuah obyek) yang bersifat subyektif (karena diungkapkan oleh seorang subyektif) (Ishwara, 2005: 42).

2.2.2.1 Nilai Berita

Berita yang dimuat merupakan pilihan dari berbagai fakta peristiwa dan pernyataan yang sudah diseleksi bagian redaksi. Berita yang pada akhirnya terpilih untuk dimuat tentunya memiliki satu atau lebih dari satu nilai berita. Nilai berita sendiri ditetapkan dengan maksud agar ada sebuah ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan untuk menentukan layak berita (*newsworthy*) (Ishwara, 2005: 53).

Nilai berita yang pertama adalah konflik. Konflik yang melibatkan fisik seperti kejahatan atau tindakan kriminal biasanya layak berita karena ada kerugian dan ada korban. Hal-hal yang berbau kekerasan juga mengundang perhatian tersendiri dari khalayak karena secara tidak langsung membangkitkan emosi dari yang menyaksikan atau membaca berita, terlebih bila ada kepentingan langsung dengan konflik tersebut. Selain konflik fisik, konflik secara verbal atau debat juga mendapatkan posisi yang penting dalam sebuah pemberitaan.

Nilai berita berikutnya adalah kemajuan dan bencana. Kemajuan dalam hal ini adalah adanya prestasi baru yang biasanya muncul dari rutinitas sehari-hari masyarakat biasa maupun golongan-golongan tertentu, seperti guru dan sebagainya, yang rutinitasnya belum layak berita. Bencana juga layak berita karena berkaitan dengan kemanusiaan dan kepentingan orang banyak. Dapat dibayangkan saat tsunami di Aceh apabila tidak ada pemberitaan mengenai hal tersebut bisa saja ada sanak saudara dari salah satu penduduk di Aceh yang menjadi korban bencana tersebut. Selain itu ada juga nilai konsekuensi yang merupakan serangkaian peristiwa yang mempengaruhi banyak orang, contohnya kampanye politik nasional, penetapan tarif tol baru secara nasional, dan sebagainya.

Nilai berita berikutnya adalah kemasyhuran atau terkemuka, karena nama besar akan membuat berita jadi lebih besar (Ishwara, 2005: 55). Ada juga nilai kedekatan dengan berita, keganjilan atau hal-hal yang aneh dan unik, *human interest*, dan seks.

2.2.3 Konstruksi Sosial Atas Realitas

Konstruksi sosial adalah sebuah realitas sosial yang terbentuk dari penciptaan manusia (Berger & Luckmann, 1966). Rene Descartes menyebutkan bahwa “Cogito, ergo sum” yang artinya “saya berpikir, maka saya ada.” Maksud dari pepatah itu adalah bahwa manusia adalah makhluk yang mampu berpikir. Dia menerima stimulus yang diberikan tempat dia tinggal. Maka manusia seringkali disebut sebagai pencipta realitas yang ada.

Dalam konstruksi realitas, menurut Sobur (2009: 91) tanpa bahasa maka tidak ada berita, cerita atau pun ilmu pengetahuan. Maka menurut Hamad (2001) sebagaimana yang dikutip Bungin (2006) bahwa bahasa bukan cuma mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus menciptakan realitas.

2.2.3.1 Konstruksi Sosial Atas Realitas

Menurut Berger (1966) dalam bukunya yang berjudul, “*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*” seperti yang dikutip Bungin (2006:202), konstruksi realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, obyektivitas, dan internalisasi. Sebuah konstruksi sosial yang berdasar pada realitas yang ada.

Berger dan Luckmann menjelaskan tiga tahap dialektis pemahaman terhadap suatu realitas, yaitu (Eriyanto, 2002: 14-15):

1. Eksternalisasi

Suatu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental ataupun fisik. Ini sudah menjadi kegiatan dasar manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat di mana ia berada. Manusia selalu berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia – dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

2. Obyektivasi

Hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil dari eksternalisasi – kebudayaan – itu misalnya, manusia menciptakan alat bagi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada di luar kesadaran manusia, ada “di sana” bagi setiap orang.

Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

3. Internalisasi

Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar

kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi bagian dari masyarakat.

Keterkaitan teori ini terhadap berita akan dijelaskan sebagai berikut. Pertama-tama harus dipahami bahwa berita merupakan hasil konstruksi realitas dari wartawan dan media. Ketika wartawan hadir di lapangan dan meliput peristiwa, dia sudah terlebih dahulu memiliki kerangka pikiran sendiri mengenai peristiwa yang akan dia liput (eksternalisasi). Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan kerangka pemikirannya untuk memaknai realitas. Kemudian ketika dia telah sampai di lapangan, dia melihat kenyataan yang sebenarnya dan apa adanya, di situlah dia berada pada tahap (obyektivasi). Selesai meliput, dia mengendapkan peristiwa yang sudah ia lihat dan diendapkan sendiri (internalisasi). Dengan begitu, berita adalah hasil interaksi dari proses tersebut. Sebuah teks berita tidak bisa disamakan sebagai kopi dari realitas, ia haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas (Eriyanto, 2002: 17).

Namun menurut Bungin (2006: 202) teori Berger itu sudah usang dan tidak mampu menjawab perubahan zaman, karena tidak memasukkan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitasnya. Mulai dari situlah terbentuk teori konstruksi realitas media massa. Menurut Bungin (2006: 212) realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media. Lebih lanjut, menurut Bungin (2006: 203), posisi “konstruksi sosial media massa” adalah koreksi atas konstruksi sosial atas realitas.

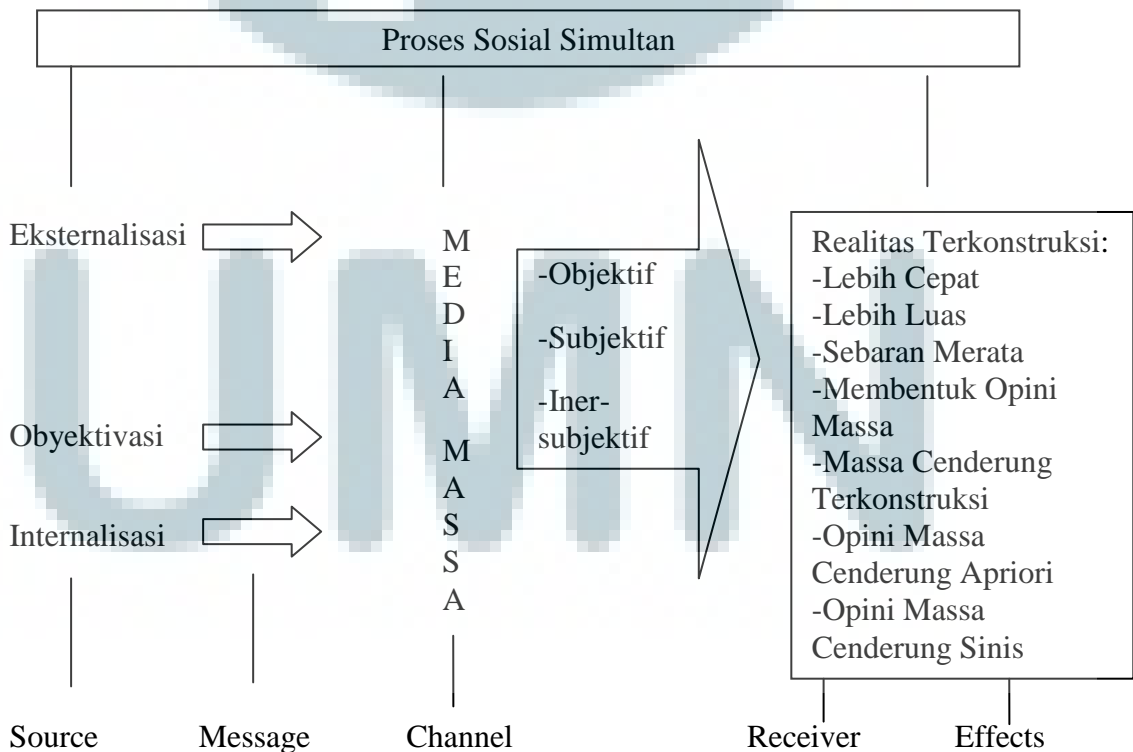
2.2.3.2 Konstruksi Sosial Media Massa

Bungin (2006: 203) menyatakan bahwa substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata.

Lebih lanjut, menurut Bungin (2006: 203) dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut: (a) tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) tahap sebaran konstruksi; (c) tahap pembentukan konstruksi; dan (d) tahap konfirmasi.

Berikut adalah gambar proses konstruksi sosial media massa menurut Bungin (2006: 204).

Skema 2.1 PROSES KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA



a. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Menurut Bungin (2006: 205) menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada *desk editor* yang ada di setiap media massa. Lebih lanjut menurut Bungin (2006: 205) ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu:

1. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal. Ideologi mereka adalah membuat media massa yang laku di masyarakat.
2. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk “menjual berita” dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.
3. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tidak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memposisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan

mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus meninggalkan keuntungan (Bungin, 2006: 205).

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Menurut Bungin (2006: 207) sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, di mana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengkonsumsi informasi itu. Lebih lanjut Bungin (2006: 207) mengatakan bahwa prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

c. Pembentukan Konstruksi Realitas

Menurut Bungin (2006: 208) pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik.

(1) Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap berikut merupakan sebaran konstruksi, di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat yang berlangsung secara generik. Yaitu:

1. Konstruksi membenaran. Sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran.

2. Kesiediaan untuk dikonstruksi media massa. Yaitu sikap generik dari tahap yang pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.
3. Menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tidak bisa dilepaskan. Tanpa hari, tanpa menonton televisi, tanpa membaca koran tanpa mendengar radio dan sebagainya. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila ia belum membaca koran atau menonton televisi pada hari itu.

(2) Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model; (1) model *good news* dan (2) model *bad news*.

Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya. Sedangkan model *bad news* adalah kebalikan dari model *good news*. Dalam model ini objek pemberitaan cenderung

diberitakan citra buruk sehingga terkesan lebih buruk, dibuat menjadi lebih jelek dari sebelumnya.

Realitas sosial yang dimaksud adalah sebuah konstruksi pengetahuan dan atau wacana dalam dunia kognitif yang hanya hidup dalam pikiran individu dan simbol-simbol masyarakat, namun sebenarnya tidak ditemukan dalam dunia nyata. Refleksi realitas itu baru terlihat saat individu mengidentikkan dirinya dengan lingkungan sosialnya, dalam bentuk-bentuk yang lebih konkret terlihat di saat mereka menentukan pilihan-pilihan mereka terhadap sebuah produk yang dipakai. Koridor realitas ini, sebagaimana ia menyadari dirinya sebagai bagian dari realitas itu sendiri.

Untuk media massa, realitas citra media dikonstruksikan oleh *desk* dan redaksi, namun merupakan bagian dari rekonstruksi sosial masyarakatnya. Karena itu, ketergantungan mereka yang hidup dalam realitas media adalah orang-orang yang selalu memiliki kesadaran realitas ini, sebagaimana ia menyadari dirinya sebagai bagian dari realitas itu sendiri (Eriyanto, 2002: 210).

d. Tahap Konfirmasi

Menurut Bungin (2006: 212) konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumen dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian

untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

2.2.3.3 Realitas Media

Menurut Piliang sebagaimana yang dikutip Sobur (2009: 92) realitas adalah sebuah konsep yang kompleks, yang sarat dengan pertanyaan filosofis. Ada sebuah konsep filosofis yang mengatakan bahwa yang kita lihat bukanlah “realitas” melainkan representasi atau tanda dari realitas yang sesungguhnya, yang tidak dapat kita tangkap. Menurut Zak van Straaten sebagaimana yang dikutip Sobur (2009: 93) yang dapat kita tangkap hanyalah tampilan dari realitas yang ada di baliknya.

Menurut Bungin (2006: 212) realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media dalam dua model. Pertama adalah model peta analog dan kedua adalah model refleksi realitas.

1. Model Peta Analog

Yaitu model di mana realitas sosial dikonstruksi oleh media berdasarkan sebuah model analogi bagaimana suatu realitas itu terjadi secara rasional (Bungin, 2006: 212). Jadi realitas peta analog adalah suatu konstruksi realitas yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa, seperti sebuah analogi kejadian yang seharusnya terjadi, bersifat rasional.

2. Model Refleksi Realitas

Yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di masyarakat.

2.2.4 Framing

Untuk melihat suatu posisi, arah dan bagaimana media mengemas suatu realitas maka memerlukan telaah pbingkaian (*framing*). Menurut Eriyanto (2002: 3) analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. *Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Menurut Sobur (2009: 162) *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Gagasan *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Beterson. Awalnya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. *Frame* diandaikan sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2009: 161-162).

Hal serupa juga diungkapkan Eriyanto (2002: 7) bahwa dalam analisis *framing* yang pertama kali dilakukan adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Pada sebuah peristiwa secara aktif wartawan dan media yang membentuk realitas. Realitas tercipta dalam konsepsi yang dipahami wartawan di mana berbagai hal terjadi, fakta, orang, diabstraksikan menjadi peristiwa yang kemudian hadir di hadapan khalayak. *Framing* adalah soal bagaimana realitas/peristiwa dikonstruksi oleh media.

2.2.4.1 Konsep Framing

Terdapat beberapa konsep *framing* yang dirumuskan oleh para ahli. Berikut tabel untuk menjelaskan bagaimana model teori *framing* menurut para ahli (Eriyanto, 2002: 67-68).

Tabel 2.2 MODEL FRAMING

Robert Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek 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 yang lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara 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 Gittlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan

	<p>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.</p>
<p>David E. Snow dan Robert Benford</p>	<p>Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.</p>
<p>Amy Binder</p>	<p>Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.</p>
<p>Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki</p>	<p>Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita.</p>

2.2.4.2 Analisis Framing

Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang termasuk dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi tersebut dibentuk (Eriyanto, 2002: 37).

Menurut Eriyanto (2002: 32), pendekatan konstruksionis yang ada pada analisis *framing* akan mencakup aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu dari pemberitaan yang ada. Wartawan bukanlah robot yang meliput apa adanya berdasarkan apa yang dilihat namun berdasarkan etika dan moral yang dalam banyak hal berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu yang umumnya dilandasi oleh keyakinan tertentu. Oleh karena itu, maka wartawan menulis berita bukan hanya sebagai pengabar realitas, tetapi juga mengkonstruksi peristiwa melalui dirinya sendiri dengan realitas yang diamatinya.

2.2.4.3 Efek Framing

Salah satu efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu. *Framing* menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Karena itu, *framing* menolong khalayak untuk memproses

informasi ke dalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu (Eriyanto, 2002: 140).

Berikut tabel efek *framing* (Eriyanto, 2002: 141-143)

Tabel 2.3 EFEK FRAMING

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

Selain itu menurut Eriyanto masih ada efek-efek *framing* lainnya. Seperti menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain, menampilkan sisi-melupakan sisi lain, menampilkan aktor tertentu-menyembunyikan aktor lainnya, mobilisasi massa dan menggiring khalayak pada ingatan tertentu.

1. Menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain. Framing umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan sering disebut fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya ada aspek lainnya yang tidak mendapat perhatian yang memadai.
2. Menampilkan sisi tertentu-melupakan sisi lain. Menampilkan aspek tertentu menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami berita tidak mendapatkan liputan yang memadai dalam berita.

3. Mobilisasi massa. Dalam suatu gerakan sosial, ada strategi bagaimana supaya khalayak mempunyai pandangan yang sama atas suatu isu. Itu sering ditandai dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama, dan pahlawan bersama, hanya dengan itu, khalayak bisa digerakkan dan dimobilisasi. Semua itu membutuhkan *frame* bagaimana isu dikemas, bagaimana peristiwa dipahami, dan bagaimana pula kejadian didefinisikan dan dimaknai.

Menggiring khalayak pada ingatan tertentu. Media adalah tempat di mana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial yang terjadi di sekitar mereka. Karena itu, bagaimana media membingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut. Dengan kata lain, *frame* yang disajikan oleh media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan peristiwa.

UMMN