

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di tengah turunnya kepercayaan publik akan kemampuan Presiden dan pemerintahannya, SBY merombak kabinetnya. SBY ingin menunjukkan keinginannya memperbaiki kinerja pemerintahan dengan membuat kabinetnya lebih sigap dan tangkas, namun yang dilakukan adalah membuat pemerintahan semakin bertambah. Sejumlah departemen dan kementerian negara dilengkapi wakil menteri yang berdasarkan aturan perundang-undangan bukan anggota kabinet atau pejabat politik, melainkan pejabat karier atau birokrasi.

Umumnya persoalan pokok departemen dan kementerian negara terletak pada lemahnya kepemimpinan, rendahnya kemampuan teknis-manajerial, dan/atau cederanya integritas sang pejabat politik. Wakil menteri hanya akan menjadi tambahan organ birokrasi. Manakala tidak tersedia mekanisme dan hubungan yang sehat dengan para menteri dan pejabat eselon 1 di sekitar menteri itu, wakil menteri potensial jadi beban bagi kepemimpinan departemen/kementerian. Terlebih, jika sang wakil menteri tidak memiliki kecakapan cukup atau tidak bisa mensinergikan kecakapannya dengan menteri dan para pejabat eselon 1 yang juga akan menjadi beban birokratis (<http://nasional.kompas.com/read/> Wakil menteri hanya akan jadi tambahan organ birokrasi, 4 Desember 2011).

Bagi departemen/kementerian negara yang sehat, penambahan wakil menteri berpotensi mengurangi kebugaran. Pemerintahan kian tambun dan diisi banyak pejabat baru yang jadi beban politik dan birokrasi (serta finansial) baru. Kehadiran mereka bukan menggerakkan, melainkan menghambat akselerasi gerak dan hasil kerja pemerintahan. Berbagai media mengabarkan mengenai adanya proses pemilihan wakil menteri tersebut, banyak masyarakat maupun pengamat politik yang mengkritik kebijakan Presiden SBY tersebut. Begitu juga di media, banyak yang mengabarkan mengenai pengangkatan wakil menteri tersebut, dimana ada yang memberitakan hal yang positif maupun negatif terhadap kebijakan presiden tersebut, terlebih di media online, yang dapat memberikan informasi dengan cepat dan mudah diakses di mana saja berada tanpa terbatas waktu. Selain itu, berita yang disajikan oleh media online simpel, mudah dicerna dan tidak memerlukan banyak waktu untuk membaca.

Berangkat dari fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemberitaan pengangkatan wakil menteri yang dilakukan oleh media online di Indonesia. Hal ini karena peristiwa pengangkatan menteri dan wakil menteri merupakan peristiwa penting yang sedang hangat dibicarakan oleh publik. Meskipun objek pemberitaan semua media adalah sama yaitu pengangkatan wakil menteri, namun pemberitaan yang muncul pastilah berbeda. Perbedaan ini terlihat dalam banyak hal. Salah satu hal yang membedakan media online satu dengan lainnya, yaitu dalam memberitakan peristiwa pengangkatan menteri dan wakil menteri ada yang menyatakan pro terhadap peristiwa tersebut dan ada yang kontra dengan peristiwa tersebut. Misalnya saja, dalam pemberitaan

pengangkatan wakil menteri yang dimuat pada tanggal 19 Oktober 2011 di media online kompas.com memberitakan dengan judul “Pasca Perombakan Kabinet Kinerja Pemerintahan Akan Baik” sedangkan di media online detik.com pada tanggal yang sama memberitakan dengan judul “ Jimly:Wamen Terlalu Banyak, Tidak Terlalu Diperlukan”. Dari tampilan foto yang ditampilkan dalam pemberitaan kedua media online tersebut menampilkan gambar yang sama, yaitu menampilkan tokoh yang diwawancarai dalam pemberitaan tersebut. Dari segi pemilihan judul yang ditampilkan maka ada sedikit perbedaan yaitu di media online kompas.com, judul yang ditampilkan memberikan kesan bahwa dengan adanya pengangkatan wakil menteri maka kinerja pemerintahan akan semakin baik, akan tetapi di media online detik.com cenderung menyatakan bahwa tidak diperlukan wakil menteri yang terlalu banyak.

Berikut ini merupakan gambar dari pemberitaan yang dimuat di kedua media online tersebut :



Gambar 1.1. Pemberitaan di kompas.com



Gambar 1.2. Pemberitaan di detikcom

Di balik perbedaan yang tampak pada pemberitaan setiap media, sebenarnya ada pesan lebih dalam yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayaknya. Pesan yang berbeda itu ditampilkan melalui perbedaan tampilan foto, penggunaan bahasa, penulisan judul, pemilihan sudut pandang, dan lain-lain. Pesan merepresentasikan ideologi institusi media online yang bersangkutan. Bisa jadi ideologi tersebut merupakan ideologi yang memang dianut oleh institusi media tersebut, atau ideologi yang secara dominan berpengaruh dan kemudian diadopsi oleh media tersebut. Ideologi itulah yang menjadi dasar dalam kebijakan redaksional tiap media dan pada akhirnya tercermin dalam pemberitaannya. Kompas.com dan detikcom dipilih untuk diteliti karena masing-masing memiliki ideologi yang berbeda, sehingga mempengaruhi kedua media tersebut dalam menyajikan berita. Kompas.com memiliki ideologi yang tidak memihak dan berusaha seobjektif mungkin dalam menyajikan berita dengan menampilkan berbagai narasumber berita. Sementara itu, detikcom memiliki ideologi politik media, dengan cara menampilkan narasumber dari kalangan penguasa. Dengan kata lain, detikcom seperti ingin mewakili kepentingan pemerintah dalam

menyajikan berita. Hal ini karena detikcom menganut paham pemerintahan SBY, detikcom dimiliki oleh Para Group yang memiliki hubungan dekat dengan Partai Demokrat, sehingga tidak mengherankan apabila detikcom berusaha menyajikan berita yang pro pemerintah.

Setiap institusi media tentunya mempunyai kepentingan dan ideologi yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui pemberitaannya. Hal ini didukung oleh kapasitasnya sebagai sumber informasi yang mempunyai pengaruh besar dalam membentuk pola pikir masyarakat. Paling tidak isi media massa memberikan topik pemikiran untuk masyarakat. Ideologi media yang tercermin dalam pemberitaan media dapat dipengaruhi oleh banyak hal. Pengaruh tersebut antara lain berasal dari orang-orang yang berada di balik media tersebut. Siapa pemilik institusi media tersebut, siapa yang menjadi sumber dana media yang bersangkutan, siapa yang mempunyai relasi dengan media tersebut dan siapa segmen khalayak media itu (Cassata dan Asante, 1979: 81).

Ideologi media akan mempengaruhi proses produksi berita atau artikel yang secara otomatis akan membentuk sebuah *frame* pemberitaan media yang bersangkutan. Akibatnya secara tidak disadari, khalayak yang membaca, melihat, atau mendengarkan berita tersebut akan diarahkan untuk mengikuti dan memiliki pola pikir seperti *framing* media. Media akan menentukan peristiwa yang penting untuk diberitakan dan mana yang tidak perlu. Media juga menentukan manakah peristiwa yang akan diangkat menjadi topik utama dan manakah peristiwa yang digolongkan dalam berita biasa. Khalayak yang menjadi konsumen media digiring untuk mengikuti *framing* yang diciptakan oleh media tersebut. Peristiwa yang

disajikan sebagai berita utama akan menjadi topik utama dalam pemikiran khalayak.

Ada sebuah ilustrasi menarik tentang framing yang dikemukakan Mulyana:

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknik jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan (Mulyana, 2011: 3).

Setiap institusi media memiliki *framing* yang berbeda, bahkan untuk satu peristiwa yang sama. Sebagai individu dan sebagai bagian dari sebuah institusi media, wartawan atau reporter yang menjadi ujung tombak penyaji berita juga memiliki *framing* yang berbeda untuk satu peristiwa. Sejak awal proses produksi berita, yaitu saat melakukan penentuan angle, pembuatan daftar pertanyaan untuk wawancara, peliputan dan penelitian, seorang wartawan sudah memiliki kotak pemikirannya sendiri. Berita yang disajikan di media massa sudah bukan lagi cermin dari kondisi yang sebenarnya, namun merupakan hasil seleksi *framing* yang dilakukan oleh insan-insan redaksional di sebuah media.

Bagaimana pemahaman masyarakat mengenai dunia sangat dipengaruhi oleh *framing* yang dibuat oleh sumber informasi mereka, dalam hal ini media. Permasalahan biasanya mulai timbul ketika sebuah institusi media ternyata memiliki kepentingan politis yang terselubung di dalam pemberitaannya. Tentu saja berita yang disajikan oleh media tersebut akan menjadi bias dan tidak sesuai dengan realita yang sedang terjadi. Oleh karena itu banyak pengamat media yang

kemudian melakukan penelitian-penelitian terhadap isi berita di media massa. Penelitian tersebut dilakukan dalam rangka melakukan kontrol terhadap media yang menyalahgunakan fungsinya sebagai sumber informasi. Dengan penelitian tertentu, seperti melakukan analisis *framing*, para pengamat media bisa melihat bagaimana suatu berita bisa menunjukkan sikap sebuah institusi media, bagaimana ideologi direpresentasikan. Kini, dalam pemberitaan pengangkatan wakil menteri, penulis ingin melihat bagaimana media online mengkonstruksi peristiwa tersebut.

Media online kompas.com dan detik.com merupakan dua media online terkemuka di Indonesia (<http://www.tnol.co.id/id/community/community-forum/10-website-indonesia-terbaik-tahun-2011.html>, 9 Desember 2011). Keduanya mempunyai potensi untuk memberikan pengaruh kepada pembacanya melalui pemberitaannya. Kedua media online tersebut juga memuat pemberitaan pengangkatan wakil menteri selama kurang lebih satu bulan. Itulah sebabnya penulis memilih kedua media online tersebut untuk mencermati konstruksinya atas peristiwa pengangkatan wakil menteri yang banyak menimbulkan pro dan kontra. Bulan Oktober 2011 dipilih karena pada bulan tersebut permasalahan pengangkatan wakil menteri mulai mencuat sebelum dan setelah pelantikan wakil menteri tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini permasalahan yang ingin diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

Bagaimana *framing* pemberitaan media online kompas.com dan detik.com dalam pemberitaan pengangkatan wakil menteri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *framing* pemberitaan media online kompas.com dan detik.com melalui pemberitaan pengangkatan wakil menteri selama bulan Oktober 2011.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi mengenai analisis *framing*.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan mahasiswa yang ingin mengetahui *framing* pemberitaan pengangkatan wakil menteri yang diberitakan oleh media online kompas.com dan detik.com selama bulan Oktober 2011.

### **E. Kerangka Teori**

#### **1. Analisis *Framing***

##### **1.1 Konsep *Framing***

Analisis *framing* merupakan versi terbaru dalam pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Analisis *framing* hendak menunjukkan terjadinya proses seleksi dan penajaman aspek realitas dalam

produksi berita sehingga aspek tertentu dari realitas menjadi lebih dominan daripada aspek yang lain, ia merupakan analisis yang menekankan pada pemaknaan teks maupun simbol-simbol tertentu untuk menggambarkan aspek atau fakta tertentu dalam mengkonstruksi suatu realitas. Berita sebagai produk dari komunikasi massa tentu mempunyai kerangka dalam memandang sesuatu lewat narasinya, apapun medianya menawarkan definisi-definisi tertentu tentang kehidupan, baik itu tentang hiburan, kejahatan, siapa yang diagungkan, siapa yang patut disalahkan, alasan-alasan yang masuk akal dan tidak, sampai dengan solusi apa yang harus dikedepankan dan ditinggalkan (Sofia, 2004:18).

Analisis framing cocok digunakan untuk melihat konteks sosial-budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideologi, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan ideologi. Media massa Indonesia sangat kaya dengan wacana, yang kalau digali dengan analisis ini, akan melukiskan bagaimana perubahan konstelasi kekuasaan antara berbagai komponen suatu bangsa, masyarakat, atau komunitas (Eriyanto, 2006: 15).

Dengan analisis *framing* juga bisa mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi dan menulis berita. Proses pemberitaan dalam organisasi media akan sangat mempengaruhi *frame* berita yang akan diproduksinya. *Frame* yang diproses dalam organisasi media tidak lepas dari latar belakang pendidikan wartawan sampai ideologi institusi media tersebut. Ada tiga proses *framing* dalam organisasi berita, yaitu:

- a. Proses *framing* sebagai metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibalikkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang mempunyai konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur dan alat ilustrasi lainnya.
- b. Proses *framing* merupakan bagian tak terpisahkan dari proses penyuntingan yang melibatkan semua pekerja di bagian keredaksian media cetak redaktur, dengan atau tanpa konsultasi dengan redaktur pelaksana, menentukan apakah laporan reporter akan dimuat atukah tidak, serta menentukan judul yang akan diberikan.
- c. Proses *framing* tidak hanya melibatkan para pekerja pers, tetapi juga pihak-pihak yang bersengketa dalam kasus-kasus tertentu yang masing-masing berusaha menampilkan sisi informasi yang ingin ditonjolkan, sambil menyembunyikan sisi lain.

Dalam analisis *framing* yang dilakukan pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Peristiwa dipahami bukan sesuatu yang *taken for granted*. Sebaliknya, wartawan dan medialah yang secara aktif membentuk realitas. Realitas tercipta dalam konsepsi wartawan. Berbagai hal yang terjadi, fakta, orang, diabstraksikan menjadi peristiwa dalam konstruksi tertentu sehingga yang menjadi titik perhatian bukan apakah media memberitakan negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media (Eriyanto, 2005: 7).

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas peristiwa. Cara bercerita tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Ada dua esensi utama dari *framing* yaitu, *pertama*, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. *Kedua*, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan atau teks komunikasi. Sementara dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing*, terutama, melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2005: 10-11).

Konsep *framing* saat ini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media. Konsep tentang *framing* atau *frame* sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain *framing*

adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur, 2006: 162).

*Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan 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. *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 atau peristiwa. Dalam hal ini peranan media adalah menseleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak (Eriyanto, 2005: 66-67).

Ada beberapa definisi mengenai *framing* dalam Eriyanto (2005: 77-79).

Berbagai definisi tersebut adalah:

a. 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.

b. 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 (*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. Todd Gitlin

Strategi bagaimana realita suatu dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

d. David E. Snow dan Robert Benford

Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dari kondisi yang relevan. *Frame* mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.

e. 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.

f. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

*Framing* sebagai suatu proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Ada dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan. *Pertama*, dalam konsepsi psikolog yang menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya yang berkaitan dengan proses kognitif. *Kedua*, konsepsi sosiologis yang lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Frame* dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasi, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. Dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan, dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang kesemuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktik kerja profesional wartawan.

Ada dua aspek dalam *framing*, yaitu:

a. Memilih fakta atau realitas

Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*), dan apa yang dibuang (*excluded*).

b. Menuliskan fakta

Proses ini 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 (Eriyanto, 2005: 69-70).

Menurut pandangan Entman dalam Alex Sobur (2006: 165), konsep *framing* secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*. *Framing analysis* dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer (komunikasi) informasi dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan atau ungkapan, *news report*, atau novel. Membuat *frame* adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan atau merekomendasikan penanganannya.

## **1.2 Efek *Framing***

*Framing* berkaitan dengan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada khalayak. Sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media. Bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Realitas begitu kompleks, penuh dimensi, ketika dimuat dalam berita bisa jadi akan menjadi realitas satu dimensi. *Framing* berhubungan dengan pendefinisian realitas. Bagaimana peristiwa dipahami, sumber siapa yang diwawancarai. Peristiwa yang sama bisa menghasilkan berita dan pada akhirnya realitas yang berbeda ketika peristiwa tersebut dibingkai dengan cara yang berbeda-beda (Eriyanto, 2005: 140).

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. Teori *framing* menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplikasi, prioritas, dan struktur tertentu dari suatu peristiwa. Karenanya, *framing* menyediakan kunci bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan ditafsirkan ke dalam bentuk berita. Karena media melihat peristiwa dari kacamata tertentu maka realitas setelah dilihat oleh khalayak adalah realitas yang sudah terbentuk oleh bingkai media.

*Framing* pada umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan sering disebut sebagai fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya, ada aspek lainnya yang tidak mendapatkan perhatian yang tidak memadai dalam berita. Berita seringkali juga memfokuskan pemberitaan pada aktor tertentu. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi (Eriyanto, 2005: 140-142).

## **2. Media Massa dan Konstruksi Realitas**

### **2.1 Paradigma Konstruksionisme**

Dalam pandangan konstruksionis, komunikasi adalah proses produksi dan pertukaran makna serta bagaimana representasi media dan artikel yang mempunyai makna tertentu (Sobur, 2006: 176). Titik fokus dari pandangan ini adalah bagaimana pesan politik dibuat/diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan itu secara aktif ditafsirkan oleh individu sebagai penerima.

Paradigma konstruksionisme melihat isi media sebagai sesuatu yang dibangun, dikonstruksi sedemikian rupa agar tercapai maksud yang diinginkan. Paradigma konstruksionisme mempunyai pandangan bahwa produk teks media merupakan hasil dari konstruksi media terhadap realitas. Realitas tidak terbentuk secara alamiah, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda-beda terhadap realitas yang sama. Epistemologi paradigma konstruksionisme bersifat satu kesatuan, yaitu peneliti dan subyek merupakan perpaduan interaksi antara keduanya. Ketika peneliti melakukan analisis terhadap isi teks media, sebenarnya ia juga sedang melakukan rekonstruksi realitas terhadap teks yang dianalisisnya menjadi hasil dalam penelitiannya. Rekonstruksi realitas dalam paradigma konstruksionisme dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dipegang dan dimiliki oleh peneliti. Sebab, paradigma ini melihat pada faktor subjek yaitu peneliti.

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian tersendiri bagaimana media, wartawan, dan berita itu dilihat. Pendekatan konstruksionis memandang realitas itu subyektif, realitas bukanlah sesuatu yang natural, tetapi hasil dari konstruksi, sebuah realitas itu tercipta lewat konstruksi dan perspektif tertentu dari wartawan. Dalam pendekatan konstruksionis ditentukan bagaimana peristiwa atau realitas dibentuk, sehingga terjadi proses produksi dan pertukaran makna. Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat yaitu (Eriyanto, 2005: 19-35):

- a. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi.
- b. Media adalah agen konstruksi.

- c. Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanya konstruksi dari realitas.
- d. Berita bersifat Subjektif atau konstruksi atas realitas.
- e. Wartawan bukan pelapor, ia agen konstruksi realitas.
- f. Etika, pilihan moral dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita.
- g. Nilai, etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian.
- h. Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita.

Eriyanto (2005: 40) menyatakan pendekatan konstruksionis mempunyai dua karakteristik penting, yaitu:

- a. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.
- b. Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis yang menampilkan fakta apa adanya. Komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman dan pengetahuannya sendiri.

## **2.2 Media Massa dan Konstruksi Realitas**

Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Dalam proses

konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Begitu pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita, ataupun ilmu pengetahuan tanpa bahasa. Dalam media massa, keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas-realitas media yang akan muncul di benak khalayak. Terdapat berbagai cara yang digunakan media massa mempengaruhi bahasa dan makna, yaitu:

- a. Mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya.
- b. Memperluas makna dari istilah-istilah yang ada.
- c. Mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru.
- d. Memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa.

Penggunaan bahasa tertentu berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul darinya. Dari perspektif ini, bahkan bahasa bukan hanya mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus dapat menciptakan realitas (Hamad, 2004: 12).

Menurut Giles dan Wiemann dalam Hamad (2004: 14), bahasa mampu menentukan konteks, bukan sebaliknya teks menyesuaikan diri dengan konteks. Dengan begitu, lewat bahasa yang dipakainya (melalui pilihan kata dan cara penyajian) seseorang bisa mempengaruhi orang lain (menunjukkan kekuasaannya). Melalui teks yang dibuatnya, ia dapat memanipulasi konteks.

### **2.3 Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Pembentukan Realitas Media**

Struktur dan penampilan media ditentukan oleh banyak faktor baik eksternal maupun internal. Dalam banyak kasus, sistem politik merupakan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap struktur dan penampilan media. Sistem politik yang diterapkan oleh sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu.

Sebuah media yang lebih ideologis umumnya muncul dengan konstruksi realitas yang bersifat pembelaan terhadap kelompok yang sealian; dan penyerangan terhadap kelompok yang berbeda haluan. Dalam sistem libertarian, kecenderungan ini akan melahirkan fenomena media partisan dan media non-partisan (Hamad, 2004: 26).

Wujud lain dari faktor ekonomi, sebagai kekuatan eksternal lain yang berpengaruh atas penampilan isi media, adalah khalayak dan pengiklan. Pelaporan sebuah peristiwa, tak terkecuali peristiwa politik, jelas harus memperhitungkan pasar. Semakin baik kualitas pelaporan (reportase), akan semakin banyak khalayak yang mengkonsumsi dan ini secara otomatis pengiklan pun cenderung akan bertambah. Reportase yang kurang memperhitungkan keberadaan khalayak cenderung membuat pembaca sebuah media itu sedikit; dan ini berarti akan semakin sedikit juga pemasang iklan.

Kepuasan khalayak atas hasil reportase, dalam politik bergantung pada lambang-lambang politik (tokoh politik, tanda gambar partai, cara melaporkan sebuah peristiwa politik, dan sebagainya) yang disajikan kepada khalayak. Media massa yang piawai memainkan lambang-lambang niscaya akan memperoleh

perhatian dari segmen khalayak dengan ideologi politik mereka masing-masing. Dalam konteks ini terbuka peluang sebuah media untuk bersikap partisan terhadap sebuah kekuatan politik, sehingga ia mempunyai khalayak yang setia (Hamad, 2004: 27).

Dari faktor internal, sosok jurnalis merupakan pihak yang paling disorot. Sebagai makhluk sosial, seorang wartawan juga mempunyai sikap, nilai, kepercayaan dan orientasi tertentu dalam politik, agama, ideologi, dan aliran dimana semua komponen berpengaruh terhadap hasil kerjanya (*media content*), sehingga kerap kali media tersebut terlibat dalam sebuah hegemoni (politik, budaya, atau ideologi). Selain itu, latar belakang pendidikan, jenis kelamin, etnisitas, turut pula mempengaruhi wartawan dalam mengkonstruksikan realitas (Hamad, 2004: 28).

#### **2.4 Konstruksi Sosial Media Massa**

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Basrowi, 2002: 204). Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik 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 teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckmann tidak memasukkan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas (Burhan, 2007: 180).

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat fenomena media massa sangat substantif dalam proses eksternalisasi, subyektivasi dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”. Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui: tahap menyiapkan materi konstruksi; tahap sebaran konstruksi; tahap pembentukan konstruksi; tahap konfirmasi (Burhan, 2007: 188). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Tahap menyiapkan materi konstruksi : Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
- b. Tahap sebaran konstruksi : prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

- c. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa ; (3) sebagai pilihan konsumtif.
- d. Tahap Konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Pada kenyataannya, realitas sosial itu berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknai secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektivitas individu lain dalam institusi sosialnya (Burhan, 2007: 189).

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif tentang analisis *framing* pemberitaan pengangkatan wakil menteri oleh Presiden SBY di media online Kompas.com dan Detik.com pada bulan Oktober 2011. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang menyelidiki suatu objek tertentu, sekelompok manusia atau organisasi, untuk mendapatkan gambaran tentang fakta-fakta yang terjadi maupun fenomena, dimana data yang digunakan berupa kata-kata, bukan angka karena penelitian ini tidak mencari atau

menjelaskan hubungan variabel atau menguji hipotesis. Saifuddin Azwar mengungkapkan bahwa dalam penelitian deskripsi bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi. (Azwar, 2009 : 7)

Menurut Moleong J. Lexy, ciri dari penelitian kualitatif adalah deskriptif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo. (Lexy, 2007 : 11)

## **2. Objek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah analisis *framing* pemberitaan pengangkatan wakil menteri oleh Presiden SBY di media online Kompas.com dan Detik.com pada bulan Oktober 2011.

## **3. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung pada bulan Desember 2011-Februari 2012.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006: 231). Dokumentasi dalam penelitian ini adalah artikel berita-berita mengenai pemberitaan pengangkatan wakil menteri oleh Presiden SBY di media online Kompas.com dan Detik.com pada bulan Oktober 2011.

#### **5. Teknik Analisis Data**

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas peristiwa. Cara bercerita tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Ada dua esensi utama dari *framing* yaitu, *pertama*, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. *Kedua*, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan atau teks komunikasi. Sementara dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing*, terutama, melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2005: 10-11).

Model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi mereka, analisis *framing* dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media di samping analisis isi kuantitatif. Dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan, dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang semuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktik kerja profesional wartawan (Eriyanto, 2005: 189).

Perangkat *framing* dapat dibagi ke dalam empat struktur besar (Eriyanto, 2005: 294), yaitu:

1. Struktur Sintaksis

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa— pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita.

2. Struktur Skrip

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita.

3. Struktur Tematik

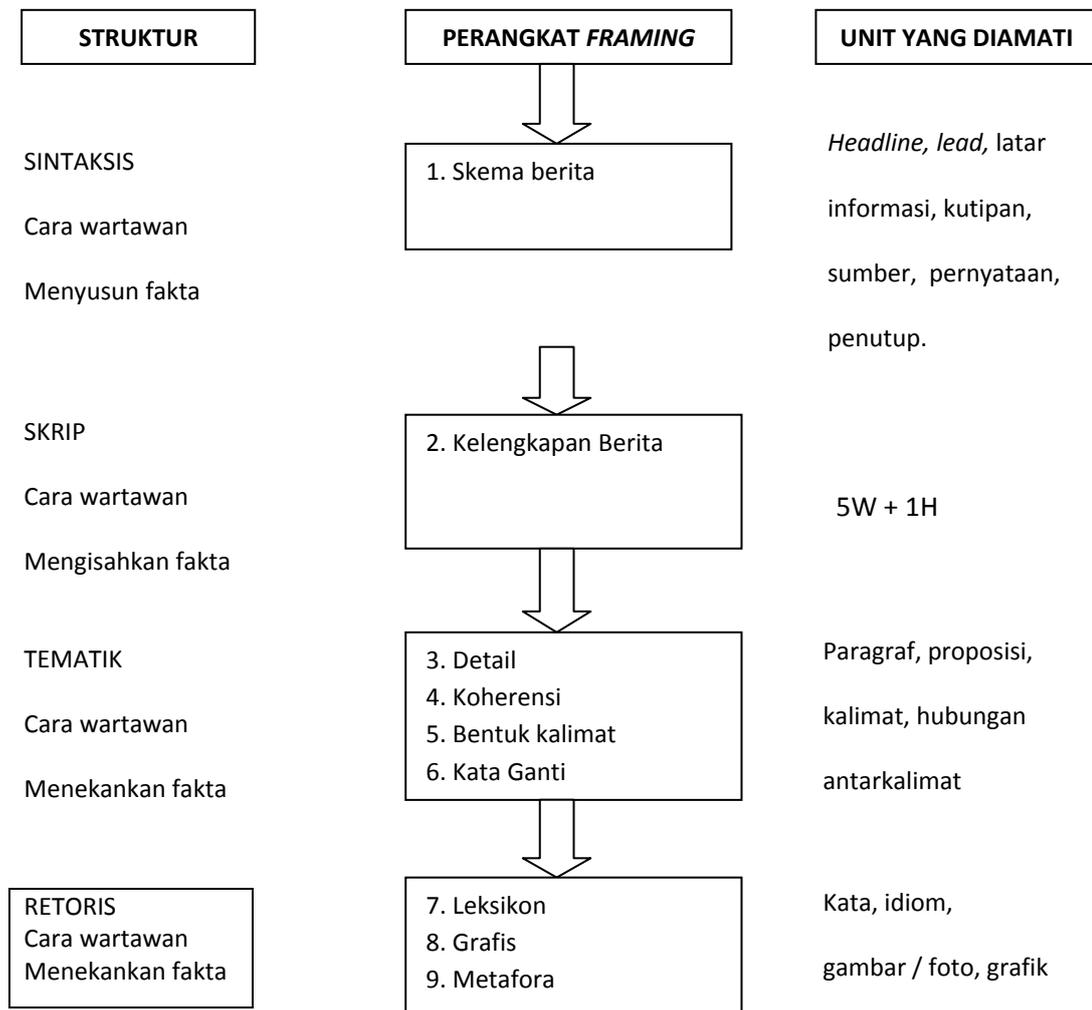
Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar

kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

#### 4. Struktur Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Keempat struktur besar perangkat *framing* tersebut (Eriyanto, 2005: 295), jika digambarkan sesuai dengan skema berikut:



Gambar 1.3. Struktur Besar Perangkat *framing*