

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kebijakan Pemerintah untuk mengkonversi minyak tanah ke gas adalah sebuah kebijakan yang dari sisi energi menjadi jalan keluar tetapi dari sistem sosial ekonomi ini dapat menimbulkan masalah. Bagaimana tidak masyarakat Indonesia yang sebagian besar rakyatnya menggunakan bahan bakar minyak tanah untuk kebutuhan memasaknya secara tiba-tiba harus menggunakan gas, ini bukan perkara yang mudah.

"Pemerintah yang telah bekerjasama dengan PT Pertamina telah mensosialisasikan di DKI Jakarta sebagai percontohan nasional karena minyak tanah warga Jakarta terbesar di Indonesia, yakni satu juta liter per bulan" (www.kompas.com, 3 Desember 2007, 19:17) Proses sosialisasi ini dianggap cukup berhasil maka Pemerintah melanjutkannya di beberapa kota seluruh Indonesia yang setiap anggota rumah tangga diberikan kompor gas (elpiji) mini dan untuk meninggalkan kompor minyak.

Pada proses sosialisasi tersebut menimbulkan banyak konflik yang terjadi disetiap kalangan masyarakat. Pro dan kontra pun terjadi, konflik-konflik yang terjadi tidak hanya dikalangan masyarakat di Jakarta saja namun terjadi juga di beberapa daerah lain. Ini dikarenakan masyarakat tidak terbiasa menggunakan gas sebagai bahan bakar memasak, masyarakat juga merasa takut terjadi kebakaran apabila menggunakan kompor gas.

Konversi minyak tanah ke gas tersebut mengundang kontroversi dan melahirkan sikap protes banyak pihak dalam masyarakat. Kontroversi ini muncul karena kurang tanggapnya Pemerintah dengan kondisi masyarakat Indonesia yang masih terpuruk dengan kemiskinan dan keadaan bangsa yang masih dilanda krisis ekonomi. Apalagi melihat kondisi masyarakat yang sedang berada di tengah kerusuhan karena bencana alam yang beruntun melanda negeri ini dan daya beli masyarakat yang rendah lantaran harga kebutuhan pokok yang semakin meningkat.

Dalam kondisi masyarakat yang seperti ini masyarakat dituntut harus menggunakan kompor gas dan meninggalkan kompor minyak, kebiasaan yang sering dilakukan oleh masyarakat Indonesia pada umumnya harus dirubah. Padahal hal ini akan sulit dilakukan mengingat masyarakat yang sudah terbiasa dengan menggunakan kompor minyak dan membeli minyak tanahnya pun dengan eceran perliter, namun kebiasaan tersebut harus dirubah dengan adanya konversi minyak tanah ke gas yang elpijinya tidak dapat dijual atau dibeli eceran per liternya.

Masyarakat yang biasa menggunakan minyak tanah atau pengecer mengatakan bahwa mereka belum mengetahui tentang konversi. Seperti yang terjadi di kota Magelang, Jawa Tengah bahwa kalangan pengecer minyak tanah mengaku belum mendapatkan penjelasan soal konversi minyak tanah ke gas elpiji. Namun, melihat di daerah lain, merekapun khawatir jatah minyak tanahnya dikurangi (www.kompas.com, 27 Agustus 2007). Menanggapi hal

... (www.kompas.com) mengatakan

akan terus meningkatkan sosialisasi di masyarakat tentang penggunaan gas elpiji tersebut.

Sedangkan yang terjadi sekarang adalah banyaknya antrian mulai meluas dikalangan masyarakat untuk mendapatkan minyak tanah. Antrian ini telah terjadi beberapa daerah Jawa Tengah misalnya para petani Tegal yang semakin kesulitan untuk mendapatkan minyak tanah, antrian minyak tanah ini mulai merembet keberbagai daerah sekitarnya di kabupaten Banyumas dan Cilacap sampai sudah mencapai ke kabupaten Purbalingga (www.kompas.com 28 Agustus 2007).

Antrian panjang juga terdapat di daerah di Kabupaten Manggarai Barat, Flores, Nusa Tenggara Timur. Ratusan warga masih terlihat mengantri minyak tanah disatu-satunya pangkalan yang ada di daerah tersebut. Kelangkaan ini terjadi karena pemerintah mengurangi jatah minyak tanah untuk Manggarai Barat dari 10.000 liter perhari menjadi 5.000 liter, pengurangan ini membuat minyak tanah habis dalam waktu singkat. Karena warga khawatir apabila minyak tanah kehabisan maka warga banyak yang mengantri mulai sejak pukul 06.00 WITA (www.mediaindonesia.com 27 Agustus 2007)

Sementara yang terjadi belakangan ini adalah masyarakat mulai mengalami keresahan dan kepanikan karena kesusahan untuk mendapatkan minyak tanah dan gas dikarenakan jumlah yang dipasarkan terbatas.

Kecuali terlambat datang, gas juga sering langka karena jumlah yang dipasarkan tak sebanding dengan jumlah yang dibutuhkan masyarakat (www.kompas.com. 27 Agustus 2007).

Terbatasnya jatah gas yang disalurkan jelas berdampak buruk bagi para pemilik pangkalan sendiri seperti Pak Pahan sebelum menjadi penyalur gas adalah pemilik pangkalan minyak tanah yang lumayan besar, dulu dapat menjual minyak tanah hingga 5.000 liter per minggu atau sekitar 20.000 liter per bulan. dari penjualan itu dapat menanggung keuntungan bersih sebesar Rp 800.000 per minggu atau Rp 3,2 juta sebulan. Namun, "sudah dua bulan jatah minyak tanah di stop sama sekali. Saya sekarang hanya diizinkan menjual gas meski keuntungannya kecil, kurang dari seperempat keuntungan berdagang minyak tanah," kata Pak Pahan (www.kompas.com. 27 Agustus 2007)

Dengan jatah yang terbatas tersebut masyarakat mulai panik karena sulit mendapatkan minyak tanah dan gas pun langka. General Manager BBM Retail Unit Pemasaran III Pertamina Achmad Faisal mengemukakan kelangkaan yang terjadi di sejumlah wilayah Jabotabek merupakan bagian dari program konversi elpiji. Agar tidak menimbulkan duplikasi subsidi yang ditanggung Pemerintah, maka memang Pertamina telah menarik 70% alokasi minyak tanah di lokasi-lokasi yang terkonversi. Sementara alokasi minyak tanah sebesar 30% akan disisakan untuk mengantisipasi kebutuhan pedagang kecil. Penarikan harus dilakukan segera agar program konversi elpiji bisa berjalan sesuai rencana dengan tujuan agar masyarakat dapat konsisten menggunakan elpiji.

Pertamina memang tidak melakukan pengurangan stok. Namun, yang terjadi di lapangan, stok di wilayah tersebut juga ikut di gunakan masyarakat yang berada di wilayah konversi, sehingga terjadi pengalihan stok. Kelangkaan minyak tanah yang berlangsung belakangan

ini terjadi karena masyarakat yang telah mendapatkan paket kompor gas dan tabung elpiji 3 Kg, tetapi tetap membeli minyak tanah ke wilayah yang belum terkonversi (www.mediaindonesia.com 26 Agustus 2007)

Kelangkaan minyak tanah disertai dengan kelangkaan gas elpiji ini membuat masyarakat cemas. Ini disebabkan program konversi yang dilakukan Pemerintah tidak sesuai dengan apa yang ditargetkan.

Program konversi minyak tanah ke elpiji pada tahun 2007 tidak sesuai target yang direncanakan. Dari target konversi 1 juta kilo liter diperkirakan hanya terealisasi 0,32 juta kilo liter. Subsidi bahan bakar minyak dalam tahun 2007 diperkirakan hanya sebesar Rp55,6 triliun atau turun Rp6,2 triliun dari APBN 2007 sebesar Rp61,8 triliun, sedangkan volume konsumsi dalam tahun 2007 disepakati, premium sebanyak 16,58 juta kilo liter, minyak tanah sebanyak 9,59 juta kilo liter, solar sebanyak 9,85 juta kilo liter, dan elpiji sebanyak 181,27 juta kilogram (www.mediaindonesia.com 28 Agustus 2007)

Menanggapi gagalnya program konversi minyak tanah sebanyak 680 ribu kilo liter, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengatakan pihaknya akan melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap program konversi minyak tanah ke gas LPG agar tidak terjadi kelangkaan dan kemudian menimbulkan keresahan pada masyarakat.

Adanya kontroversi tentang konversi minyak tanah ke gas tersebut otomatis menjadi sorotan dalam berita hangat di beberapa media nasional baik cetak, *online* maupun elektronik. Dengan realitas semacam ini, berbagai media akan mengemas dan menyajikannya kedalam berita yang tidak lepas dari opini serta pengaruh dari berbagai pihak sehingga terjadi perbedaan sudut pandang antara media satu dengan media yang lainnya.

Berbagai media menyajikan berita tentang konversi minyak tanah ke gas

tersebut dengan perspektif dan sudut pandang mereka masing-masing. Peneliti

akan melakukan penelitian pada Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* kedua media tersebut menyoroti masalah mengenai konversi minyak tanah ke gas. Keduanya merupakan media *online* yang sudah mempunyai nama di Indonesia. Pemberitaan tentang kontroversi konversi minyak tanah ke gas pada kedua media ini cukup bertolak belakang dan bisa dikatakan berbeda. Kedua media ini adalah contoh adanya perbedaan sudut pandang media dalam mengemas dan menyajikan realitas ke dalam teks berita.

Proses yang dilakukan media dalam mengkonstruksi suatu realitas sangat tergantung dari media itu sendiri. Bagaimana wartawan menginterpretasikan realitas yang ingin disampaikan, seperti apa ideologi media dan seperti apa realitas tersebut ditampilkan media. Semua ini akan mempengaruhi pandangan dan keterpihakan suatu media terhadap suatu realitas. Dapat kita lihat sebagian petikan teks berita yang ditampilkan oleh Kompas.

Program konversi minyak tanah ke gas elpiji tidak menguntungkan semua pihak seperti yang dipromosikan selama ini, sehingga ada agen atau pangkalan gas elpiji konversi berniat menjual tabungnya ke pemulung besi tua. "Saya menduga, kelangkaan minyak tanah saat ini sengaja diatur agar rakyat membeli gas elpiji konversi. Tetapi sejujurnya, bagi kami rakyat kecil konversi ini justru amat merugikan," kata Haji Ngatiman (51), (www.kompas.com. 26 Agustus 2007).

Sedangkan Media Indonesia *online* dalam memuat pemberitaan konversi minyak tanah ke gas mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam mengemas berita. Berikut ini merupakan sebagian petikan teks berita dari Media Indonesia:

Sementara itu Pemerintah bersikukuh akan tetap melaksanakan program konversi minyak tanah ke gas, meskipun terdapat berbagai masalah di

masyarakat yang menolak program tersebut. "Pemerintah akan terus melaksanakan program tersebut karena akan menguntungkan rakyat dan juga pemerintah sendiri,"kata Vice President Gas Domestik, PT Pertamina, Nasrullah"(www.mediaindonesia. 26 Agustus 2007).

Dari pemberitaan yang di turunkan oleh Kompas *Cyber* Media (KCM) dan Media Indonesia (MI *Online*) kita dapat melihat betapa pentingnya pemberitaan yang dilakukan oleh media massa terutama media *online* yang dapat menyampaikan informasi secara cepat kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi secara cepat dan berimbang.

Namun demikian kita juga dapat melihat adanya pola pemberitaan yang terstruktur dalam pemberitaan program konversi minyak tanah ke gas, hal ini di mungkinkan karena media tidak berdiri sendiri banyak hal-hal yang mempengaruhi objektivitas media *online* dalam menulis pemberitaan. Misalnya, dalam menanggapi berita program konversi minyak tanah ke gas. Kompas *Cyber* Media cenderung mengambil nara sumber berita dari masyarakat luas sedangkan Media Indonesia *online* cenderung mengambil nara sumber berita dari pemerintahan.

Terlepas dari objektif atau tidaknya pemberitaan, media *online* telah membentuk opini tersendiri bagi publik pembacanya. Setiap institusi media memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam melakukan *justifikasi* terhadap suatu realitas. Hal ini dapat terjadi karena setiap media memiliki ideologi dan kepentingan yang berbeda-beda, sehingga pengambilan sudut pandang pemberitaan disesuaikan dengan ideologi media yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana

akan terlibat bagaimana perspektif sudut pandang dan konstruksi media

khususnya dalam membingkai (*frame*) berita mengkonstruksi realitas mengenai berita kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas terhadap dua media *online* yaitu Kompas *Cyber* Media (KCM) dan Media Indonesia *online* (MI *Online*).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti yaitu

1. Bagaimana pemberitaan Kompas *Cyber* Media dan Media Indonesia *online* dalam membingkai dan mengkonstruksi berita mengenai Kontroversi pemberitaan media tentang Konversi minyak tanah ke gas?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemberitaan antara media *online* Kompas *Cyber* Media dan Media Indonesia *online* dalam mengemas berita mengenai kontroversi konversi minyak tanah ke gas.

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana Kompas *Cyber* Media dan Media Indonesia *online* dalam mengkonstruksi pemberitaan mengenai kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi proses pemberitaan antara Kompas *Cyber* Media dan Media Indonesia *online* dalam mengemas berita mengenai kontroversi konversi minyak tanah ke

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Analisis *framing* dalam penerapannya merupakan analisis yang mengkaji isi dan struktur media massa, untuk itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat menjadi bahan bacaan, kajian referensi bagi khalayak yang meminati studi analisis *framing*. Analisis *framing* berkembang dari pandangan konstruksionis yang melihat bagaimana media dan berita dilihat. Pada akhirnya dapat mengetahui Ideologi masing-masing media dalam membingkai berita.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak umum, untuk lebih mengetahui bagaimana media melakukan pemilahan dan pemilihan fakta terkait peristiwa, isu dan fenomena yang muncul dan ditampilkan kepada khalayak pembaca media serta dapat memahami bagaimana sudut pandang pengemasannya.

E. KERANGKA TEORI

Teori-teori yang akan dipakai dalam memahami dan membahas lebih lanjut dan detail mengenai kecenderungan pemberitaan seputar kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas.

1. Mashab Positivis dan Konstruksionis dalam Ilmu Komunikasi

Menurut John Fiske dalam bukunya "*Introduction to Communication Studies*" dapat dipahami dengan dua cara pertama

D. MANARAF MUBALAKAH

1. Masalah Alamiah

Analisis Alamiah dalam berpidato merupakan analisis yang mengkritik isi dan struktur media massa untuk ini hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan serta dapat menjadi bahan masukan kepada peneliti bagi khalayak yang memahami studi analisis kultural. Analisis kultural berkaitan dari pandangan konstruktivis yang melihat bagaimana media dan berita dilihat oleh khalayak dalam menggunakan ideologi masing-masing media dalam mendiskusikan berita.

2. Tantangan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak umum untuk lebih mengerti bagaimana media melakukan pemilihan dan pemilihan fakta terkait peristiwa ini dan fenomena yang muncul dan ditunjukkan kepada khalayak pembaca media serta dapat menambah wawasan sebagai sumber pengetahuan yang bermanfaat.

E. KERANGKA TEORI

Teori-teori yang akan dipakai dalam penelitian dan membahas lebih lanjut dan detail mengenai kecenderungan pemberitaan seperti konstruktivis bentuk citra media tentang peristiwa yang telah kejadi.

1. Analisis Teoritis dan Konstruktivis dalam Ilmu Komunikasi

Menurut John I. Lee dalam bukunya "Introduction to Communication Studies", dapat dipahami dengan dua cara pertama

komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Pandangan ini juga disebut sebagai pandangan positivistik. *Kedua*, komunikasi dilihat sebagai produksi pesan dan pertukaran makna atau disebut pandangan konstruksionis.

The structure of this reflects the fact that there are two main schools in the study of communication. The first sees communication as the transmission of message. It is concerned with how to senders and receivers encode and decodethe second school sees communication as the production and exchange of meanings. It is concerned with how messages, or texts, interact with people in order to produce meaning. That is, it is concerned with the role of texts in our culture" (Fiske, 1990a: 2)

(Struktur buku ini menggambarkan kenyataan bahwa ada dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi, pertama komunikasi dilihat sebagai proses pengiriman pesan, ini berhubungan dengan bagaimana pengirim dan penerima pesan.....kedua ilmu komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna, ini berhubungan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan khalayak dalam produksi makna, untuk itu titik perhatiannya dengan aturan teks itu dalam budaya kita)

Dalam pandangan ini, Fiske melihat bahwa realitas dapat dipahami dengan dua cara pandang yang berbeda. Perbedaan pandangan ini melahirkan dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan atau paradigma *positivistik* yang menitik beratkan pada proses berlangsungnya pesan dari pengirim (komunikator) hingga sampai kepada penerima (komunikan) melalui transmitter. *Kedua*, paradigma yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna yang disebut dengan paradigma *konstruksionisme*

komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Pandangan ini juga disebut sebagai pandangan positivistik. Kedua komunikasi dilihat sebagai produksi pesan dan perilaku makna dan disebut pandangan konvensionis.

The structure of this reflects the fact that there are two main schools in the study of communication. The first school is communication as the transmission of message. It is concerned with how to senders and receivers encode and decode ... the second school sees communication as the production and consumption of message. It is concerned with how messages or texts interact with people in order to produce meaning. That is, it is concerned with the role of texts in our culture." (Fiske, 1990: 2)

(Struktur ini menunjukkan kenyataan bahwa ada dua aliran utama dalam ilmu komunikasi. Aliran pertama komunikasi dilihat sebagai proses transmisi pesan. Ini berkaitan dengan bagaimana mengirim dan menerima pesan. Aliran kedua ilmu komunikasi dilihat sebagai produksi dan perilaku makna. Ini berkaitan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka untuk menghasilkan makna.)

Pandangan ini Fiske melihat bahwa analisis dapat digunakan dengan dua cara yang sangat berbeda. Perbedaannya pandangan ini menekankan dua paradigma pesan dalam ilmu komunikasi. Pertama, paradigma yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan dan paradigma positivis yang melihat perilaku pada proses pertukarannya pesan dari pengirim (komunikator) hingga sampai kepada penerima (komunikan) melalui transmisi. Kedua paradigma yang melihat komunikasi sebagai produksi dan perilaku makna yang disebut dengan paradigma konvensionis.

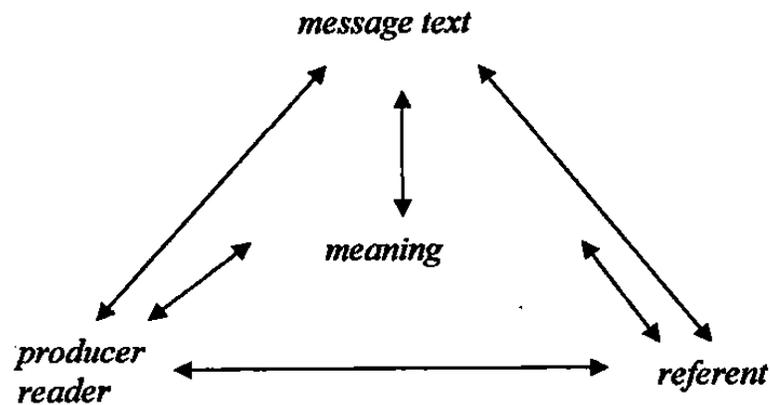
Pandangan positivis melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, proses tersebut menggambarkan bagaimana pesan terkirim dari pengirim ke penerima. Sehingga yang menjadi pusat perhatian adalah bagaimana pesan dari komunikator bisa sampai ke komunikan, dalam proses ini tentu saja pesan yang disampaikan dengan yang diterima belum tentu sama.

Lain halnya dengan pandangan positivis yang melihat komunikasi sebagai penyebaran (pengiriman dan penerimaan pesan), pandangan konstruksionis melihat bahwa komunikasi adalah proses produksi pesan dan pertukaran makna. "Titik fokus dari pandangan ini adalah bagaimana pesan diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan tersebut secara aktif ditafsirkan oleh individu penerima" (Eriyanto, 2002:40)

Secara umum model komunikasi transmisi menyertakan pengirim (*sender*), penerima dan medium melalui pesan- pesan dikirimkan. Gangguan (*noise*) adalah suatu yang terjadi di antara pengiriman tersebut. Dalam konteks media cetak yang menghasilkan suatu surat kabar atau media cetak, pengirim (*sender*) adalah wartawan atau editor dan penerima pesan adalah setiap individu yang membaca media cetak tersebut. Sedangkan *noise* atau gangguan terjadi di antara proses tersebut, gangguan tersebut dapat terjadi dikarenakan oleh tulisan yang buram sehingga tidak dapat dibaca, salah penulisan sumber berita, salah ketik dan lain-lain. Penggambaran proses komunikasi seperti ini terlihat *mekanistik* dan *simplistik*. Ketika komunikasi berlangsung individu yang mengirim sandi (*code*) dan proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyandi pesan agar dapat diterima dan dipahami oleh individu penerima. Sedangkan proses menerima pesan pada dasarnya adalah proses mengurangi sandi (*decode*) dan menyandi ulang agar dapat diterima sesuai dengan yang dimaksudkan pengirim (Lewin dan Slade dalam Eriyanto, 2002: 38-39)

Dalam proses penyampaiannya, pesan selalu dipengaruhi oleh faktor realitas di luar pesan tersebut. Penyampaian pesan merupakan sebuah praktek yang dinamis, tidak hanya dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan dari A ke B saja. Pesan tidak dilihat sebagai paralel atau linier semata tetapi pesan itu sudah dinamis, dimana ada pengaruh lain yang membuat pemahaman tentang pesan menjadi beragam. Maksud pengiriman pesan mungkin diberitahukan atau tidak diberitahukan, sadar atau tidak sadar, tetapi harus diperoleh dari analisa. Pesan adalah apa yang disampaikan oleh pengirim ke penerima dengan pemahaman yang luas:

Pesan, dengan demikian bukanlah suatu yang dikirim dari A ke B, tetapi sebagai bagian dalam struktur hubungan diantara lain realitas luar dan pembuat/pembaca. Membuat dan membaca teks tidak semata secara paralel, jika tidak serupa, proses itu menempati tempat yang sama dalam struktur hubungan. Kita dapat lihat model hubungan ini sebagai segitiga dimana anak panah menunjukkan interaksi yang konstan hubungan ini tidak statis tetapi sebuah praktek yang dinamis (Fiske, 1990b: 11).



Gambar 1.1 Hubungan Proses Interaksi Pesan

Gambar 1.1 memperlihatkan hubungan yang terjadi bahwa makna adalah hubungan dari sinergis antara ketiga posisi tersebut. Semua yang telah dijelaskan tersebut menegaskan bahwa proses interpretasi makna dan proses menghasilkan makna bukan merupakan proses yang sederhana.

Berbeda dengan pandangan positivis, pandangan konstruksionis melihat bahwa komunikasi adalah proses produksi dan pertukaran makna. Titik fokus dari pandangan ini adalah bagaimana pesan diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan tersebut secara aktif ditafsirkan oleh individu penerima (Eriyanto, 2002: 40).

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis.

Pertama, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep static yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah sesuatu proses aktif yang ditafsirkan oleh seseorang dalam suatu pesan. *Kedua*, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan ini memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator, dan dari si penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan (Berton dalam Eriyanto, 2002: 41-42).

Setiap individu merangkai perkataan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas. Setiap komunikator akan memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuannya sendiri dalam menyampaikan pesan.

Melalui interpretasi wartawan, sebuah peristiwa, isu ataupun fenomena dapat menjadi sebuah berita yang menarik. Wartawan dapat

menyampaikan dan menyajikan sebuah peristiwa atau realitas dapat

dijadikan berita. Secara garis besar pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian tersebut dalam tabel ini:

Tabel 1.1

Perbedaan Paradigma Positivis dan Paradigma Konstruksionis

	Paradigma Positivis	Paradigma Konstruksionis
Perbedaan Ontologis	Ada fakta yang riil yang diatur kaidah-kaidah tertentu yang berlaku Universal	Fakta merupakan konstruksi atas realitas
	Berita merupakan cermin dan refleksi dari kenyataan	Berita tidak mungkin merupakan cermin dari realitas karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi realitas
Perbedaan Epistemologi	Ada suatu realitas obyektif, di luar diri wartawan. Wartawan meliput realitas yang tersedia dan obyektif	Realitas bersifat subyektif. Realitas merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan
	Wartawan membuat jarak dengan objek yang hendak diliput, sehingga yang tampil dapat obyektif	Wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan realitas. Realitas merupakan produk transaksionis antara wartawan dengan obyek yang hendak diliput
	Realitas sebagai hasil liputan wartawan harus bersifat obyektif, dalam arti memberikan apa yang terjadi apa adanya	Realitas sebagai hasil liputan wartawan bersifat subyektif. Realitas yang terbentuk merupakan olahan dari pandangan atau perspektif dan pemaknaan wartawan ketika meliput suatu peristiwa
Perbedaan Axiologis	Nilai, etika, opini dan pilihan moral berada diluar proses peliputan berita	Nilai, etika atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa
	Wartawan beroperan	Wartawan berperan

	sebagai pelapor	sebagai partisipan yang menjebatani keragaman subyektifitas pelaku sosial
	Tujuan peliputan dan penulisan berita: eksplanasi dan menjelaskan apa adanya	Tujuan peliputan dan penulisan berita: rekonstruksi peristiwa secara dialektis antara wartawan dengan peristiwa yang diliput
Perbedaan Metodologis	Kualitas pemberitaan: liputan dua sisi. Obyektif dan kredibel	Kualitas pemberitaan: interaksi antara wartawan dan obyek yang diliputnya, intensitas
	Menyingkirkan opini dan pandangan subyektif dari pemberitaan dan memakai bahasa straight, tidak menimbulkan penafsiran yang beraneka	Opini dan subyektifitas tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subyektif dan bahasa selalu menimbulkan penafsiran yang beraneka

(Sumber: Guba & Lincoln. (1994) *Competing Paradigm Qualitative Research*. disadur dari buku Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial, Agus Salim, hal 78)

Dari tabel diatas kita dapat melihat adanya perbedaan cara pandang antara pendekatan paradigma positivistik dan paradigma konstruksionis dalam memandang realitas. Paradigma konstruksionis melihat fakta ataupun berita merupakan realitas yang dihadirkan dalam konsep wartawan yang merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan terhadap obyek yang diliput. Wartawan yang meliput berita tidak dapat menghilangkan nilai, etika, opini, pilihan moral dan keterpihakannya dalam proses penyusunan berita. Sebaliknya dalam paradigma positivistik memandang bahwa berita atau realitas yang muncul dari liputan wartawan merupakan realitas yang sesungguhnya dan apa adanya. Berita dalam

pandangan positivis haruslah sama dengan fakta yang hendak diliput. Opini dan pandangan subyektif dari wartawan ditiadakan agar tidak menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda.

2. Konstruksi Media atas Realitas

Media massa merupakan sebuah institusi yang memainkan peran dalam lingkungan publik sebagai sarana menyampaikan informasi yang dapat dijangkau masyarakat secara luas. Media tidak hanya dapat mempengaruhi apa yang seseorang ketahui tetapi media juga dapat mempengaruhi bagaimana seseorang belajar tentang dunianya dan berinteraksi satu sama lain.

Media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Melalui media masyarakat dapat menyetujui atau menolak kebijakan Pemerintah. Lewat media pula sebagai inovasi atau pembaruan dapat dilaksanakan oleh masyarakat. Marshall Mc Luhan menyebutnya sebagai *the extension of man* (media adalah ekstensi manusia). Dengan kata lain media adalah perpanjangan dan perluasan dari kemampuan jasmani dan rohani manusia (F. Rachmadi dalam Nurudin, 2004: 69)

Berbagai hal yang menyangkut aspirasi, pendapat, keinginan ataupun perasaan manusia dapat dicurahkan dan disebarkan ke khalayak melalui media. Informasi maupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah pun dapat cepat tersebar ke khalayak dengan bantuan media. Pemerintah cukup mengundang wartawan dalam jumpa pers ataupun hanya dengan menyebarkan *pers release* ke wartawan.

Tidak ada media massa jika tidak ada berita, berita menjadi nyawa bagi media massa. Berita yang dihasilkan media massa terkadang bukan realitas yang benar-benar terjadi, tetapi telah dipengaruhi oleh berbagai

macam kepentingan. Sebagai produk dari media massa, berita menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas. Kerangka-kerangka tertentu yang dimaksud digunakan ketika pemberitaan aksentuasi pada realitas dilakukan. Misalnya dengan mempertajam, menonjolkan, atau mengaburkan realitas tertentu. Untuk itu dalam memahami realitas sosial terkadang menjadi berbeda-beda sesuai dengan yang diinginkan media.

Dalam persinya seharusnya media massa berada pada posisi yang netral dan jauh dari tekanan politik dan kelas pengusaha. Tetapi pada kenyataannya media massa tidak lagi menampilkan realitas yang obyektif. Realitas yang ditampilkan oleh media cenderung terkontaminasi oleh kepentingan-kepentingan baik itu dari segi ideologi media itu sendiri atau dari politik, kelas penguasa maupun kelas kepentingan nilai jual berita itu sendiri. Sehingga media dalam mengemas berita tidak hanya menampilkan realitasnya saja, tetapi juga menkonstruksi realitas itu menjadi berita yang cenderung bermuatan.

Dalam hidup bermasyarakat, setiap tindakan dalam persepsi manusia akan ditentukan oleh struktur yang ada dalam masyarakat seperti: institusi, norma, struktur dan lembaga sosial. Hal ini diharapkan dapat membentuk setiap pribadi atau individu manusia menjadi lebih baik dan teratur. Sedangkan institusi dan norma yang ada dalam masyarakat itu dibuat oleh manusia. Dengan begitu bisa dikatakan pula bahwa manusia juga membentuk realitas.

Sebagaimana dikatakan oleh Margaret M. Poloma bahwa pemikiran Berger melihat realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi-dimensi subyektif dan obyektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi yang bersifat subyektif (Poloma, 1979: 302)

Dari semua itu dapat kita pahami bahwa realitas yang dibangun media sangat mempengaruhi terhadap proses eksternalisasi manusia dalam menciptakan realitas sosial. "Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan orang lain dalam sebuah pola yang *taken for granted*" (Noviani, 2002: 51). Pola ini memandang bahwa setiap orang pada dasarnya mempunyai kesamaan dalam melihat dunia atau kehidupan sehari-hari. Secara otomatis realitas yang telah dibangun tersebut akan dipelajari oleh generasi-generasi selanjutnya melalui proses sosialisasi. Untuk itu bisa dikatakan seseorang akan menjadi seorang pribadi yang beridentitas jika ia tetap tinggal didalam masyarakatnya. Menurut Berger proses konstruksi realitas ada tiga tahapan:

Pertama *ekternalisasi* yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia kedalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. Kedua *obyektifasi* adalah hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari hasil suatu kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Ketiga proses *internalisasi* yang lebih merupakan penyerapan kembali dunia obyektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Berger dalam Eriyanto, 2002: 14)

Ketiga tahapan di atas saling berkaitan misalnya melalui usaha manusia dalam mengekspresikan diri, manusia menghasilkan bahasa.

Kemudian bahasa yang telah dihasilkan tersebut kembali dipelajari dan digunakan oleh manusia. Dapat dikatakan di sini bahwa melalui eksternalisasi manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya.

Dalam perspektif konstruksi sosial, Berger memandang bahwa realitas itu dibentuk dan dikonstruksi. Realitas bukanlah suatu yang diturunkan oleh Tuhan dan dibentuk secara alamiah. Oleh sebab itu setiap orang dapat mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas realitas yang sama.

Konteks berita yang dibuat media dapat dikatakan sebagai konstruksi realitas. Sebuah teks berita dalam penulisannya dan pemaparannya tidak langsung mengarah pada suatu realitas, tetapi teks berita tersebut telah diolah media sebagai konstruksi atas realitas. Oleh karena itu ditemukan banyak peristiwa atau realitas yang sama, tetapi dikonstruksi secara berbeda oleh wartawan. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan sudut pandang yang dimiliki oleh setiap wartawan dalam melihat suatu peristiwa. Bagaimana media mengkonstruksi setiap peristiwa dapat kita lihat dari teks isi berita yang mereka sajikan.

Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Disini realitas bukan dipindah begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk interaksi dan dialektika tersebut (Eriyanto, 2002: 17)

kemudian bahwa yang telah dibalikkan tersebut adalah dipelajari dan digunakan oleh manusia. Dapat dikatakan di sini bahwa media elektronik manusia mengkonstruksikan dirinya dengan menggunakan...

Dalam perspektif konstruksi sosial Berger memandang bahwa realitas itu dibentuk dan dikonstruksi. Realitas bukanlah suatu yang ditemukan oleh Tuhan dan dibentuk secara alamiah. Oleh sebab itu setiap orang dapat mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas realitas yang sama.

Realitas sosial yang dibangun media dapat dikatakan sebagai konstruksi realitas. Sebuah teks berita dalam bentuknya dan pembuatannya tidak langsung merangsang merangsang pada suatu realitas, tetapi sebaliknya tersebut telah diolah media sebagai konstruksi atas realitas. Oleh karena itu ditemukan banyak peristiwa atau realitas yang sama tetapi dikonstruksi secara berbeda oleh wartawan. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan sudut pandang yang dimiliki oleh setiap wartawan dalam melihat suatu peristiwa. Bagaimana media mengkonstruksi setiap peristiwa dapat kita lihat dari teks ini yang mereka sampaikan.

Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Dalam realitas bukan dilihat dari berita saja sebagai berita. Ia adalah produk konstruksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses intermediasi wartawan menggunakan dirinya untuk memaknai realitas. Konsep tersebut dapat diekspresikan untuk melihat realitas. Hal ini berarti bahwa produk interkasi dan distrikta tersebut (Lipman, 2002: 17).

Wartawan sangat berpengaruh dalam pembuatan berita, bahkan terkadang sebuah fakta atau realitas yang kurang menarik dapat menjadi sebuah berita yang menarik di tangan wartawan. Wartawan akan mencoba menyatu dengan dengan realitas untuk dapat lebih memahami realitas yang ada kemudian membuatnya dalam teks berita sesuai sudut pandang wartawan itu sendiri.

Tetapi ada hal lain yang mempengaruhi konstruksi realitas yang dilakukan suatu media dalam mekanisme pemberitaannya selain sudut pandang wartawan. Terkadang media massa juga dipengaruhi oleh institusi lain seperti institusi politik, ekonomi, maupun perkembangan teknologi. Sementara itu, media dapat juga mempengaruhi institusi lain dengan berbagai pemberitaan yang dimunculkan. "Media yang digunakan dalam komunikasi berperan melegitimasi bangunan sosial yang ada. Media massa dapat merupakan pembentukan kesadaran yang pada akhirnya menentukan persepsi seseorang terhadap dunia dan masyarakat tempat mereka hidup" (Hedebro dalam Nurudin, 2004: 47).

Dengan kata lain konstruksi media atas realitas dapat membentuk persepsi individu terhadap suatu peristiwa atau realitas. Dalam mengkonstruksi realitas tersebut, bahasa juga menjadi unsur yang sangat penting. Bahasa bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi merupakan bahan baku wartawan dalam menyusun suatu berita. Dalam mengkonstruksi suatu realitas bahasa menjadi penentu kemana arah berita akan dibantu bahasa membantu wartawan untuk menentukan gambaran

seperti apa yang akan ditanamkan kepada publik. Wartawan sering kali menggunakan bahasa-bahasa kiasan untuk mengelabui pembaca. Banyak kata-kata yang bersifat eufemisme sering dimunculkan oleh wartawan.

Ada berbagai cara media massa mempengaruhi bahasa dan makna, antara lain: mengembangkan kata-kata baku beserta makna asosiasinya; memperluas makna dan istilah-istilah yang ada; mengganti makna lama serta istilah dengan makna yang baru; serta memantapkan konversi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa (De Fleur dan Ball-Rokeach dalam Sobur, 2001: 90).

Pemilihan dalam menggunakan bahasa dapat berimplikasi terhadap kemunculan suatu makna tertentu, kita tahu bahwa satu katapun dapat bermakna ganda begitu juga dengan cara melafalkan, pemilihan penyusunan kata dan kalimat. Dengan begitu dapat kita pahami bahwa pemilihan bahasa dan cara seorang wartawan dalam menulis suatu realitas ke masyarakat akan turut menentukan bentuk konstruksi realitas dan sekaligus dapat menentukan makna yang akan muncul. "Pemilihan penggunaan bahasa dalam media massa bukan hanya sebagai alat untuk menggambarkan realitas, tetapi juga dapat membentuk gambaran (citra) tertentu yang akan dimunculkan dan disampaikan di benak khalayak" (Hamad, 2004: 12).

Pembentukan citra disini dimaksudkan bahwa dengan penggunaan bahasa juga dapat mempengaruhi khalayak dalam memberi penilaian baik ataupun buruk. Penilaian ini dapat sesuai diarahkan oleh media agar apa yang diterima oleh khalayak dapat dengan apa yang diinginkan oleh media.

3. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Berita

Kita ketahui bahwa proses produksi berita bukan merupakan ruang netral yang hanya digunakan sebagai penyampai pesan atau informasi, tetapi proses pembentukan berita dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. "Pamela J. Shoemaker dan Shephen D. Reese dalam bukunya *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan" (Sudibyo, 2001:7). Kelima faktor tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor individu

Media dalam menurunkan sebuah berita selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan dari pengelola media. Dampak dari tersebut media akan memutuskan mana yang akan dimuat dan mana yang tidak akan dimuat untuk dijadikan sebuah berita.

Faktor ini menitik beratkan pada individu jurnalis dan pengelola media yang berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media serta latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, orientasi keagamaan dan budaya akan mempengaruhi pola pemberitaan (Shoemaker dan Reese, 1996 : 102)

Setiap orang mempunyai karakteristik, pengalaman serta latar belakang yang berbeda-beda begitu pula dengan pekerja media. Perbedaan ini tentunya akan dapat mempengaruhi cara mereka dalam proses pemberitaan. Terutama seorang penulis, teks berita yang mereka buat akan sesuai dengan sudut pandang serta dapat mencerminkan karakter dan latar belakang yang mereka miliki. Bagaimana faktor-faktor

Karakter dan cara kerja belahan yang terdapat dalam sistem faktor

tidak akan sesuai dengan struktur organisasi yang ada

proses pemberitaan. Untuk itu, perlu ada upaya yang

Perbedaan ini menunjukkan bahwa media massa

tersebut yang berbeda-beda bentuknya dengan media

Setiap orang mempunyai karakteristik yang berbeda

Rees, 1993: 102)

bagaimana akan mempengaruhi pola pemberitaan (Rees, 1993: 102)

jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, orientasi, ras, dan

pengelola media serta cara belakng kehidupan masyarakat seperti

media yang berkembang dengan latar belakang profesionalisme

Faktor ini menjadi perhatian pada individu, jumlah dan pengelola

yang akan dimuat untuk dijadikan sebuah berita

tersebut media akan menentukan mana yang akan dimuat dan mana

manajemen, personal, wawasan dan pengelola media. Untuk itu

Media dalam menentukan sebuah berita selalu dipengaruhi oleh

4. Faktor individu

tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

keputusan dalam ruang pemberitaan" (Sudjoko, 2001: 7). Kelima faktor

mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi pemberitaan

We. It says: "Analysis of differences on mass media content

"Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya 'Journalism

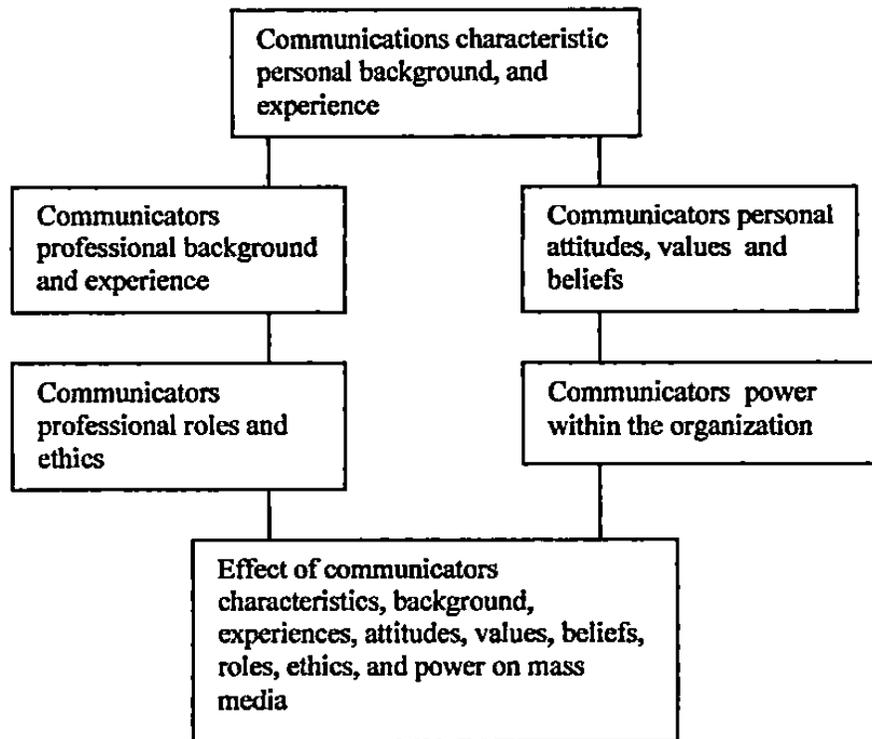
tepi proses pembentukan berita dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor

berita yang hanya digunakan sebagai penyampai pesan atau informasi

Kita ketahui bahwa proses produksi berita bukan merupakan proses

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Berita

individual tersebut dapat mempengaruhi isi media ditunjukkan dalam skema berikut:



Gambar 1.2 Faktor Internal yang mempengaruhi Isi Media

(Sumber: Pamela J. Shoemaker and Shephen D. Reese, *Mediating The Message*, Second Edition, USA: Longman Publisher, 1996, hal 65)

Skema tersebut menjelaskan karakter, latar belakang pribadi dan pengalaman dari komunikator tidak hanya membentuk sikap nilai dan kepercayaan individu komunikator tetapi menunjukkan latar belakang profesional dan pengalaman. Pengalaman dan profesional kemudian membentuk aturan dan etika profesional komunikator. Aturan dan etika komunikator dapat secara langsung mempengaruhi isi media massa. Sedangkan dari sikap, nilai dan kepercayaan tidak dapat berpengaruh

secara langsung karena diimbangi dengan sikap profesional serta pengalaman mereka.

b. Rutinitas Media

”Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk melalui proses dan tangan siapa saja sebelum sampai ke proses cetak” (Sudibyo, 2001:18). Sebelum sebuah berita diturunkan oleh media tentunya akan ada proses seleksi terlebih dahulu. Proses seleksi tersebut terjadi dalam suatu rutinitas kerja redaksi atau media dalam pembentukan media. Ada prosedur standar yang harus dilalui oleh pengelola media. Prosedur standar tersebut bersifat relatif karena setiap media memiliki standar sendiri-sendiri dalam memproduksi berita. Secara umum prosedur standar dapat memproduksi berita. Secara umum prosedur standar dapat dirangkum sebagai berikut (Shoemaker dan Reese, 1996:111):

- 1) *Prominance*, yaitu penting tidaknya berita dilihat dari sedikit banyaknya efek yang ditimbulkannya.
- 2) *Human interest*, yaitu peristiwa yang memberikan sentuhan perasaan pembaca. Hal ini dapat berupa peristiwa orang biasa dalam situasi luar biasa atau peristiwa orang yang populer dalam

- 3) *Conflict controversy*, yaitu informasi yang menggambarkan pertentangan antara individu, kelompok, negara ataupun blok negara.

Dalam kaitannya *conflict/controversy* ini terdapat dalam skripsi ini. Konflik yang terjadi oleh masyarakat Indonesia belakangan ini, Konversi minyak tanah ke gas ini mengundang banyak konflik antara masyarakat yang pro dan dengan yang kontra terhadap konversi tersebut. Banyaknya konflik yang terjadi tersebut sehingga menimbulkan kontroversi.

- 4) *Unique*, yaitu informasi mengenai peristiwa yang unik dan jarang terjadi.
- 5) *Timeliness*, yaitu informasi penting yang menyangkut hal-hal yang sedang terjadi.
- 6) *Proximity*, yaitu informasi kejadian yang dekat dengan pembaca baik secara geografis maupun secara emosional.

c. Level Organisasi.

"Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Di dalam organisasi media, selain bagian redaksi juga ada bagian pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi, bagian umum, dan yang lainnya"(Sudibyo, 2001: 9). Kesemua bagian tersebut dapat mempengaruhi pemberitaan dengan kepentingan-kepentingan yang belum tentu sejalan satu dengan yang lainnya. Setiap individu dapat mempunyai tujuan yang beragam dan cara

sendiri untuk mewujudkannya. Pemilik modal, pengiklan dan pemasaran juga dapat berpengaruh dengan pertimbangan besarnya kenaikan angka penjualan atau oplah media yang akan dihasilkan dari hasil pemberitaan tersebut.

d. Level Ekstramedia.

Pada kenyataannya proses pemberitaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor didalam media tetapi pemberitaan media juga dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dari luar organisasi media. Ada tiga faktor luar lingkungan media yang dapat mempengaruhi pemberitaan yaitu:

1. Sumber berita

Sumber berita disini dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan: memenangkan opini publik, atau memberikan citra tertentu pada khalayak, dan seterusnya. Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan, sumber berita tentu saja memberlakukan politik pemberitaan (Subidyo, 2001: 10).

Sumber berita merupakan faktor dari luar yang pastinya akan memberikan opini atau pendapat sesuai dengan kepentingan yang dimilikinya. Sumber tersebut tentunya juga akan berusaha agar orang lain mendukung argumen yang ia keluarkan bahkan dia dapat juga mengeluarkan argumen yang dapat menjatuhkan lawannya, hal ini dapat kita lihat ketika para politisi berlomba-lomba untuk mendapatkan suara. Dengan memberikan ruang pada sumber berita dan pemberitaannya sesuai dengan argumen yang

mereka keluarkan secara tidak sadar media terkadang menjadi corong informasi dari sumber berita tersebut.

2. Sumber penghasilan media

Media membutuhkan dana atau penghasilan untuk kelangsungan hidup media tersebut. Sumber penghasilan media tersebut dapat berasal dari pengiklan dan konsumen media. Hal ini berarti media harus banyak menyesuaikan pemberitaan yang akan disajikan kekhlayak dengan pengiklan maupun konsumen media. Terkadang pengiklan juga akan melakukan berbagai cara agar apa yang diberitakan media dapat sesuai dengan kepentingannya, salah satunya dengan menghilangkan pemberitaan atau isu yang dapat memperburuk citra dari pengiklan. Media juga akan berusaha akan menyajikan pemberitaan yang dapat menarik para pelanggan untuk terus membeli media. Hal ini dapat mengurangi subjektivitas media dalam proses pembentukan berita. Tetapi media tidak mau menyelesaikan hasil pemberitaanya dengan pengiklan atau pembeli, media juga harus menerima konsekuensinya dengan kehilangan sumber penghasilan yang secara otomatis dapat mengurangi kelangsungan hidup media tersebut.

3. Pihak eksternal media, seperti pemerintah dan lingkungan bisnis

Media pastilah hidup dalam sistem pemerintahan dan

mengelilinginya. Untuk itu pemberitaan dimedia haruslah sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku.

Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Di negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor dominan dalam menentukan berita apa yang disajikan. Ini terjadi karena dalam negara yang otoriter, negara menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Pemerintah dalam banyak hal memegang lisensi penerbitan (Sudibyo, 2001: 12)

Keadaan yang digambarkan di negara otoritas diatas, tentunya berbeda dengan keadaan di negara demokratis, dimana tidak ada campur tangan dari pemerintah. Pengaruh dari lingkungan pasar dan bisnis akan mempunyai pengaruh yang lebih besar.

e. Level Ideologi

Ideologi mempunyai banyak pengertian. Dalam pengertian yang paling umum, "ideologi adalah pemikiran yang terorganisir, yakni nilai, orientasi dan kecenderungan yang sangat melingkupi sehingga membentuk perspektif-perspektif ide yang diungkapkan melalui komunikasi dengan media teknologi dan komunikasi antar pribadi" (Sobur, 2001: 64).

Ideologi dianggap sebagai kesadaran palsu, sistem berfikir yang sudah terkena distorsi, entah disadari, entah tidak. Biasanya ideologi sekaligus dilihat sebagai sarana kelas atau kelompok yang berkuasa untuk melegitimasi kekuasaan secara tidak wajar (Magnis Suseno

Tidak ada batasan-batasan pada ideologi, baik jangkauannya terhadap semua aspek kehidupan kita maupun historis.

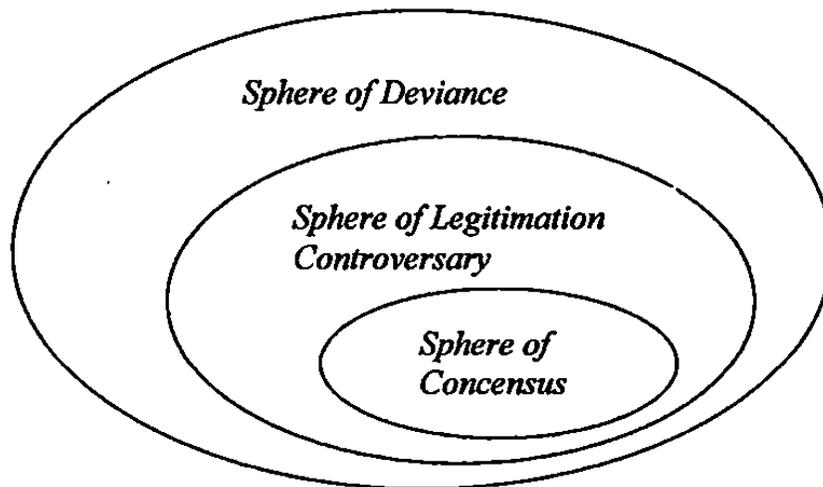
Kekuatan ideologi terletak pada kemampuan untuk melibatkan kelompok subordinat dalam prakteknya sehingga membawa mereka untuk mengkonstruksi identitas sosial atau subyektifitas untuk mereka sendiri yang mereka terlibat didalamnya, dan melawan kepentingan-kepentingan sosial politik mereka sendiri (Althusser dalam Fiske, 1990a: 228).

Ideologi tidak selalu harus dikaitkan dengan ide-ide besar, ideologi juga bisa bermakna politik penandaan. Bagaimana kita melihat peristiwa dengan kaca mata dan pandangan tertentu, dalam arti luas adalah sebuah ideologi (Eriyanto, 2002: 130).

Diantara berbagai fungsi dari media dalam mendefinisikan realitas adalah ideologi sebagai mekanisme realitas adalah ideologi sebagai mekanisme integrasi sosial. Media berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan. Untuk mengintegrasikan masyarakat dalam tata nilai yang sama, pandangan atau nilai harus didefinisikan sehingga keberadaan berita diterima dan diyakini kebenarannya (Eriyanto, 2002: 122).

Gambaran atau ilustrasi menarik untuk menjelaskan bagaimana berita ditempatkan ke dalam peta ideologi. Ada tiga bidang ideologi dalam jurnalistik mengenai berita.

Pertama, bidang penyimpangan (*Sphere of deviance*), *kedua*, bidang kontroversi (*Sphere of legitimate controversy*) dan *ketiga* adalah bidang konsensus (*Sphere of consensus*). Ketiga bidang ideologi tersebut dapat menjelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologi pembaca (Hall dalam Eriyanto, 2002: 127).



Gambar 1.3 Peta Ideologi Media

(Sumber: Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, Yogyakarta: LkiS, 2002, hal 127)

Ketiga bidang ideologi tersebut dapat dijelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologi pembaca. Pada bidang penyimpangan wartawan menggambarkan dimana sesuatu itu disepakati secara umum dalam masyarakat sebagai sebuah tindakan yang dipandang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat.

Pemberitaan Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* mengenai Kontroversi Pemberitaan Media tentang Konversi Minyak tanah ke Gas tidak lepas dari ideologi kedua media tersebut. Konstruksi pesan yang mereka buat dan subjektifitasnya jelas tidak lepas dari kepentingan media tersebut dan juga untuk kepentingan sosial-politik media itu sendiri.

4. Media dan Konflik

Teori konflik berakar pada pendapat bahwa organisasi sosial bukan berasal dari konsensus pendapat umum, namun justru timbul dari kepentingan-kepentingan manusia yang bertentangan. Konflik dianggap sebagai sesuatu yang eksternal bagi struktur sosial yang mencakup spontanitas, perbuatan impulsif, dan tidak adanya organisasi serta tanggapan intuitif terhadap kekuatan yang dihadapi dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam analisa yang dilakukan oleh Weber, terhadap masyarakat, konflik menduduki tempat sentral, konflik merupakan unsur dasar kehidupan manusia, pertentangan tidak dapat dilenyapkan dari budaya manusia. Orang dapat merubah saran-sarannya, objeknya, arah dasar atau pendukung-pendukungnya, tetapi orang tidak dapat membuang konflik itu sendiri. Konflik terletak pada dasar baik dari integrasi sosial maupun perubahan sosial. Hal ini terungkap paling tajam dalam politik (perjuangan demi kekuasaan) dan dalam ekonomi (persaingan). (Weber dalam Laeyendecker, 1991: 324).

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya suatu konflik dalam masyarakat adalah:

- a) Ketidak sepahaman lagi antara anggota kelompok tentang tujuan sosial yang hendak dicapai, yang semula menjadi pegangan kelompok.
- b) Norma-norma sosial tidak membantu anggota masyarakat dalam mencapai tujuan yang hendak disepakati.
- c) Norma-norma dalam kelompok dan yang dihayati anggotanya bertentangan satu sama lain.

- d) Sanksi sudah menjadi lemah bahkan sanksi tidak dilaksanakan secara konsisten.
- e) Tindakan anggota masyarakat sudah bertentangan dengan norma-norma kelompok.

Menanggapi kondisi ini, pers sebagai salah satu saluran komunikasi politik mempunyai peranan yang besar. Memang pers tidak dipilih dengan undang-undang seperti halnya lembaga-lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif sebab pers adalah lembaga masyarakat. Karena merupakan lembaga kemasyarakatan, pers mempunyai tanggung jawab sosial (*sosial responsibility*).

Dalam negara-negara yang menganut sistem demokrasi yang memberikan kebebasan kepada rakyat untuk menyatakan pendapatnya (*free of expression*), sampai sekarang pers dianggap sebagai *fourth estate* (kekuasaan keempat) disamping kekuasaan pertama: lembaga eksekutif, kekuasaan kedua: lembaga legislatif, dan kekuasaan ketiga: lembaga yudikatif. Adanya *the fourth estate* disebabkan oleh daya persuasi yang kuat dan pengaruhnya kepada masyarakat.

Sebagai lembaga sosial, pers Indonesia diisyaratkan UU No. 40 Tahun 1999 dapat menjadi cermin masyarakat. Pasal 5 ayat 1 mengatakan bahwa "pers Indonesia berkewajiban memberikan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah". Ikut mempengaruhi masyarakat (Pasal 6 butir c menyebutkan bahwa pers Indonesia yang tenat, akurat dan benar

serta butir d, menyatakan bahwa pers Indonesia melakukan pengawasan kritik, koreksi dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum).

5. Media Online

a. Teknologi penulisan

Hadirnya teknologi telah mengubah proses editorial media dalam proses penulisan. Namun, proses narasi masih dalam bentuk linear, yaitu bercerita berurutan dari awal hingga akhir cerita. Ted Nelsion seorang ahli teknologi pada tahun 1962 telah menemukan bentuk penulisan non-linear atau dikenal dengan istilah *hyperteks*. Bentuk teks ini memungkinkan para pembacanya ketika membaca teks tak perlu berurutan mulai dari awal hingga akhir narasi. *Hyperteks* adalah merupakan dasar untuk berkomunikasi interaktif dan berkomunikasi dengan menggunakan multimedia. Narasi *hyperteks* memberikan pembaca untuk mengeksplorasi sebuah teks sesuai dengan yang dikehendakinya

“Dalam dunia *hyperteks*, individu baik *reader* atau *story-teller* dihubungkan dalam sebuah lingkungan komunikasi, mulai dari analog hingga dalam *spider web* tiga dimensi. Lewat *hyperteks* ini komunikasi digital menjadi semakin hidup dalam dialog yang terus menerus” (Abrar, 2001: 9)

b. Kehadiran surat kabar online

Perkembangan teknologi komunikasi mempengaruhi perkembangan teknologi media komunikasi. Adapun surat kabar sebagai media

informasi surat kabar harus memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi. Manfaat yang akan diperoleh dari hal tersebut antara lain adalah surat kabar dapat meningkatkan pelayanan kepada pembacanya dan dapat mengurangi biaya produksi. Teknologi itu mulai dari pemanfaatan cetak jarak jauh, komunikasi online dan email.

Saat ini banyak surat kabar yang membuka situs di internet, bahkan surat kabar-surat kabar elektronik juga mulai bermunculan. Pada abad digital ini hanya surat kabar yang secara kredibel bisa menggabungkan isi, informasi kualitas tinggi yang penuh dengan daya tarik dan menawarkan interaktivitas akan mempunyai kesempatan untuk tumbuh dan berkembang lebih baik. Dalam perkembangannya surat kabar online pada saat ini dilakukan dalam digital *environment*, ketika kita mengkonsumsi sebuah berita, kita akan menikmatinya dalam bentuk tulisan, gambar dan sekaligus suara. Kelebihan yang lain adalah informasi yang ditawarkan sangat banyak dan selalu *up-date*.

Ada tiga karakteristik surat kabar online :

Pertama online real time. Surat kabar online dapat dipublikasikan dalam waktu yang seketika. Untuk *up-dating breaking news* dan kejadian yang sudah dan sedang terjadi. *Kedua online multimedia.* Surat kabar online dapat memasukkan elemen multimedia. Seperti teks, graphic. Musik, video, dan animasi tiga dimensi. *Ketiga online interview.* Surat kabar online adalah interaktif adanya *hyperteks* mewakili mekanisme utama interaktif pada Web (Sayogo, 2004:5)

Surat kabar online, isi beritanya mengambil atau memindahkan ulang versi cetaknya. Isi surat kabar online juga lebih kreatif dan inovatif

engine. Jadi secara mendasar sebenarnya surat kabar online dan surat kabar konvensional hampir sama, perbedaannya antara lain pada fisik teks berita dan fitur-fiturnya, surat kabar online dapat diakses kapan saja.

Berdasar uraian diatas maka penulis memilih menggunakan media online antara Kompas *Cyber Media* dan *Media Indonesia Online* dalam meneliti tentang pembingkaihan berita kontroversi konversi minyak tanah ke gas, dengan alasan karena masih jarang nya penelitian *framing* media, yang menggunakan media online. Sekarang ini para pembaca lebih senang memilih media *online* untuk mencari informasi disamping karena lebih cepat penyampaiannya media *online* juga dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Sama seperti surat kabar, media *online* memiliki berbagai macam rubrik dan bagian lain dari media cetak. Namun demikian media *online* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media cetak lain, diantaranya berita yang *up to date*, pembaca media *online* dapat mengakses berita hari ini secara langsung tanpa harus membaca berita esok harinya. Di media *online* pembaca dapat berinteraksi secara langsung dengan redaksi media dengan memberikan komentar atau tanggapan terhadap pemberitaan yang dimuat secara langsung melalui kolom tanggapan yang disediakan oleh media *online* bersangkutan.

Sebetulnya tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan antara media *online* dengan media cetak. Perbedaan yang paling mencolok adalah mediumnya, media *online* secara virtual dan media cetak secara tematak

Karena itu, media teknis ada hal-hal tertentu yang mau tidak mau membuat keduanya berbeda. Perbedaan-perbedaan teknis media cetak dan media *online* itu dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

Perbedaan Teknis Media *Online* dengan Media Cetak

Unsur	Media Cetak	Media <i>Online</i>
Pembatasan Panjang Naskah	5 hingga 7 halaman kuarto	Tak ada batasan panjang naskah, karena halaman web dapat menampung naskah sepanjang apapun. Namun demi kecepatan akses, keindahan desain dan alasan lain maka perlu di hindari penulisan naskah yang panjang.
Prosedur Naskah	Naskah harus di ACC oleh redaksi sebelum di muat.	Sama saja, namun beberapa media <i>online</i> mempercayakan kepada wartawan untuk men-upload
Editing	Kalau sudah naik cetak tidak dapat di edit lagi.	Walaupun sudah <i>online</i> , masih dapat di edit dengan leluasa.
Tugas Desainer atau Layoter	Tiap edisi, desainer atau layoter tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut.	Desainer dan Programmer cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs web. Selanjutnya tugas mereka hanya pada masalah maintenance atau ketika perusahaan memutuskan untuk merubah desain dan sebagainya. Karena setiap kali redaksi men- <i>upload</i> naskah, naskah langsung 'masuk' ke desain secara otomatis.
Jadwal Terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan dan sebagainya)	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.

Distribusi	Walau sudah selesai di cetak, media tersebut belum dapat langsung di baca oleh khalayak ramai sebelum melalui proses distribusi.	Begitu di <i>upload</i> , setiap berita dapat langsung di baca oleh semua orang di seluruh Indonesia yang memiliki akses internet.
------------	--	--

(Sumber:<http://jonru.multiply.com/jornal/item/128>, 20 Maret 2008)

Tabel di atas, kita dapat melihat dengan jelas bahwa sebagian besar perbedaan jurnalistik media cetak dengan media *online* hanyalah pada masalah-masalah teknis. Sedangkan persamaan antara media *online* dan media elektronik lainnya seperti radio dan televisi terletak pada sifatnya. Ketiganya selalu di tuntut untuk menyajikan berita yang paling *up to date* secepat mungkin. Ketiganya juga biasa untuk tidak menunggu semua berita terkumpul. Begitu ada data walaupun sedikit, langsung di laporkan. Jika ada perkembangan baru mengenai peristiwa tersebut, maka tinggal di laporkan lagi. Karena itu, aturan penulisan di dalam media *online* cenderung lebih bebas, tidak terlalu terpaku pada kaidah-kaidah bahasa dan jurnalistik yang berlaku umum.

<http://jonru.multiply.com/jornal/item/128>.

Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* merupakan salah satu media massa cetak yang membuat dan menggunakan *online* sebagai salah satu proses penyampaian pesan atau pemberitaan dari media ke khalayak atau masyarakat. Kompas memberi nama media *onlinenya* dengan nama Kompas *Cyber Media* (KCM) sedangkan Media Indonesia memberi nama Media Indonesia *Online* (MI *Online*).

Sama seperti media lainnya, media *online* ketika akan menentukan topik atau tema untuk pemberitaan yang akan di tampilkan melakukan kegiatan konstruktivitas. Wartawan dapat mengemas berita dengan *perspektif*, gaya bahasa, *retorika* dan *commonsense* yang di kehendaki. (Gamson dan Mondigliani dalam Agus Sudiby, 1999: 29).

Dari pernyataan Gamson dan Mondigliani dapat di simpulkan bahwa apa, kapan, dan bagaimana suatu realitas akan di tampilkan dalam suatu media massa, akan tergantung dari bagaimana cara penulis/ penyusun atau wartawan mengemasnya. Posisi penulis/ penyusun menempati posisi yang strategis dalam hal menentukan tampilan awal tulisan walaupun nantinya akan ada *gate keeper* yang lain dan harus di lalui.

Adapun keuntungan jurnalisme *online* seperti yang tertulis dalam buku *Online Journalism. Principle and Practices of News for The Web* (Holcomb Hathaway Publishers, 2005) <http://detiknet.wordpress.com>, (20 Maret 2008) sebagai berikut:

1. **Audience Control.** Jurnalisme *online* memungkinkan audience untuk dapat leluasa dalam memilih berita yang ingin di dapatkannya.
2. **Nonlinearity.** Jurnalisme *online* memungkinkan setiap berita yang di sampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami berita.
3. **Storage and retrieval.** Jurnalisme *online* memungkinkan berita tersimpan dan di akses kembali dengan oleh audience

4. **Unlimited Space.** Jurnalisme *online* memungkinkan jumlah berita yang di sampaikan atau yang di tayangkan kepada audience dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
5. **Immediacy.** Jurnalisme *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya dalam berita yang akan di terima oleh audience.
6. **Interactivity.** Jurnalisme *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita.

6. Metode Framing

Setiap media pastilah mempunyai cara pandang dan konsepsi yang berbeda-beda dalam melihat suatu peristiwa atau realitas. Kita dapat mengetahui bagaimana setiap media mengkonstruksi suatu berita dengan menggunakan *framing* (pembingkaihan). "Gagasan framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada tahun 1955" (Sudibyo dalam Sobur, 2001: 161) dan dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.

Ada beberapa pengertian tentang Analisis Framing secara terminologis yang diungkapkan oleh beberapa ahli (Eriyanto, 2002: 67-68). Definisi-definisi tentang framing tersebut antara lain:

- a. Menurut Robert M. Entman *framing* adalah proses seleksi dari aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menempatkan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan seleksi yang besar dari pada sisi yang lain.

- b. Lain halnya dengan William A. Gamson yang berpendapat bahwa framing adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna-makna pesan yang ia terima.
- c. Sedangkan pendapat Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan menghubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita.

Setiap ahli diatas memberikan definisi yang berbeda-beda tentang framing. Tetapi secara garis besar framing dapat diartikan sebagai pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Satu kemasan yang dapat kita lihat dari definisi-definisi diatas yaitu dari proses pembentukan dan konstruksi realitas oleh media tersebut akan tampak adanya bagian tertentu yang lebih menonjol dan lebih dikenal oleh khalayak pembaca. Akibatnya, khalayak akan lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol dan mengabaikan aspek-aspek lain yang tidak ditonjolkan oleh media.

Dalam praktek jurnalistik framing menjadi bagian yang terpenting bagi wartawan dalam menyajikan sebuah teks berita. "Framing dapat diartikan pula sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dalam menulis berita" (Sobur, 2001: 162). Wartawan jelas mempunyai peranan besar dalam proses seleksi dan penulisan berita. Setiap jurnalis

tentunya mempunyai cara pandang yang berbeda-beda dalam mengemas berita dan hal ini dapat kita ketahui dengan menggunakan *framing*.

Menurut Eriyanto, ada dua aspek dalam *framing* yaitu memilih fakta dan menulis fakta. Dalam memilih fakta atau realitas, jurnalis dimungkinkan untuk memilih (*included*) atau menggunakan fakta (*excluded*), bagian mana saja yang ditekankan dalam berita serta bagian mana yang tidak perlu diberitakan. Pengambilan angle tertentu membuat isi pesan antar media satu dengan media yang lainnya saling berbeda saat memberitakan realitas yang sama.

Selanjutnya dalam menuliskan fakta yaitu tentang bagaimana fakta yang telah dipilih itu disajikan kepada khalayak melalui kata, kalimat, proposisi, foto, gambar serta menempatkannya di headline, halaman depan atau bagian belakang. Semua perangkat dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan mudah diingat khalayak. "Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok sudah barang tentu punya peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas" (Sobur, 2001: 163-164).

Untuk kepentingan pemberitaan komunikator, media massa seringkali hanya menyoroti hal-hal yang penting dan memiliki nilai berita dari sebuah peristiwa politik. Ditambah dengan berbagai kepentingan dan pertimbangan media sebagai institusi serta wartawan secara individu, arah pemberitaan dan pembentukan berita dapat ditebak. Untuk itu konstruksi sebuah realitas politik sangat ditentukan oleh bagaimana hal lain seperti

siapa yang memiliki kepentingan, siapa yang ingin menarik keuntungan atau yang diuntungkan. Dan kepentingan itu dapat dimiliki oleh media atau pihak yang memiliki reaksi khusus dengan media tersebut. "Idealisme kewartawanan dan jurnalistik telah mengalami pergeseran nilai. Makna dari kesucian berita telah memperoleh konsep baru yaitu konsep kepentingan" (Abede, 2003: 64).

Entman menegaskan, framing memiliki peranan yang penting bagi komunikasi politik. Politis berkompetisi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Untuk itu seringkali politisi bekerjasama dengan para jurnalis untuk membangun *frame* berita dan mendominasi teks. *Frame* yang mereka bangun terkadang tidak sesuai dengan realitas, yang mereka inginkan hanyalah khalayak dapat menerima makna yang sama seperti makna apa yang mereka inginkan. "Sebab cara sebuah media mengkonstruksikan suatu peristiwa politik akan memberi citra tertentu mengenai sebuah realitas politik, yang bagi para aktor dan partai politik citra ini sangat penting demi kepentingan politiknya masing-masing" (Hamad, 2004: 10-11).

Dua aspek lain yang mempunyai pengaruh besar pada konsep framing dalam studi media yaitu aspek psikologis dan sosiologis. Pada aspek yang pertama, "pendekatan psikologis terutama menelaah tentang bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu atau gagasan tertentu" (Kahneman dan tversky dalam Eriyanto, 2000: 71). Dalam aspek ini penilaian seseorang mempunyai

peranan yang penting dalam pembentukan sesuatu yang berkaitan dengan pemikiran baik itu tentang diri maupun gagasan. "Framing juga dapat dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik, sehingga elemen-elemen tertentu suatu isu memperoleh alokasi sumber kognitif individu lebih besar" (Sobur, 2001: 163). Hal ini berarti bahwa elemen-elemen tertentu dari suatu isu atau peristiwa yang digunakan dalam pembedaan berita akan mempunyai peranan penting untuk mempengaruhi penilaian seseorang dalam menarik kesimpulan.

Berbeda dengan aspek sosiologi konsep *framing* yang dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Menurut Erving Goffman manusia selalu ingin membuat suatu pengalaman hidupnya menjadi sesuatu yang berarti dan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Untuk melakukan hal itu manusia berusaha mengklasifikasikan dan mengkategorikan pengalaman hidupnya serta memberikan penafsiran atas perilaku tersebut agar dapat lebih memahaminya. "Makna dipelajari melalui proses sosialisasi, orang cenderung bertindak berdasarkan pada makna tersebut tanpa melakukan penilaian kembali dan tanpa kesadaran akan kekuatan-kekuatan sosial yang menciptakannya" (Noviani, 2002: 52). Sebagai akibatnya setiap individu menggunakan makna-makna yang telah terbentuk untuk membingkai pengalaman kita sehari-hari. Dengan begitu *frame* dan skema pemahaman diri seseorang ialah akan berpengaruh terhadap tindakan

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Data dalam penelitian ini adalah pemberitaan pada Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* tentang Kontroversi pemberitaan media tentang Konversi minyak tanah ke gas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* yang mendefinisikan *framing* sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu, menkonstruksi peristiwa dan menyajikan kepada khalayak pembaca. Analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana suatu realitas dikonstruksi dan dibentuk oleh media.

2. Obyek Penelitian

Penelitian menggunakan dua media *online* sebagai obyek dari penelitian yaitu Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media konvensional dan mengambil berita dalam rentang waktu tiga hari yaitu mulai tanggal 26 Agustus sampai tanggal 28 Agustus 2007 sebagai bahan penelitian, karena pada tanggal tersebut kedua media *online* tersebut sama-sama memuat berita tentang kontroversi konversi minyak tanah ke gas. Adanya dua versi pemberitaan yang berbeda dari kasus yang sama yaitu pemberitaan antara Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* adalah alasan mendasar dari dilakukannya penelitian ini. Perbedaan pemberitaan tersebut pada

4. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing*, sebuah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media, sehingga hasil akhir yang tampak adalah adanya penonjolan realitas dan aspek-aspek tertentu yang mudah dikenal.

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 peristiwa. Di sini media menseleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak (Soesilo dan Wasburn dalam Eriyanto, 2002 : 67).

Dalam kaitannya dengan pemberitaan Konversi Minyak Tanah ke Gas pada pada Kompa *Cyber Media* dan *Media Indonesia Online*, masing-masing media tersebut saling menampilkan aspek-aspek yang dianggapnya lebih penting. Sehingga aspek yang terus-menerus ditampilkan itu akhirnya lebih menonjol dibandingkan dengan aspek lain.

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman. Teknik Entman merupakan pisau analisis yang paling cepat dan tepat untuk membongkar konstruksi berita konversi minyak tanah ke gas oleh media. Selain itu, teknik tersebut dirasakan cocok dengan latar belakang dan tujuan penelitian ini yang ingin mengetahui bagaimana peristiwa itu dipahami oleh media, bagaimana peristiwa itu disajikan dan dibingkai oleh media. Hal ini sesuai dengan pandangan Entman dalam melihat *framing* berita.

akhirnya akan mempengaruhi opini dan penilaian publik terhadap objek pemberitaan tersebut.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen yang ada dan catatan yang dimiliki oleh unit analisis, sehingga dapat dimanfaatkan guna memperoleh data serta melengkapi data.

a. Data Primer

Komponen utama dalam melakukan penelitian ini adalah tersedianya data primer. “Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan yang khusus” (Surakhmad, 1980:163). Data yang diambil sebagai data primer sebanyak enam buah berita, yaitu dari Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *Online* pada tanggal 26 sampai 28 Agustus 2007 tentang Kontroversi Konversi Minyak Tanah ke Gas.

b. Data Sekunder

Selain data primer, juga diperlukan data sekunder. “Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi” (Anwar, 2001: 35). Guna melengkapi data, peneliti juga mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen, buku-buku, majalah, internet, serta berbagai surat kabar yang dianggap menunjang dalam penelitian ini.

Model Entman terutama bergerak pada level bagaimana peristiwa dipahami dan bagaimana pemilihan fakta yang dilakukan oleh media. Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Penonjolan pada aspek tertentu membuat informasi menjadi lebih bermakna. Peristiwa yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai peluang besar untuk diperhatikan khalayak. Penempatan judul yang dijadikan *headline* di halaman muka atau belakang, pengulangan kata, pemberian foto atau gambar adalah salah satu praktek penonjolan dari dimensi seperti yang digambarkan oleh Entman dalam konsep *framing*. Analisis *framing* adalah suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita dengan melihat bagaimana cara media memaknai, memahami, dan membingkai kasus/peristiwa yang diberitakan.

Berikut adalah konsep *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman untuk mengungkap sebuah isi realitas isi pemberitaan dalam media.

Framing sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu menonjol dalam suatu teks komunikasi. *Framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi, dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga tentu mendapatkan alokasi lebih besar dari

berita yang lain (Entman dalam Nugroho, Eriyanto, Surdiarsis, 1999: 21).

Robert N. Entman adalah salah satu ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Oleh Entman, konsep *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas media. “*Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain” (Eriyanto, 2002: 186).

Perbedaan alokasi pemuatan isu dalam berita ini tidak terlepas dari bagaimana proses politik pemaknaan oleh media tersebut. Media massa sebagai tempat untuk diskusi publik dan tempat pertarungan berbagai hal mengakibatkan politik pemaknaan menjadi senjata untuk menjatuhkan atau membangun opini publik tentang suatu peristiwa. Dalam model yang diperkenalkan oleh Entman, tidak merinci secara detail elemen retorik. Entman memusatkan perhatian pada level *makrostruktural*, yaitu level *framing* yang dapat kita lihat sebagai pembingkai dalam tingkat wacana, bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan *mikrostruktural* yang memusatkan perhatian pada bagian atau sisi mana dari peristiwa tersebut yang ditonjolkan dan atau sisi mana yang dilupakan/dikecilkan.

Meskipun dalam tingkat analisisnya Entman menunjukkan contoh bagaimana kata, kalimat, dan gambar dapat dianalisis sebagai bagian integral memahami *frame*, tetapi mereka tidak mengajukan gambaran detail mengenai elemen-elemen tersebut. Analisis *frame* pada model ini

dianggap tepat sebagai metode yang dapat membedah rumusan masalah dari penelitian ini. Peristiwa pembunuhan tidak perlu dipahami melalui proses pemberian gagasan atau ide maupun melalui seperangkat tanda atau simbol yang tersusun secara struktural.

“Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau diingat oleh khalayak” (Entman dalam Eriyanto, 2002:186).

Dalam *framing* model Robert N. Entman, terdapat perangkat berupa *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat sebelumnya. Pilihan moral tersebut akan menimbulkan pemaknaan tertentu, moral apa yang ingin diletakkan pada realitas akan menimbulkan makna sesuai dengan pilihan moral yang digunakan. Ini akan mencerminkan penilaian wartawan terhadap suatu realitas.

Dibandingkan dengan model *framing* dari Murray Edelman yang melihat *framing* sebagai “kategorisasi”, model ini dirasa kurang sesuai dengan obyek penelitian dimana dalam pemberitaan pada Kompas *Cyber Media* dan *Media Indonesia online* tentang konversi minyak tanah ke gas tidak ditemukan adanya penggunaan kategorisasi. “Kategorisasi yaitu pemakaian perspektif tertentu dengan pemakaian kata-kata tertentu pula yang menandakan bagaimana fakta atau realitas dipahami” (Eriyanto, 2002: 156). Kategorisasi membantu manusia memahami realitas yang

beragam dan tidak beraturan tersebut menjadi realitas yang mempunyai makna.

Sementara dalam model yang diperkenalkan oleh William A. Gamson dan Andre Modigliani serta Pan & Kosicki yang dapat dikatakan memiliki perangkat *framing* paling lengkap, juga dirasa kurang efektif. Model yang ditawarkan oleh Robert N. Entman dirasa sudah cukup kongkrit untuk membedah sajian berita tentang kontroversi, dan dengan menggunakan *framing* model ini, penelitian akan dapat dilakukan dengan mudah karena melalui tahap analisis yang lebih sederhana dengan perangkat framing model Robert N. Entman berupa *define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation*.

Tabel 1.3 Perangkat Framing Model Robert N. Entman

<i>Define problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

5. Sistematika Penulisan

Pada skripsi ini, peneliti akan membagi kedalam empat bab, dimana bab I menjelaskan bagaimana kedua media yaitu Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* dalam menulis berita yang berkaitan dengan Kontroversi pemberitaan media tentang Konversi minyak tanah ke gas. Dalam bab ini, peneliti akan menguraikan tentang apa yang menarik dari berita adanya kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas yang dimuat pada Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online* yang membuat penelliti tertarik untuk menjadikannya sebagai objek penelitian. Berbagai teori yang akan digunakan dalam penelitian juga terdapat dibab ini. Dalam bab I juga terdapat metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam menganalisis berita kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas

Untuk kemudian peneliti menuliskan profil media yang menjadi objek penelitian pada Bab II, yaitu Kompas *Cyber Media* dan Media Indonesia *online*. Latar belakang mulai dari sejarah berdirinya kedua media tersebut sampai perkembangannya juga berada dibab ini.

Selanjutnya pada Bab III peneliti menjelaskan analisis data yang bahannya diperoleh dari kedua media tersebut berupa berita-berita yang berkaitan dengan kontroversi pemberitaan media tentang konversi minyak tanah ke gas mulai tanggal 26 sampai 28 Agustus 2007. Pada analisa data ini peneliti menggunakan analisis model Robert N. Entman untuk

mengetahui bagaimana media cetak tersebut dalam mengkonstruksi peristiwa yang kemudian dijadikan sebuah berita untuk dikonsumsi publik.

Skripsi ini diakhiri pada bab IV yang terangkum dalam kesimpulan dan saran. Sub bab kesimpulan peneliti ini akan menjelaskan hasil yang diperoleh peneliti. Kemudian pada sub bab saran, peneliti akan berusaha memberikan alternatif penelitian kepada media tersebut dan membahas