

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di era reformasi ini, banyak sekali komentar tentang demokrasi yang kebablasan. Tidak hanya kebablasan akan tetapi juga pengertian tentang demokrasi itu sendiri menjadi rancu. Semua pihak mengatasnamakan demokrasi dan semua pihak merasa paling tahu tentang demokrasi. Sementara itu, pengertian umum tentang demokrasi itu sendiri sangat jarang muncul di media massa. Sementara itu pula, lembaga-lembaga negara dan institusi-institusi penting lainnya berlomba untuk saling muncul dengan arogansi kekuasaannya. Kesemuanya itu mengatasnamakan dirinya dan merasa mewakili kepentingan rakyat banyak demi demokrasi. Banyak orang kemudian memakluminya dengan mengatakan memang proses seperti ini harus kita lalui bersama, sebelum nantinya mencapai tatanan demokrasi yang benar-benar bermanfaat bagi masyarakat luas. Semua masih mencari posisinya masing-masing, entah sampai kapan.

Belakangan ini, ramai sekali tersebar berita tentang pembelian panser TNI dari Perancis. Bermula dari niat mengirimkan pasukan TNI ke Libanon, yang langsung secara bulat didukung penuh oleh DPR termasuk pendanaanya. Berikutnya, sebagai tindak lanjut dari persiapan pengiriman pasukan ke Libanon, Departemen Pertahanan berniat melancarkan satuan TNI yang akan

bertugas tersebut dengan membeli sejumlah panser dari Perancis. Bertolak belakang dengan saat gagasan mengirim pasukan ke Libanon yang didukung secara penuh, maka pembelian panser ternyata ditentang habis-habisan oleh DPR.

Tidak bisa disangkal bahwa DPR memiliki hak budget, namun DPR adalah satu institusi yang posisinya sangat tinggi, lembaga tinggi negara yang seyogyanya hanya akan membicarakan hak budgetnya dalam tataran yang sangat strategis dan tinggi nilainya. Membahas tentang anggaran belanja negara agar benar-benar berpihak pada kepentingan rakyat. Apabila hal tersebut dilaksanakan, tentunya pelaksanaan kebawah sudah menjadi porsi dari lembaga-lembaga negara lain yang berkedudukan dan posisinya berada dibawahnya. Katakanlah tentang pelaksanaan penggunaan anggaran. Tiap instansi sudah ada lembaga Inspektorat Jenderal, dan di tingkat lainya sudah ada pula lembaga-lembaga pengawasan lain seperti BPK dan lain sebagainya. Jadi sebenarnya tidak perlu DPR merendahkan dirinya untuk kemudian juga terjun dalam pengawasan proses pengadaan di salah satu instansi pemerintah seperti pada proses pembelian panser.

“Pembelian 32 panser VAB, yang akan dipakai pasukan perdamaian ke Libanon, mengundang pertanyaan besar. Agar lebih transparan dan demi efisiensi anggaran, komisi 1 DPR meminta pemerintah melakukan proses tender. Demikian salah satu kesimpulan rapat kerja komisi 1 DPR dengan menteri pertahanan Juwono Sudarsono, jumat (08 September 2006). Kalau tidak lewat tender, akan kami tanya lagi apa alasanya. Kalau tidak sesuai kami mengambil langkah lanjutan, analogi kalau ada penyimpangan kata

ketua komisi 1 DPR Theo Sambuaga sesuai rapat".(Kompas, 09 September 2006)¹

Berkaitan dengan pengadaan alutsista 32 panser VAB, sekjen Dephan menjelaskan bahwa ada pertimbangan yang termasuk kategori dalam keadaan tertentu dan keadaan khusus, sehingga pengadaanya dilakukan dengan penunjukan langsung atau pembelian langsung ke pabrik yang mempunyai stok, dengan pertimbangan masalah kondisi barang dan kelengkapannya, harga barang, tatacara pembelian dan pengiriman barang harus sesuai dengan yang kita butuhkan.

"Keputusan presiden (Keppres) yang ditandatangani sebelum presiden bertolak ke Helsinki, Finlandia itu ia terima Selasa (12/9) kemarin. Keppers itu menurut Juwono, tidak hanya memutuskan soal pengiriman pasukan ke Libanon yang dilakukan paling lambat 28 September mendatang, tetapi juga memutuskan pembelian 32 panser dari Prancis dengan cara penunjukan langsung".(Tempo, 13 September 2006)²

Selain masih diperdebatkan antara DPR dengan pemerintah tentang pembelian panser, banyak nada sumbang terhadap TNI yang masih campur tangan "Bisnis Militer"³. Jika secara normative tentara tidak boleh berbisnis, pertanyaan yang kemudian layak diajukan adalah mengapa tentara berbisnis? Banyak alasan dikemukakan: (1) secara historis misalnya, tentara berbisnis dapat dilacak dari proses politik dalam negeri mulai dari awal kemerdekaan hingga massa orde baru ketika tentara masih digunakan bukan sebagai

¹<http://www.kompas.com> (KCM). Pembelian Panser Harus Ditenderkan.09.September 2006

² TEMPO *Interaktif*. Dimas Adityo. Presiden Setujui Pembelian Panser Tanpa Tender. 13 September 2007

³ Widjajanto, Andi. (2005). *Dinamika Reformasi Sektor Keamanan*. Imprasial, Jakarta, hlm 96

instrumen negara tetapi instrumen rezim yang berkuasa; (2) ketidakmampuan sipil untuk mengurus dirinya dan yang berdampak pada ketidakmampuan mengendalikan tentara; (3) adanya *vested interest* baik secara kelembagaan maupun perorangan dari tentara yang terlibat dalam bisnis; (4) akhir-akhir ini ada juga menyatakan mengapa tentara terlibat dalam bisnis karena anggaran pertahanan yang dialokasikan dalam APBN sangat tidak memadai untuk mendukung kegiatan tentara dan oleh karena itu tentara melaksanakan bisnis untuk menutupi dan mendukung kekurangan yang ada dalam anggaran pertahanan itu.

“Pro-kontra DPR dengan pemerintah yang dipicu oleh keputusan Departemen Pertahanan untuk membeli 32 panzer VAB dari Perancis senilai Rp287 miliar tanpa tender membuktikan masih kuatnya "dominasi militer" di kementerian itu dan belum dimilikinya acuan yang jelas dalam "*military procurement*" yang menjadi standar pengadaan peralatan militer."Dalam konteks 'military procurement', Dephan masih didominasi oleh perwira militer yang masih ingin terlibat dalam bisnis. Walaupun ini wilayahnya Dephan, mereka tetap ingin terlibat sebagai '*broker-broker*' bisnis (pengadaan 'Alutsista)," kata Direktur Eksekutif Lembaga Studi Strategis dan Studi Pertahanan Indonesia (Lespersi), Rizal Darmaputra, di Jakarta, Rabu 13 September 2006.”(Media Indonesia, 13 September 2006).⁴

Isu lainnya yang sering muncul adalah soal tender. Masalah tender pada umumnya juga dikaitkan dengan masalah harga, yang dianggap benar selama ini adalah yang mengajukan harga yang paling murah sudah selayaknya dimenangkan dalam tender yang terbuka. Masalah ini harus hati-hati dan harus dicermati dengan benar, persoalannya adalah apakah barang-barang yang

⁴ <http://www.media-indonesia.com> (MID) Kisah Pembelian 32 Panzer VAB Bukti Kuatnya

diajukan untuk mengikuti tender tersebut sudah teruji sebagai barang-barang yang sekelas kualitasnya.

Selain mendapatkan banyak sorotan dari masyarakat serta tokoh politik. Hal ini menarik pula bagi media massa baik cetak maupun elektronik untuk menjadikannya sebagai berita utama. Beberapa media lokal dan nasional beramai-ramai mengangkat realitas tersebut untuk dijadikan berita utama dalam topik pemberitaannya. Akan tetapi penyajian berita tidak akan dapat lepas dari pandangan, opini dan keberpihakan wartawan mereka masing-masing. Kompas dan Media Indonesia termasuk beberapa dari media nasional yang berusaha untuk menampilkan kembali realitas tersebut. Berbagai sudut pandang dan konstruksi realitas disajikan secara berbeda oleh setiap media massa. Media massa disini berusaha membentuk opini publik menurut kehendak media tersebut. Setiap media memiliki cara yang berbeda-beda dalam menyajikan atau mengkonstruksi suatu realitas. Hal seperti ini dapat terjadi dikarenakan setiap media memiliki ideologi yang berbeda-beda, sehingga pengambilan sudut pandang terhadap suatu realitas disesuaikan dengan ideologi media tersebut.

Kompas dan Media Indonesia dapat kita gunakan sebagai contoh dari adanya perbedaan sudut pandang dalam menyikapi dan menyajikan realitas sosial tersebut kedalam bentuk berita. Baik Kompas ataupun Media Indonesia memiliki komposisi yang berbeda dan cara pandang sendiri dalam membina dan mengkonstruksi suatu pemberitaan mengenai pembelian

panser Perancis. Mengingat Kompas mempunyai latar belakang sebagai koran yang dekat dengan umat kristiani dan ditambah dengan gaya jurnalisme khas Kompas yang biasa disebut dengan gaya jurnalisme kepingting serta sifat halus dan selalu berhati-hati, sedikit banyak membuat pemberitaannya cenderung netral dan mencoba bersikap lebih obyektif seiring dengan kemandirianya sebagai koran sekuler yang tidak mudah dilepaskan begitu saja, dalam menyajikan berita cenderung kritis dengan adanya realitas sosial tersebut. Sedangkan pada Media Indonesia mempunyai latar belakang ideologi yang pro dengan pemerintah menyajikan kepada khalayak cenderung lebih diperhalus dan bahkan terlihat lebih menyamarkan realita yang sebenarnya terjadi.

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, seperti apa realitas tersebut ditampilkan media, semuanya akan mempengaruhi pandangan dan keterpihakan suatu media terhadap suatu realitas. Kompas dan Media Indonesia kedua media massa nasional itu sangat beragam dan berbeda dalam menyikapi pemberitaan tersebut dengan pandangan dan bingkai mereka masing-masing. Kompas sebagian petikan teks berita yang ditampilkan "hampir semua anggota komisi 1 mempertanyakan pembelian panser itu". Pemberitaan tersebut ditulis dengan *Head line* "Pembelian Panser Harus Ditenderkan" (Kompas Sabtu 09

September 2006). Sedangkan pada Media Indonesia memuat sebagian petikan teks berita “Pro-kontra DPR dengan pemerintah yang dipicu oleh keputusan Departemen Pertahanan untuk membeli 32 panser VAB dari Perancis senilai Rp287 miliar tanpa tender membuktikan masih kuatnya "dominasi militer" di kementerian itu dan belum dimilikinya acuan yang jelas dalam "*military procurement*" yang menjadi standar pengadaan peralatan militer”. Pemberitaan tersebut ditulis dengan *Head line* “Kisruh Pembelian 32 Panser VAB Bukti Masih Kuatnya Dominasi Militer di Dephan” (Media Indonesia, Rabu 13 September 2006).

Adapun alasan Peneliti tertarik pada media *online* untuk mengungkap bagaimana pemberitaan pada media massa dalam hal ini media *online* di tanah air yaitu Kompas dan Media Indonesia. Penerapan media dalam sistem *digital online* yaitu seluruh kegiatan pendokumentasikan harus diubah dalam bentuk angka-angka numeric. Data-data berupa teks, diagram, gambar, grafik diproses dan di simpan secara numeric dan outputnya dapat disimpan dalam bentuk *digital disk* atau *memory drive*. Sebagai contoh berita dari media cetak bisa dilihat kembali di media *online*, karena dalam *system online* banyak keuntungan yang dapat diperoleh yaitu data atau berita tersusun rapi sehingga dapat diakses kapan saja dan dapat memberi komentar interaktif dari berita tersebut.

Kompas adalah salah satu media cetak terlaris yang ada di Indonesia.

Kompas terbit pertama kali pada tanggal 28 Juni 1965. Kompas dilahirkan

oleh orang-orang Katolik, seperti P.K. Ojong, Jakob Oetama, J. Adisubrata, Marcel Beding dan Tan Soei Sing. Nama Kompas sendiri merupakan usulan dari Presiden Soekarno, yang berarti petunjuk arah. Lahirnya Kompas dari partai Katolik dikarenakan pada saat itu partai Katolik menjadi tempat yang representatif dan satu-satunya organisasi sosial yang diakui pemerintah dalam menyalurkan aspirasi rakyat.

Media Indonesia sendiri didirikan pada tahun 1969 oleh Teuku Youslah, dan mulai terbit pada tanggal 19 Januari 1970. Awalnya Media Indonesia terbit hanya 4 halaman. Tahun 1976 meningkat menjadi 8 halaman; tetapi setelah ada peraturan mengenai SIUPP (UU No. 21/1982) Media Indonesia menghadapi persoalan manajemen yang sangat berat. Sebagaimana dimaklumi, ketentuan tentang SIUPP ini mengharuskan penerbitan pers mesti didukung oleh modal yang kuat.⁵

Adanya perbedaan-perbedaan pemberitaan antara Kompas dan Media Indonesia terhadap kontroversi pembelian panser Perancis telah menunjukkan bahwa sesungguhnya media bukanlah ranah yang netral, melainkan merupakan arena perang simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan. Media menggunakan bahasa dan caranya sendiri untuk mengungkapkan kepentingannya. Demikian pula dengan kasus panser ini, persepsi masyarakat terhadap kontroversi pembelian panser Perancis akan berbeda-beda sesuai

⁵ Soedjatno, Bambang (compiling), *Profil Pers Indonesia 1997-1998*, Semarang: Cita Almameter, 1997.

dengan media yang menyampaikan informasi kepada mereka. Sudut pandang permasalahan juga akan berbeda yang akhirnya setiap individu akan berlainan.

Uraian di atas mendorong peneliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai konstruksi media tentang pemberitaan kontroversi pembelian panser Perancis khususnya media *online* Kompas dan Media Indonesia.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari paparan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah Bagaimana konstruksi media massa khususnya Kompas *Online* (KCM) dan Media Indonesia *Online* (MIOL) dalam membingkai berita kontroversi pembelian panser Perancis ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut adalah :

1. Mengetahui bagaimana Kompas *Online* dan Media Indonesia *Online* dalam membingkai berita tentang kontroversi pembelian panser Perancis.

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 dan 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 berita itu disajikan dan dapat memahami bagaimana sudut pandang pengemasannya. Dengan penulisan yang dilakukan dapat memberikan sumbangan atas konsep- konsep analisis teks media dalam surat kabar, terutama terkait pemberitaan tentang kontroversi pembelian panser Perancis.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Sebagai Proses Produksi Pesan

Komunikasi adalah suatu aktivitas yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan sangat sering terjadi atau dapat dikatakan harus dilakukan oleh manusia dalam proses bermasyarakat. Baik itu komunikasi dalam bentuk verbal (kata-kata) maupun komunikasi non-verbal (prilaku). Di dalam komunikasi tersebut terkandung pesan-pesan ataupun makna-makna yang tidak hanya dapat disampaikan melalui kata-kata atau pembicaraan tetapi juga dapat disampaikan melalui simbol-simbol, ekspresi wajah, gaya rambut dan sebagainya. Beberapa faktor yang mempengaruhi proses suatu komunikasi

terutama adalah ketika kita memasuki lingkungan yang baru serta budaya baru pula yang secara dramatis ditransformasikan oleh teknologi komunikasi dan budaya global, sehingga kita perlu mengkaji lebih dalam, bukan hanya pada proses komunikasi itu sendiri akan tetapi juga pada kebudayaan modern yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang mampu menciptakan interelasi yang baru.

Menurut John Fiske, dalam *Cultural and Communication Studies*, “komunikasi adalah sentral bagi kehidupan budaya, tanpa komunikasi, budaya dalam jenis apapun akan mati. Konsekuensinya, studi komunikasi harus melibatkan studi kebudayaan.”⁶ Dalam bukunya John Fiske mengklasifikasikan dalam studi komunikasi ada dua buah mazhab yang sangat utama. *Pertama* John Fiske melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Ia tertarik dengan bagaimana pengirim dan penerima pesan itu mengkonstruksi pesan dan menerjemahkannya, dan bagaimana transmitter menggunakan saluran komunikasi dalam penyampaian pesan tersebut. Fiske melihat komunikasi sebagai sebuah proses yang dengannya seorang pribadi mempengaruhi perilaku atau *state of mind* terhadap pribadi yang lain. Karena dalam mazhab ini menitikberatkan komunikasi sebagai sebuah proses maka sering disebut sebagai mazhab proses.⁷

Mazhab *kedua* menurut Fiske komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Mazhab kedua ini berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks itu berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna, yakni, ialah berkenaan dengan teks dalam kebudayaan kita. Pada mazhab kedua ini menggunakan istilah-istilah seperti pertanda (*signification*), dan tidak memandang kesalahpahaman sebagai bukti yang penting dalam kegagalan sebuah komunikasi, hal itu mungkin akibat dari perbedaan budaya antara pengirim dan penerima pesan. Dalam mazhab ini studi komunikasi adalah studi tentang teks dan kebudayaan. Metode studinya yang utama adalah semiotika (kajian tanda dan makna).⁸

Masing-masing mazhab menafsirkan definisi kita tentang komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan dengan caranya sendiri. Mazhab pertama atau disebut juga mazhab proses mendefinisikan interaksi sosial sebagai proses yang dengannya seorang pribadi berhubungan dengan yang lain, atau mempengaruhi perilaku, *state of mind* atau respon emosional yang lain, dan demikian pula sebaliknya.

Proses komunikasi selalu selalu berangkat dari maksud dari orang-orang yang ingin berkomunikasi, baik itu memberitahukan suatu pesan atau hanya sebagai penghubung. Oleh sebab itu dasar studi komunikasi adalah proses komunikasi yang intinya adalah makna. Dalam berkomunikasi, orang bertukar citra-citra atau makna-makna. Makna ini melalui lambang-lambang,

⁸ John Fiske "Cultural and Communication Studies" Jakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 9

jadi unsur primer pembicaraan adalah lambang, hal yang dilambangkan dan interpretasi yang menciptakan lambang yang bermakna.⁹ Kemampuan manusia berkomunikasi sendiri dipengaruhi oleh pengalaman dan referensi yang dimiliki. Sedangkan pengalaman dan referensi sendiri dipengaruhi oleh konvensi budaya dari suatu lingkungan dimana mereka tinggal. Dengan pengalaman dan referensi yang dimiliki tersebut, mereka dapat saling mengetahui rasa, ide, pikiran dan gagasan untuk dapat saling berbagi pengalaman dan referensi itulah yang disebut pesan. Jadi pesan adalah suatu materi yang dimiliki oleh komunikator untuk dibagikan kepada orang lain. Selanjutnya pesan diterjemahkan dan dimaknai oleh penerima berdasarkan kerangka pengalaman dan referensi yang dipengaruhi oleh konvensi budaya yang dimilikinya.¹⁰

2. Kontruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku *The Social Of Construction Reality*. Realitas menurut Berger tidak di bentuk secara ilmiah. Tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi dibentuk dan di konstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda/prural. Setiap orang dapat memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas atau isu

⁹ Erlina, Ate "Memahami Dasar Komunikasi Massa Dalam Masyarakat" Cita Aditya Delfi

yang sama, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu.¹¹

Dalam paradigma konstruksionis sebuah berita dipandang dengan dua cara. Pertama, berita bukanlah refleksi dari realitas. Kedua, berita bersifat subjektif. Dalam pandangan yang pertama ini, berita ibarat sebuah drama, ia bukan menggambarkan sebuah realitas, akan tetapi potret dari arena pertarungan antar berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Berita merupakan konstruksi dari realitas. Makna dari berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas.¹² Berbeda dengan pandangan positivis yang melihat berita sebagai informasi, ia hadir kepada masyarakat sebagai representasi dari kenyataan. Berita adalah cermin dan refleksi dari realitas.

Pada penilaian yang kedua ini, pandangan konstruksionis melihat berita bersifat subjektif. Hal ini karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya menghasilkan realitas yang berbeda pula. Berbeda dengan pandangan positivis yang melihat berita bersifat objektif.¹³

¹¹ *Ibid*, hlm 15.

¹² *Journal of Mass Communication Research*, Vol. 1, No. 1, 1994, hal. 1-10.

Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Paradigma konstruksionis ini lebih melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Yang menjadi titik perhatian pada pendekatan ini adalah bagaimana masing- masing pihak dalam lalu lintas komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna. Disini tidak ada pesan dalam arti yang statis yang saling dipertukarkan dan disebar. Pesan itu sendiri dibentuk secara bersama- sama antara pengirim dan penerima atau pihak yang berkomunikasi dan dihubungkan dengan konteks sosial dimana mereka berada. Fokus dari pendekatan ini adalah bagaimana pesan politik dibuat atau diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan itu secara aktif ditafsirkan individu sebagai penerima. Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis.

- a. Pendekatan konstruksionis yang menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang suatu realitas. Makna bukanlah suatu yang absolut, konsep statis yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.
- b. Pendekatan konstruksionis memandang komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan ini memeriksa bagaimana pembentukan

pesan dari sisi komunikator, dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu dalam menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas. Seorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuannya sendiri.

Menurut pandangan konstruksionis, sebuah teks berita tidak bisa kita samakan seperti *copy* realitas. Ia haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya, terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda, wartawan bisa jadi memiliki penafsiran atau konsep yang berbeda dalam memaknai suatu peristiwa. Dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu yang diwujudkan dalam sebuah teks berita. Perbedaan cara pandang atas pesan dan cara kerja wartawan dilapangan menjadi hal utama dalam membaca isi media. Paradigma konstruksionis sangat bertolak belakang dengan paradigma positivis dalam memandang realitas.

Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Ia

..... instrumen untuk menegatakan realitas. Bahasa adalah alat

konseptualisasi dan alat narasi. Begitu pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita, ataupun ilmu pengetahuan tanpa adanya bahasa. Dalam media massa, keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (citra) yang akan muncul di benak khalayak. Bahasa yang dipakai media, ternyata mampu mempengaruhi cara melafalkan (*pronunciation*), tata bahasa (*grammar*), susunan kalimat (*syntax*), perluasan dan modifikasi perbendaharaan kata, dan akhirnya mengubah dan atau mengembangkan percakapan (*speech*), bahasa (*language*) dan makna (*meaning*).¹⁴ Dengan begitu, penggunaan bahasa tertentu jelas berimplikasi terhadap kemunculan makna tertentu. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang muncul darinya.

Konsep konstruksionisme pertama kali diperkenalkan oleh ahli sosiolog interpretatif, Peter R Berger dan Thomas Luckman, dan kemudian dikenal sebagai konstruksi sosial. Konstruksi sosial digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang dimana individu menciptakan terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif.

Realitas tersebut tidak dibentuk secara ilmiah, dan juga tidak merupakan sesuatu yang ditakdirkan dari yang kuasa, melainkan terjadi

¹⁴ Ibnu Hamad, Agus Sudikno, Muhamad Qadri (2001) *Kabar-Kabar Kebencanaan Pragmatika Agama Di*

dikarenakan dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Oleh karenanya setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas.¹⁵ Paradigma atau gagasan dari pandangan konstruksionis mengenai konstruksi realitas dalam teks berita di media cetak di pandang sebagai konstruksi atas realitas, karena suatu peristiwa yang sama berpotensi untuk dikonstruksi secara berbeda oleh berbagai media. Sebagai contoh, dalam suatu peristiwa yang sama mengenai kasus kontroversi pembelian panser VAB Prancis, wartawan bisa saja mempunyai pandangan dan konsep yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut, hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana wartawan tersebut mengkonstruksi peristiwa itu untuk ditulis dalam bentuk berita.

Ada tiga tahapan peristiwa dalam proses konstruksi realitas yang terjadi pada diri manusia. Pertama eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia kedalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ketempat dimana ia berada. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya dalam suatu dunia. Kedua objektifitas, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental ataupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil tersebut berupa realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berbeda diluar dan berlainan dari manusia

¹⁵ Erlangga (2002) *Analisis Esensial Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. UIIS Yogyakarta

yang menghasilkannya. Lewat proses inilah manusia menjadi suatu realitas yang *suigeneris*. Ketiga internalisasi, proses ini lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifitas tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.¹⁶

Media mempunyai peranan yang sangat besar dalam mendefinisikan realitas. Bagaimana wartawan membingkai realitas dengan pilihan-pilihan kata akan mempengaruhi bagaimana fakta yang ditampilkan wartawan tersebut dapat dipahami dan dimaknai. Oleh karena itu, bagaimana media massa memaknai peristiwa yang diangkat menjadi seperangkat fakta yang dikemas menjadi berita. Proses kerja pembentukan dan produksi berita itu bukanlah sesuatu yang netral, melainkan ada bias ideologi yang secara sadar atau tidak sadar tengah dipraktikkan oleh wartawan.¹⁷

Bagaimana mendefinisikan realitas sebenarnya tidak jauh dari bagaimana subjektifitas wartawan itu sendiri yang meliputi dilapangan. Pendefinisian ini berkaitan dengan bagaimana wartawan memandang peristiwa yang terjadi, bagaimana pemilihan kata yang akan dibahasakannya dalam pemberitaan tersebut, pemilihan gambar, atau foto yang akan

¹⁶Echomata (2002) Analisis Feminis, Konstruksi Ideologi, dan Politik Media. UIIS Yogyakarta. hlm

memperkuat prasangka khalayak pada suatu peristiwa yang akan diliput. Kemudian yang tidak dapat ditinggalkan adalah bagaimana pemilihan sumber yang akan memperkuat dugaan pada peristiwa yang terjadi.

Proses pemilihan fakta tidak terlepas dari bagaimana media memaknai berita atau peristiwa tersebut. Wartawanlah yang mempunyai andil besar terhadap pemilihan peristiwa dan narasumber yang kemudian dituangkan dalam bentuk berita. Peristiwa yang sama mungkin saja disajikan secara berbeda antara wartawan satu dengan wartawan yang lain. Hal ini disebabkan karena realitas itu dipahami secara berbeda-beda.

Proses penulisan fakta sangat berhubungan dengan pemakaian bahasa di dalam menulis realitas. Kata-kata yang digunakan oleh media bukan saja mengikuti kode etik jurnalistik, akan tetapi terkait dengan politik bahasa. Pemilihan bahasa dalam kata-kata tertentu dapat menciptakan realitas yang tertentu pula. Kata-kata tidak hanya menfokuskan perhatian khalayak pada masalah tertentu, tetapi juga membatasi persepsi pembaca dan mengarahkan cara berpikir pembaca.

Apa yang ditampilkan oleh media seringkali merupakan hasil dari pandangan wartawan ketika melihat dan meliput peristiwa, sehingga dengan menggunakan analisis framing akan dapat mengetahui sebuah peristiwa yang

sama dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan sebuah berita yang berbeda.¹⁸

3. Ekonomi dan Politik Media dalam Mengemas Berita

Secara teoritik, media massa memang tidak akan pernah dapat terlepas dari pengaruh politik dalam menentukan arah berita. Proses *gatekeeping* yang berlaku dalam standar profesionalisme jurnalis, memungkinkan terjadi seleksi realitas. Politik media dalam mengemas berita akan terlihat secara jelas ketika kita melihat kebijakan redaksional dalam pengemasan suatu berita.

Dalam konteks ini kecenderungan politik media yang menjadi kebijakan secara makro serta tendensi politik jurnalis mempengaruhi secara signifikan dari nuansa politik dari setiap fakta berita. Jika nuansa politik itu memperlihatkan konsistensi tertentu maka kecenderungan itu menggambarkan watak politik media pada periode tertentu.¹⁹

Selain situasi politik secara keseluruhan mempengaruhi media dalam mengemas berita, ada faktor lain yang juga sangat menentukan sebuah media dalam mengemas berita yaitu faktor ekonomi. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap cara pengemasan berita yang dilakukan oleh media dikarenakan pada era sekarang ini pers telah berubah menjadi suatu lembaga bisnis (perusahaan). Kepentingan perusahaan tentu saja *profit* (laba); media massa

¹⁸ *Ibid*, hlm. 83.

¹⁹ N. S. ... (1999). Politik Media Mengemas Berita. ISAI

harus memperoleh keuntungan finansial. Sebagai bagian dari industri, kepentingan tersebut sah-sah saja. Keterlibatan faktor-faktor produksi (manusia, modal, kewirausahaan, teknologi) dalam perusahaan media massa mengharuskan para wartawan untuk mempertimbangkan setiap berita yang akan diturunkan; apakah merugikan ataukah menguntungkan pihak perusahaan. Jika merugikan tentu tidak akan diturunkan, sebaliknya jika menguntungkan pasti akan diturunkan meskipun nilai berita tersebut rendah.²⁰

Kepentingan perusahaan cenderung lebih dikedepankan dalam dunia jurnalistik dewasa ini. Faktor utamanya adalah persaingan antar media. Perusahaan media telah memasuki *real competition* sehingga banyak yang memaksa diri untuk melakukan apa saja demi mempertahankan eksistensi dan memperoleh keuntungan finansial. Salah satu usaha yang dilakukannya adalah menerapkan teori-teori manajemen khususnya *marketing* (pemasaran).

4. Media Online

1. 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 Nelson seorang ahli teknologi pada tahun 1962 telah menemukan bentuk penulisan non-linear atau dikenal dengan istilah *hyperteks*. Bentuk teks ini memungkinkan para

²⁰ Derry, Sam Aked. (2002). *Manajemen Berita: Antara Idealisme dan Realita*. Bandung: Sunbana

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.²¹

2. Kehadiran media massa online

Perkembangan teknologi komunikasi mempengaruhi perkembangan beberapa media konvensional, termasuk 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 para pembacanya dan dapat mengurangi biaya produksi. Teknologi itu mulai dari pemanfaatan cetak jarak jauh, *online communication*, WWW dan *e-mail*. Hingga saat ini banyak surat kabar yang membuka situs di WWW, bahkan surat kabar – surat kabar elektronik juga mulai bermunculan.

21 *Journal of Mass Communication Studies*, Vol. 1, No. 1, 2000, pp. 1-10

Roger Fidler pernah menawarkan nasehat pada para industrialis pers di abad digital ini, bahwa hanya surat kabar yang secara kredibel bisa menggabungkan isi, informasi kualitas tinggi yang penuh daya tarik dan menawarkan interaktifitas akan mempunyai kesempatan tumbuh dan hidup lebih lama.²² Ada tiga kata kunci dari pernyataan Fidler tersebut, yaitu kualitas isi, multimedia dan interaktifitas. Maka dalam mendisain sebuah produk media baru. Hal inilah yang kemudian menantang perkembangan media online pada saat ini. Seluruh produksi media online dilakukan dalam *digital enviroment* dimana teks *non linier*, *image* dan suara menjadi bagianya. Inilah yang menjadi daya tarik pesan dari media online. Ketika kita mengkonsumsi sebuah berita, kita akan dapat menikmatinya dalam bentuk tulisan, gambar dan suara sekaligus. Kelebihan lain adalah informasi yang ditawarkan adalah sangat banyak dan selalu *up-date*. Hal ini akan sangat memanjakan *audiens* dalam mengkonsumsi informasi. pembaca dapat memperoleh segala macam informasi yang dia inginkan.

Lewat *hyperteks* dan *hyperlink*, pembaca dapat menelusuri informasi yang dibutuhkan ke sumber lain. Misalnya kompas *cyber* media “www.kompas.com” memberitakan akuisis yang dilakukan oleh Adidas terhadap Reebok untuk menyaingi Nike di pasar produksi sepatu di Amerika. Pada berita tersebut akan kita temui *hyperteks* yang dapat menghubungkan

²² Jhon Pavlik and Everette E. Dennis, “Rewriting the Editorial and Creative Proses”. *New Media*

kita dengan situs perusahaan-perusahaan tersebut. media online sesungguhnya adalah media yang kita jumpai ketika sedang *online* atau berada di dunia maya.²³ Ada dua hal penting yang membedakan jurnalisme *online* dengan jurnalisme *offline*, (1) media *online* telah mendefenisi ulang tentang konsep sumber dari isi media karena setiap orang dapat menjadi penyedia isi (*content provider*) media, (2) media *online* menawarkan interaktifitas sebagai salah satu daya tariknya kepada pembaca. Interaktifitas ditawarkan dalam bentuk *e-mail*, *online polls*, *bulletin boards*, *forums*, *discussion groups*, *online chat* dengan reporter atau *newsmaker*.

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".²⁴

Media *online*, isi beritanya mengambil atau memindahkan ulang versi cetaknya. Isi media massa *online* juga lebih kreatif dan inovatif dalam website-nya dengan fitur interaktif seperti *hyperlinks* dan *search engine*. Jadi secara mendasar sebenarnya surat kabar online dan surat kabar konvensional

²³ Jhon Pavlik and Everette E. Dennis, "Rewriting the Editorial and Creative Proses". *New Media Technology : Cultural and Commercial Perspective*, Allyn and Bacon, United States, 1996.

²⁴ Ann Nedkyn Akbar "Informasi Superhighway" *Telekomunikasi dalam Demokratisasi*

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 dan Media Indonesia dalam meneliti tentang pembingkaihan berita kontroversi pembelian panser VAB Prancis, dengan alasan karena masih jarang nya penelitian *framing* media, yang menggunakan media *online*.

5. Ideologi Media

Istilah ideologi adalah salah satu istilah yang sering dipergunakan, terutama dalam ilmu-ilmu sosial, akan tetapi juga paling tidak jelas artinya, sehingga cukup beralasan kalau Karl Mannheim menyatakan bahwa tidak ada pengantar yang lebih baik dari pada analisis atas arti istilah ideologi.²⁵ Sekarang ini, istilah ideologi memiliki dua pengertian yang bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsikan sebagai suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial.²⁶

²⁵ Mannheim dalam Soehar, *Analisis Teks Media*, Bandung, hlm. 61

Masih ada beberapa teori tentang ideologi yang diungkapkan oleh beberapa pemikir lama. Misalnya Marx yang memandang ideologi sebagai sebuah kesadaran palsu.²⁷ “Ideologi merupakan suatu konsep yang langsung. Ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga dapat diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai sesuatu yang alami dan wajar”.

Akan tetapi sesuai dengan kemajuan zaman Althusser mengembangkan suatu teori ideologi yang merupakan pengembangan dari teori yang dikemukakan oleh Marx. Teori Althusser ini disebut sebagai ideologi sebagai praktik, yang merumuskan ideologi sebagai sekumpulan praktik yang secara terus-menerus berlangsung dan meresap yang dilakukan semua kelas, dan bukannya sekumpulan gagasan yang dipaksakan oleh satu kelas kepada kelas-kelas yang lain.²⁸

Ideologi tidak selalu harus terkait dengan ide-ide besar, ideologi juga dapat bermakna politik penandaan atau pemaknaan. Bagaimana kita melihat peristiwa dengan kacamata dan pandangan tertentu dalam arti luas dapat dikatakan pula sebagai ideologi.

Media memiliki peranan yang sangat penting dalam mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami, bagaimana realitas itu dijelaskan

dengan cara tertentu kepada khalayak. Pendefinisian tersebut bukan hanya pada peristiwa, melainkan juga aktor-aktor sosial.

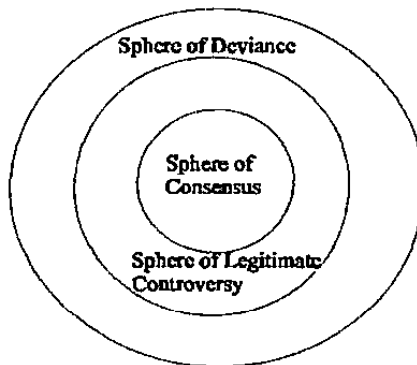
Diantara berbagai fungsi dari media mendefinisikan realitas, fungsi pertama dalam ideologi adalah media sebagai mekanisme integrasi sosial. Media disini berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok, dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan. Untuk mengintegrasikan masyarakat dalam tata nilai yang sama, pandangan atau nilai harus didefinisikan sehingga keberadaannya diterima dan diyakini kebenarannya. Dalam kerangka ini, media dapat mendefinisikan nilai dan perilaku yang sesuai dengan nilai kelompok dan perilaku atau nilai apa yang dipandang menyimpang. Semua nilai dan pandangan tersebut bukan sesuatu yang terbentuk begitu saja, melainkan dikonstruksi. Lewat konstruksi tersebut, media secara aktif mendefinisikan peristiwa dan realitas sehingga membentuk kenyataan apa yang layak, apa yang baik, apa yang sesuai, dan apa yang dipandang menyimpang.

Dalam produksi berita, yang menjadi dasar dari proses produksi berita adalah adanya semacam konsensus: bagaimana suatu peristiwa dipahami bersama dan dimaknai. Disini ada dua pengertian: pada sisi satu peristiwa dan aktor yang direstui dan pada sisi lain adalah peristiwa dan aktor yang dikeluarkan (dihilangkan) dari pembicaraan. melalui konsensus ini realitas yang beragam dan tidak beraturan diubah menjadi realitas yang mudah dan bisa dikenali: sesuatu yang plural menjadi tunggal

Daniel Hallin membuat sebuah ilustrasi dan gambaran menarik yang menolong menjelaskan bagaimana berita kita tempatkan dalam bidang atau peta ideologi. Ia membagi dunia jurnalistik kedalam tiga bidang: bidang penyimpangan (*sphere of deviances*), bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*), dan bidang konsensus (*sphere of consensus*). Bidang-bidang tersebut menjelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologi. Ketiga bidang ideologi tersebut dapat menjelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologi pembaca.²⁹ Pada bidang penyimpangan wartawan menggambarkan dimana sesuatu disepakati secara umum dalam masyarakat sebagai sebuah tindakan yang dipandang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Jika ada suatu tindakan yang dianggap menyimpang disuatu daerah tetapi di daerah lain tidak dianggap menyimpang atau masih diperdebatkan maka tindakan tersebut masuk dalam kontroversi Sedangkan bidang konsensus menjelaskan bagaimana suatu realitas tertentu dipahami dan disepakati secara bersama dan dilihat sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat itu sendiri.

²⁹ Eriyanto (2002) Analisis Framing, Konstruksi Ideologi, dan Politik Media. UIIS Yogyakarta

Gambar.1
Peta Ideologi



Sumber : Eriyanto. *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik media*, Lkis, Yogyakarta. (2002, 127).

Bidang-bidang tersebut juga dapat menjelaskan bagaimana realitas dapat dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologis. Dalam wilayah penyimpangan, suatu peristiwa, gagasan atau perilaku tertentu dikucilkan dan dipandang menyimpang. Ini semacam nilai yang dipahami bersama bagaimana peristiwa secara umum dipahami secara sama antara anggota dalam suatu komunitas. Jika suatu peristiwa terjadi dalam suatu kelompok. Peristiwa itu tidak sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam kelompok dan dianggap buruk, maka peristiwa tersebut berada dalam wilayah menyimpang. Bidang ini menunjukkan bagaimana terjadinya kesepakatan umum, sehingga peristiwa, gagasan atau realitas dipahami dalam bingkai yang sama. Bingkai itu menyertakan nilai-nilai yang dipahami dan disepakati secara bersama oleh anggota komunitas. Berbeda dengan wilayah menyimpang, dalam bidang kontroversi ini realitas masih diperdebatkan atau dipandang kontroversial. Sedangkan dalam wilayah konsensus menunjukkan

bagaimana realitas tertentu disepakati dan dipahami secara bersama-sama sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai ideologi kelompok. Secara ideologis peta semacam ini dapat menjelaskan bagaimana perilaku yang sama bisa dijelaskan secara berbeda dalam suatu komunitas.

Pemberitaan Kompas dan Media Indonesia tentang kontroversi pembelian panser VAB Prancis tidak lepas dari ideologi kedua media tersebut. Konstruksi pesan yang mereka buat dan subjektivitasnya jelas untuk kepentingan media tersebut dan juga untuk kepentingan-kepentingan sosial politik media itu sendiri.

6. FRAMING

Penelitian untuk mengkaji bagaimana isi teks media yang ditampilkan kepada khalayak dalam studi ilmu komunikasi dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan metode analisis framing. Ide framing pertama kali dikemukakan oleh Baterson pada tahun 1955. *Frame* pada awalnya dimakanai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, dan yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.³⁰

Setiap media dalam melihat suatu realitas tertentu pastilah berbeda. Suatu peristiwa atau fakta dapat dikonstruksikan dengan menggunakan

³⁰ Sudharta Ayo, "Citra Dunia Kita: Analisis Berita Dan Gaya Berny" Pinter Publishing, Yogyakarta

pembingkaihan (frame) yang berbeda. Kita dapat menggunakan *framing* untuk melihat bagaimana suatu realitas dibentuk dan dikonstruksikan oleh media.

Secara terminologis ada beberapa pengertian tentang Analisis *Framing*:

“Robert N. Entman *framing* adalah proses seleksi dari aspek relitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menempatkan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi yang besar dari pada sisi yang lain. Menurut William A. Gamson berpendapat bahwa *framing* adalah 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 pesa-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. Sedangkan Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki berpendapat bahwa *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita”.³¹(Eriyanto, 2002: 67)

Beberapa definisi *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli tersebut memang terdapat perbedaan dalam hal penekanan dan pengertian, akan tetapi ada titik singgung utama dari definisi *framing* tersebut. *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 yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek

³¹ Eriyanto (2002) Analisis Framing: Konsep, Ideologi dan Politik Media. UIN Sunan Kalijaga

tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Menurut Eriyanto, ada dua aspek dalam *framing*. *Pertama* memilih realitas. Proses pemilihan fakta didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan : apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih sudut pandang tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lainnya.

Aspek yang *kedua* menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan dengan proposisi, dengan bantuan eksentiasi foto dan gambar, dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu : penempatan yang mencolok (menempatkan di *Headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simbolisasi dan pemakaian kata yang mencolok, sambungan dan sebagainya.

Elemen penonjolan fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat, atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibanding aspek lainnya. Semua aspek itu dibuat untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

F. METODELOGI PENELITIAN

1. Metode penelitian

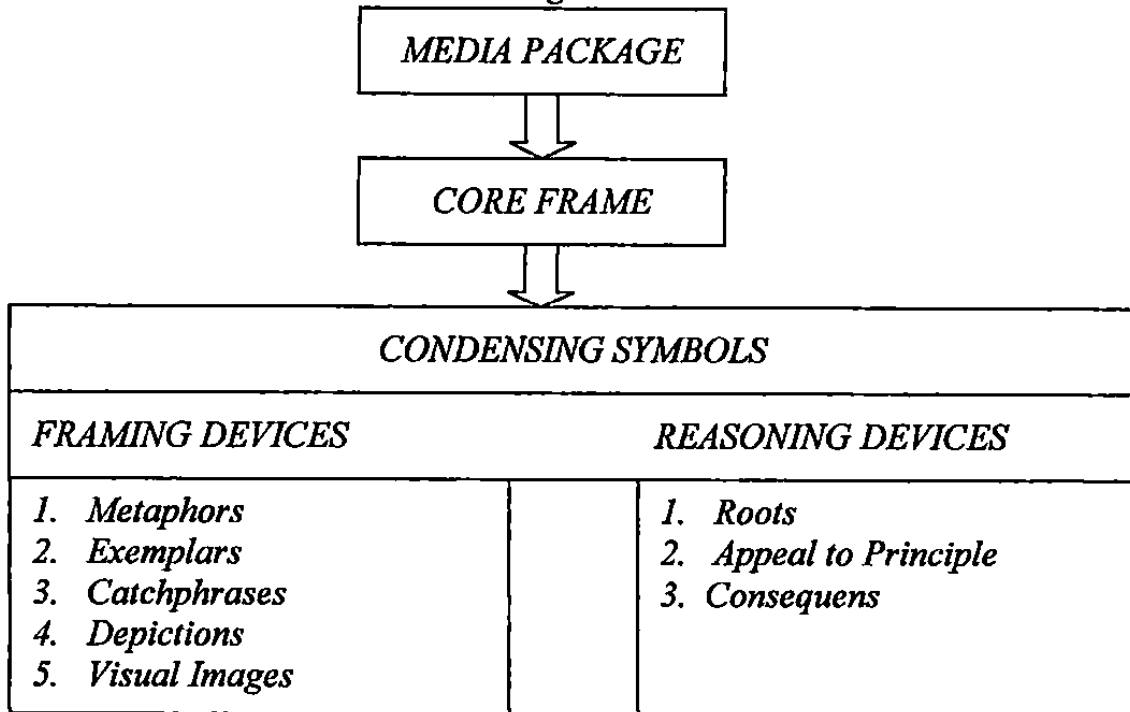
Berdasarkan latar belakang masalah, kerangka teori serta objek penelitian, maka dapat disimpulkan jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain.

Untuk membedah dan menganalisis masalah, peneliti menggunakan analisis *framing*. Analisis *Framing* adalah analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana realitas dikonstruksi dan dibentuk oleh media, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks terutama melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media, dalam hal ini bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikan kepada

khalayak pembaca, namun pada akhirnya peneliti tidak membandingkan sejauh mana antara konstruksi realitas dengan realitas sebenarnya, tetapi bagaimana konstruksi antar berbagai majalah dalam memaknai suatu realitas. Sedangkan model framing yang peneliti gunakan adalah model William A. Gamson.

Gamson adalah seorang ilmuwan yang paling konsisten dalam mengembangkan konsep framing. Gamson mendefinisikan *frame* sebagai organisasi gagasan sentral atau alur cerita yang mengarahkan makna peristiwa-peristiwa yang dihubungkan dengan suatu isu. *Frame* merupakan inti sebuah unit besar sebuah wacana publik yang disebut *package*. Gamson memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu. Di dalam *package* itu terdapat dua struktur, yaitu *core frame* dan *condensing symbols*. Struktur pertama merupakan pusat organisasi element- element ide yang membantu komunikator untuk menunjukan substansi isu yang tengah dibicarakan. Sedangkan struktur yang kedua mengandung dua substruktur yaitu *framing*

Tabel. I
Analisis Framing Model Gamson



Sumber: Alex Sobur. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. (2001), hal 177

Core frame (gagasan sentral) pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan makna suatu isu. Sedangkan *condensing simbol* adalah hasil pencermatan terhadap perangkat simbolik (*framing devices dan reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain. *Condensing simbol* memiliki makna konotatif makna yang dihubungkan dengan simbol ini terdiri orientasi-orientasi simbol itu sendiri dan bukan terbedan apapun

Struktur *framing devices* yang mengandung unsur *metaphors*, *exemplar*, *catchphrases*, *depiction* dan *visual images* menekankan aspek bagaimana melihat suatu isu. Sedangkan struktur *reasoning devices* menekankan aspek terhadap cara ‘melihat’ isu. *Resonig devices* terdiri dari *roots* yaitu analisis kausal dan *appeals to principle* yaitu klaim moral.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini akan dibatasi hanya pada berita-berita tentang kontroversi pembelian panser Prancis yang dimuat pada Kompas dan Media Indonesia, Bulan September 2006. Adapun alasan mengapa dipilihnya pada bulan tersebut, karena tanggal pada bulan itulah media banyak mengulas berita-berita yang berkaitan dengan pemberitaan kontroversi pembelian panser VAB Prancis, masih terbilang hangat dan menjadi perbincangan publik serta media massa . Adapun media massa yang dipilih peneliti untuk meneliti berita-berita kontroversi pembelian panser VAB Prancis.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia pada Bulan September 2006, karena tanggal- tanggal pada bulan itulah media banyak mengulas berita-berita yang berkaitan dengan pemberitaan kontroversi pembelian panser VAB Prancis

G. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :

a. Dokumentasi

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Hal ini yaitu berupa mengumpulkan berita *online* Kompas dan Media Indonesia edisi bulan September 2006 yang menyangkut pemberitaan seputar kontroversi pembelian panser VAB Prancis.

b. Studi Pustaka

Data sekunder, yaitu data yang digunakan untuk melengkapi data primer, berupa penelitian studi pustaka terhadap bahan-bahan yang berhubungan dengan analisis *framing*, serta pengumpulan bahan-bahan yang didapat dari referensi lain, seperti internet, jurnal, atau dokumentasi lain yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Pada skripsi ini, peneliti akan membagi kedalam empat bab, di mana bab I menjelaskan bagaimana kedua media *online* Kompas dan Media Indonesia dalam menulis berita yang berkaitan dengan kontroversi pembelian panser VAB Prancis dan berbagai hal yang berkaitan dengan kontroversi pembelianya yang mengundang tanda tanya. Dalam bab I ini, peneliti juga menguraikan kemenarikan dari berita kontroversi pembelian panser Prancis di Kompas dan Media Indonesia yang kemudian menarik peneliti untuk

menjadikannya objek penelitian. Berbagai teori yang akan digunakan dalam penelitian juga terdapat di bab I ini. Dalam bab I juga terdapat metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam menganalisis berita kontroversi pembelian panser Prancis untuk misi perdamaian TNI di Lebanon tersebut.

Pada bab II peneliti menuliskan profil media yang menjadi objek penelitian yaitu Kompas dan Media Indonesia. Sejarah berdirinya kedua media tersebut sampai perkembangannya juga berada di bab ini. Kemudian pada bab III menjelaskan analisis data yang bahannya diperoleh dari kedua media cetak tersebut berupa berita-berita yang berkaitan dengan kontroversi pembelian panser VAB Prancis mulai tanggal 09 sampai tanggal 25 september 2006. Pada analisis data ini, peneliti menggunakan analisis *framing* untuk mengetahui bagaimana media online 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, penelitian ini akan menjelaskan hasil yang diperoleh peneliti, kemudian pada sub bab saran, peneliti akan berusaha memberikan alternatif penelitian kepada media tersebut dan pembaca