

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yayasan Putri Indonesia merupakan yayasan yang mengirimkan Putri Indonesia ke ajang Miss Universe. Yayasan ini mulai mengirimkan Putri Indonesia sejak tahun 1992 dan diketuai oleh Wardiman Djojonegoro. Sejak tahun itu pula memegang lisensi Miss Universe, sehingga mempunyai hak untuk mengirimkan wakil Indonesia ke ajang Miss Universe dan juga dapat mengundang Miss Universe datang di pemilihan Putri Indonesia. Yayasan ini didukung oleh PT Mustika Ratu yang merupakan perusahaan kosmetik yang dimiliki oleh Moeryati Soedibyo. Selain memberikan dukungan penuh terhadap yayasan ini, Mustika Ratu memberikan berbagai fasilitas dan pendidikan khususnya pendidikan dalam bidang tata rias kepada setiap finalis Putri Indonesia sehingga nantinya dapat menjadi bekal pengetahuan untuk penilaian.

Putri Indonesia sendiri dipilih melalui suatu ajang kompetisi yang melibatkan remaja putri dan menjadi wakil dari setiap daerah di Indonesia. Pemenang nantinya dipilih melalui penjurian yang mempunyai beberapa kriteria penilaian. Penilaian tersebut mencakup B3, yaitu *Beauty*, *Brain* dan *Behaviour*. Untuk mendapatkan 3B tersebut maka finalis Putri Indonesia menjalankan karantina 10 hari, dan dalam masa karantina tersebut mereka akan menjalankan beberapa pelatihan dan serangkaian kegiatan di mana bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, sehingga nantinya dapat menghasilkan generasi muda

khususnya remaja putri ke pintu gerbang kemajuan dan kemandirian serta membentuk pribadi yang percaya diri dan mantap.

Finalis Putri Indonesia yang dipilih menjadi pemenang, akan menjabat sebagai Putri Indonesia selama satu tahun. Selama itu pula Putri Indonesia akan mengemban berbagai tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Salah satunya adalah menjadi wakil Indonesia atau duta bangsa pada kegiatan-kegiatan yang bertaraf Internasional dan ikut serta dalam memajukan komoditi-komoditi ekspor Indonesia, pariwisata dan budaya Indonesia. Ajang yang bertaraf Internasional ini nantinya dapat mengantarkan Putri Indonesia ke dalam Pemilihan Miss Universe.

Ajang Miss Universe sendiri adalah suatu pemilihan ratu sejagat, yang para finalisnya adalah para wanita yang mewakilkan negara-negara di dunia. Penilaiannya juga didasarkan pada 3B (*beauty, brain dan behaviour*) yang juga menjadi patokan penilaian pada ajang Putri Indonesia. Indonesia sendiri pernah beberapa kali mengundang Miss Universe datang di Indonesia dalam rangka menghadiri berbagai *event* atau acara. Ajang yang sudah digelar 53 kali itu, begitu dinanti-nantikan para wanita dari berbagai negara. Mereka saling berlomba untuk mendapatkan mahkota putri dunia tersebut. Acara yang setiap tahunnya menghasilkan seorang Miss Universe itu bisa berlangsung sukses dengan partisipasi berbagai negara untuk mengirimkan wakilnya masing-masing ke ajang tersebut.

Indonesia sendiri benar-benar mengikutsertakan wakilnya, baru pada tahun 2005 ini. Sebelumnya nama Indira Sudiro dan Alya Rohali yang merupakan pemenang Putri Indonesia pernah dikirimkan ke ajang tersebut namun gagal. Alya

Rohali merupakan wakil Indonesia pada tahun 1996 di Amerika Serikat. Namun karena masalah yang terjadi di Tanah Air, akhirnya Alya sendiri hanya menjadi peninjau di sana dan bukan menjadi salah seorang finalis. Berbeda kasusnya dengan artis Titi Dj yang pernah ikut serta dalam kontes serupa yang bernama Miss World pada tahun 1983 di London. Kala itu Titi tidak dikirimkan secara resmi oleh yayasan seperti halnya Alya Rohali. Sesampainya di London ia mendapat kabar bahwa terjadi masalah di Tanah Air sehubungan dengan keikutsertaannya di ajang Miss World tersebut. Ia dianggap ilegal dan melanggar norma susila, sehingga keikutsertaan Artika ke ajang pemilihan putri sejagat tahun 2005 ini merupakan pertamakalinya sejak dilarangnya di zaman rezim Orde Baru.¹

Artika Sari Devi menjadi wakil Indonesia ke ajang Miss Universe tahun 2005. Wanita asal Bangka Belitung ini menjadi pemenang Putri Indonesia tahun 2004, maka ia berhak mengikuti Miss Universe pada bulan Mei 2005. Artika yang menjadi mahasiswi S-2 di magister notariat UGM ini diberangkatkan oleh Yayasan Putri Indonesia untuk menjadi wakil dari Indonesia dalam Miss Universe 2005 di Bangkok Thailand. Artika resmi dikirimkan ke Bangkok pada tanggal 10 Mei dan saat itu pula resmi menjadi salah satu finalis dari 81 finalis yang ada.

Sesampainya di Bangkok para finalis Miss Universe wajib mengikuti karantina, yang diisi dengan berbagai kegiatan. Mulai dari parade bersama, makan malam, berkunjung ke tempat wisata juga berkunjung ke rumah sakit yang

busana-busana rancangan dari desainer Indonesia. Pada acara-acara resmi, Artika memakai kebaya, sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia luar. Walaupun tidak mendapatkan gelar Miss Universe namun Artika Sari Devi berhasil masuk ke dalam 15 besar.

Keberangkatan Artika ke Bangkok menuai banyak protes di Indonesia. Mereka memprotes keras keikutsertaan Artika dalam ajang tersebut. Hal yang paling gencar dibicarakan adalah penggunaan baju renang *two pieces* alias bikini. Padahal Artika adalah finalis yang memakai baju renang *onepieces* dan bukan berupa bikini. Mereka yang menolak menyebut dari sudut agama mengenakan *swimsuit* di depan publik dikategorikan sebagai sesuatu yang dilarang. Wanita harus tampil dengan menutup seluruh aurat, kecuali wajah dan telapak tangan. Dengan demikian, penolakan para tokoh agama terutama Islam tentu memiliki dasar yang kuat. Di lain pihak, mereka yang setuju menilai penggunaan baju renang bukan semata-mata sebagai satu penilaian. Kecantikan dan kecerdasan juga kepribadian dinilai oleh para juri dalam waktu tiga minggu. Selama di karantina, tingkah laku, keanggunan, kehalusan budi bahasa, menjadi sorotan para juri.² Hal ini menuai banyak protes dan demo yang dilakukan beberapa pihak dalam rangka menolak keikutsertaan wakil Indonesia dalam ajang tersebut.

Pihak-pihak yang menolak hal tersebut kebanyakan berangkat dari komunitas agama. Seperti kita ketahui mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam. Maka mereka mengatakan bahwa pemakaian baju renang

tersebut, melanggar norma-norma bangsa dan agama. Padahal ada beberapa negara Islam yang ikut serta dalam pemilihan Miss Universe itu. Sebagai contoh Negara Malaysia, Mesir juga mengirimkan wakilnya ke ajang tersebut.

Di lain sisi ada pula pihak-pihak yang menganggap keikutsertaan Artika adalah suatu yang wajar dan malah merupakan kebanggaan Bangsa Indonesia untuk mengikutsertakan wakilnya pada ajang tingkat dunia ini. Banyak yang mengatakan ajang ini juga merupakan promosi budaya dan pariwisata Indonesia kepada luar negeri, karena disana Artika dapat memperkenalkan dan menceritakan tentang budaya dan pariwisata Indonesia. Hal tersebut terbukti ketika dalam karantina tersebut para finalis mengikuti kompetisi baju nasional, dan Artika tampil dengan menggunakan baju adat Bali yang dimodifikasi. Selain itu dalam beberapa kesempatan Artika menyempatkan diri memakai kebaya yang merupakan pakaian nasional khas Indonesia.

Pengiriman wakil Indonesia ke ajang kontes Miss Universe dari dulu hingga sekarang selalu menuai kontroversi. Hal tersebut selalu menghadirkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia. Kontroversi yang terjadi juga selalu sama mengenai etika dan budaya yang tidak sesuai dengan budaya timur yang dianut oleh bangsa Indonesia. Pemakaian *swimsuit* atau bikini dalam salah satu sesi penilaian menjadi hal yang selalu ditentang oleh sebagian masyarakat. Banyak yang mengatakan hal tersebut melanggar norma dan tidak sesuai dengan kebudayaan bangsa Indonesia.

Pada dasarnya setiap peristiwa merupakan hal yang wajar mendapatkan pro dan kontra, seperti peristiwa pengiriman Miss Universe kali ini yang mengundang kontroversi. Media massa pun memandang peristiwa ini dari sudut pandang yang berbeda. Media yang dipilih dalam penelitian kali ini adalah Kompas dan Republika dalam bentuk pemberitaan pada *website* masing-masing media tersebut. Alasan peneliti dalam memilih kedua media tersebut ialah, Kompas dan Republika merupakan media nasional dan keduanya mempunyai perhatian besar terhadap masalah ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah berita yang ada dari *website* kedua media tersebut, meskipun terdapat persamaan namun ternyata kedua media tersebut memiliki fokus pemberitaan yang berbeda. Misalnya saja dalam Kompas edisi *online* tanggal 26 Mei 2005 mengangkat judul "Pengamat Jagokan Artika Jadi Miss Universe 2005" yang membahas bagaimana Artika dipuji beberapa kritikus dan pengamat kontes tersebut dan memasukkannya dalam 'Tujuh Keajaiban Dunia' yaitu istilah mereka bagi tujuh ratu favorit versi mereka. Selang 1 hari kemudian Republika dalam edisi *online* edisi 27 Mei 2005 mengangkat judul "Gabungan Majelis Taklim Jabodetabek Kecam Artika" yang membahas tentang Gabungan Majelis Taklim Jabodetabek mengecam sikap Artika yang mengikuti kontes tersebut.

Hal ini memperlihatkan bahwa dalam memberitakan masalah kontroversi pengiriman Arika Sari Devi ke ajang Miss Universe, Kompas dan Republika mempunyai perbedaan bingkai dalam melihat masalah ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini terdapat masalah yang dapat dirumuskan untuk diteliti, yaitu : Bagaimana Kompas dan Republika membingkai berita kontroversi keikutsertaan Artika Sari Devi dalam ajang Miss Universe 2005 ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Kompas dan Republika dalam membingkai kontroversi Artika Sari Devi

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian analisis *framing* ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan kajian serta memperkaya referensi yang meminati studi analisis *framing* yang merupakan perkembangan dari paradigma konstruksionis, yang melihat bagaimana media dan berita dilihat dan pada akhirnya dapat mengetahui ideologi masing-masing media dalam melakukan pemberitaannya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini di harapkan mampu untuk meningkatkan kesadaran para khalayak agar lebih mengetahui bagaimana media menyajikan dan mengemas berita sehingga dapat mempengaruhi

E. Kerangka Teori

E.1. Konstruksi Realitas Sosial

Konsep konstruksionisme pertama diperkenalkan oleh Peter R Berger dan Thomas Luckman dan kemudian dikenal dengan konstruksi sosial. Konstruksi sosial digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang di mana individu menciptakan terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif.³ Konstruksi sosial ini menunjukkan bahwa terjadi kesepakatan arti atau makna dalam masyarakat ketika memandang satu realitas. Kesepakatan ini oleh media digunakan lagi dalam membentuk suatu skema dibenak individu sehingga dapat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh suatu media. Dalam paradigma produksi dan pertukaran makna, hubungan antara konstruksi sosial dan konstruksi realitas menjadi bagian utama untuk mengetahui bagaimana keduanya memahami realitas yang menjadi pesan kepada khalayak. Peter L Berger dan Thomas Luckman juga menganalisis proses di mana orang menciptakan realitas kehidupan sehari-hari mereka menganggap proses tersebut sebagai konstruksi realitas simbolik.⁴ Mereka menganggap proses tersebut sebagai konstruksi realitas simbolik. Menurut mereka, dunia adalah produk manusia, ia adalah konstruksi manusia dan bukan sesuatu yang *given*. Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan

³ Bungin, Burhan (2001) *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Relaitas Sosial Iklan TV dalam Masyarakat Kapitalistik* Yogyakarta, Jendela, Hal 10.

⁴ Berger, Peter L dan Luckman, Thomas (1990) *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, Jakarta, LP3ES, hal.58

orang lain dalam sebuah pola yang *taken for* mempelajari makna dari *social order* yang me juga legitimasi normatif. Sosialisasi melibatk dan nilai-nilai. Didalam proses sosialisasi itu juga mengalami evaluasi.

Konstruksionis berpendapat bahwa k yang natural, namun hasil dari konstruksi da merupakan saluran bebas berita-berita yang i massa bukan merupakan suatu berita yang i semuanya merupakan hasil konstruksi. Atau merupakan sebuah fakta asli yang diam wartawan, juga bukan sebagai *mirror of reali* adanya. Dengan demikian , pemahaman ini m bahwa apapun yang ditampilkan media bukan bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia wartawan dengan fakta, sehingga ketika warta fakta di sini ia membawa sebuah pemikiran c fakta yang ada, kemudian terjadilah proses dial wartawan dengan fakta yang diobservasi at wartawan. Hal seperti itu dapat dilihat mengkonstruksi sebuah peristiwa hingga akhir berita.

⁵ Lukmantoro Triyono, "Perempuan Disubordinasi Politik" <http://www.kompas.com/>

Media sebagai sebuah institusi mencoba dalam menyajikan berita bersifat objektif. Namun tidak bisa dipungkiri sebuah media mempunyai kepentingan-kepentingan dan fungsi ideologis tersendiri dan semua itu menjadi faktor subyektifitas wartawan dalam menulis berita. Ini bisa terlihat dari bahasa, pilihan kata-kata pilihan gambar, foto dan juga pemilihan nara sumber. Media mempunyai andil besar dalam mendefinisikan realitas. Media biasanya tidak mencoba merefleksikan (sebagaimana cermin yang mampu memantulkan) realitas sosial “nyata” karena keterbatasan waktu, ruang, dan berbagai persoalan lain menyangkut kebijakan pihak media.⁶ Bagaimana wartawan membingkai realitas dengan faktor-faktor diatas akan mempengaruhi bagaimana fakta yang ditampilkan wartawan tersebut dapat dipahami dan dimaknai menjadi sebuah berita, sehingga pada akhirnya media akan memberikan pengaruh yang besar saat peristiwa dilihat oleh cara pandang media itu sendiri.

Media dan berita, jika dilihat dari paradigma konstruksionis adalah sebagai berikut :⁷

1. “Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi. Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subyektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan, tidak ada yang bersifat obyektif.
2. Media adalah agen konstruksi pesan. Media bukan hanya saluran pesan yang bebas, ia juga subyek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.
3. Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas, karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas.

⁶ Lukmantoro Triyono, “Perempuan Disubordinasi Politik Representasi Media”
<http://www.kompas.com/kompas-cetak> , 7 Agustus 2005

⁷ Eriyanto (2002) *Analisis Framing Kompas dan CNN*

4. Berita bersifat subyektif : opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subyektif.
5. Wartawan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subyektifitas pelaku sosial. Wartawan adalah agen konstruksi realitas.
6. Nilai etika, pilihan moral dan keterpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita.
7. Khalayak mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita”.

Melihat paradigma konstruksionis ini, bisa dipahami bahwa realitas media adalah realitas bentukan, hasil dari konstruksi. Dengan paradigma ini dapat memungkinkan kita melihat bagaimana sebuah realitas sosial, dikonstruksi menjadi realitas media. Karena pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja mass media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya.⁸ Dalam hal posisi wartawan kaum konstruksionis menganggap, posisi wartawan bukanlah sebagai pelapor tetapi sebagai agen proses konstruksi atas realitas sosial. Itu berarti, dalam proses jurnalisme wartawan tidak mungkin bisa menyembunyikan keberpihakan dan pilihan moralnya sebab ia merupakan bagian instrinsik dalam penulisan berita. Berita bukanlah produk individual yang otonom, melainkan juga bagian dari proses organisasi, dan interaksi di antara sesama wartawan lainnya. Buktinya, dalam banyak kasus terhadap topik yang akan diangkat dan siapa-siapa yang akan diwawancarai, disediakan oleh kebijakan redaksional tempat wartawan bekerja. Bukan semata-mata bagian dari pilihan profesional wartawan. Berbeda dari pandangan positivis yang melihat wartawan layaknya pelapor (*observer*). Sebagai

⁸ Sobur, Alex (2001) *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis*

pelapor, wartawan hanya bertugas mentransfer apa yang dia lihat dan yang dia rasakan di lapangan menjadi berita, karenanya wartawan harus berperan layaknya pemulung yang netral, yang mengambil fakta di lapangan sesuai apa adanya. Tentu saja paradigma konstruksionis ini bertentangan dengan paradigma positivis.

E.2. Komunikasi Sebagai Produksi Pesan dan Makna

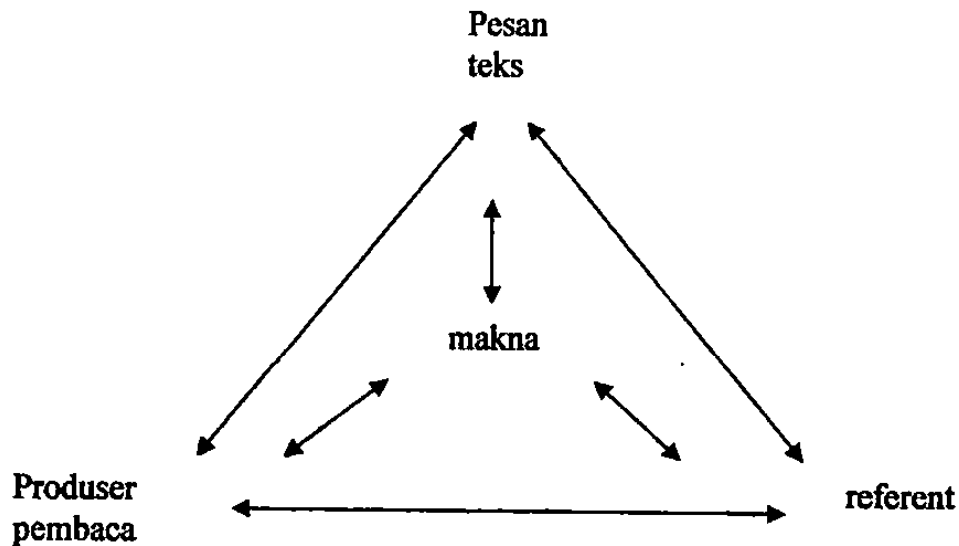
Menurut John Fiske dikatakan sebagai berikut :⁹

“Terdapat dua mahzab utama dalam studi komunikasi. Mahzab pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, yaitu bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan dan menerjemahkannya, dan bagaimana transmiter menggunakan saluran dan media komunikasi.... Mahzab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna...”

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

Fiske membuat sebuah siklus penyampaian pesan dalam paradigma konstruksionis sebagai berikut :

⁹ Fiske, John (1990) *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komperhensif*, Editor Indi Subandy Ibrahim, Yogyakarta, Jalasutra hal 8-9



Pesan dan makna¹⁰
Gambar 1

Pesan bukanlah sesuatu yang dikirim dari A ke B, melainkan sesuatu elemen dalam sebuah hubungan terstruktur yang elemen-elemen lainnya termasuk realitas eksternal dan produser/pembaca. Memproduksi dan membaca teks dipandang sebagai proses yang paralel, jika tidak identik, karena mereka menduduki tempat yang sama dalam hubungan terstruktur ini sebagai sebuah segitiga dengan anak panah yang menunjukkan interaksi yang konstan ; struktur tersebut tidaklah statis, melainkan sesuatu praktik yang dinamis. Pandangan produksi dan pertukaran makna ini, penyampaian pesan tidak hanya dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan begitu saja dari A ke B, namun pesan itu sudah dipengaruhi oleh realitas yang berada di luar pesan tersebut.

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. Pertama, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemahaman titik dan proses

bagaimana seseorang buat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah sesuatu proses aktif yang ditaksirkan seseorang dalam suatu pesan. Kedua, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan ini memeriksa bagaimana pesan dilihat dari sisi komunikator, kemudian ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan pada sisi penerima. Pesan dilihat bukan hanya menerima 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 pada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuannya sendiri.

Contoh konkretnya adalah ketika seseorang membaca sebuah teks, pada dasarnya aktivitas tersebut adalah sebuah proses penemuan makna ketika terjadi negosiasi antara pembaca dengan teks tersebut. Misalnya ketika seseorang membaca tentang pengiriman Artika Sari keajang Miss Universe, bisa diambil makna yang berbeda-beda oleh setiap individu. Namun perbedaan penafsiran makna tersebut tidak dilihat sebagai kegagalan dalam komunikasi, sebagaimana dalam paradigma positivis. Tetapi merupakan sebuah proses yang alamiah dalam suatu proses negosiasi. Makna itu pun dilihat bukan suatu yang inheren dalam setiap isi. Isi hanya merupakan struktur dan benda formal dari suatu pesan. Isi itu akan relevan bila mempunyai arti ketika ditafsirkan dan dimaknai. Maka setiap isi dari sebuah pesan melibatkan konstansi nilai-nilai,

dan penerima. Pengirim melakukan konstruksi pesan tertentu untuk disampaikan. Dan begitu pun penerima, ia akan mengkonstruksi apa yang disampaikan oleh pengirim tersebut dan bukan hanya menerima begitu saja pesan tersebut.

Sebagai contoh wartawan dalam menuliskan berita sebenarnya bukan hanya mengambil begitu saja fakta yang ada kemudian dituliskan kembali ke dalam sebuah berita. Namun wartawan dalam mengambil fakta yang ada di lapangan mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda dalam melihat suatu peristiwa, sehingga memungkinkan peristiwa yang sama berpotensi untuk dikonstruksi secara berbeda oleh berbagai media. Salah satu faktor terpenting media dalam mengkonstruksi sebuah pesan adalah bahasa. Bahasa menjadi penting karena dapat mengungkapkan apa yang kita ingin orang lain mengetahuinya. Bahasa mencakup dua pengertian besar yaitu bahasa verbal termasuk di dalamnya kata-kata atau lisan sedangkan bahasa non verbal yaitu berupa gerak tubuh, gambar-gambar, foto-foto, tulisan, grafik, dll. Pada penggunaannya sendiri bahasa tidak hanya mencerminkan satu makna saja justru dapat menciptakan makna itu sendiri. Makna merupakan esensi penting untuk memahami apa yang dibahasakan orang lain kepada kita. Ketika seseorang berbicara, maka orang lain akan berusaha mengetahui apa makna yang akan disampaikannya.

Bagaimana sebuah makna dapat dipahami tergantung dari cara pandang individu yang membawa nilai-nilai yang dikandungnya sehingga bahasa tidak akan luput dari subjektivitas individu yang memaknai bahasa tersebut. melalui penggunaan bahasa sebagai simbol yang utama pada wartawan maupun

menciptakan, memelihara, mengembangkan, dan bahkan meruntuhkan realitas. Wartawan yang akan meliput berita akan memilih peristiwa mana yang layak diberitakan dan mana yang tidak, juga menyeleksi isu-isu dan memberikan penonjolan pada titik-titik tertentu. Namun seperti yang telah dijelaskan di atas konstruksi realitas bukan hanya terjadi pada wartawan tetapi juga narasumber, editor dan khalayak yang akan membaca berita tersebut.

E.3. Berita Sebagai Realitas Sosial

Secara umum berita dapat didefinisikan sebagai rangkaian fakta-fakta yang diceritakan secara terperinci, dimuat di media massa dan dipublikasikan kepada khalayak. Dja'far H Assegaf mengartikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang kemudian dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa ; karena penting ; atau akibatnya ; karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, ketegangan.¹¹ Proses penulisan berita sendiri sesungguhnya ialah menemukan arti sebuah peristiwa atau ide. Wartawan sebagai penulis berita mempunyai pekerjaan antara lain mencarikan fakta, mencari hubungan antar fakta, merekonstruksi kejadian dan menjadikan informasinya berbeda dengan informasi pada pers dan media lain, dengan tujuan untuk menyajikan informasi yang cocok untuk pembaca.

Menurut Fishman ada dua kecenderungan studi bagaimana produksi berita dilihat. Pandangan pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita

¹¹ Djuanda, *Totok DRS (2002) Komunikasi Dan Masyarakat*, P. 111, P. 111, P. 111

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

(*selectivity of news*).¹² Pandangan ini melihat bahwa dalam produksi sebuah berita merupakan proses seleksi. Bagaimana wartawan memilih peristiwa yang penting dan tidak, yang bisa diberitakan dan mana yang tidak. Begitupun ketika berita sudah sampai pada tangan redaktur, akan dipilih mana yang ditambah dan dikurangi dan diseleksi sedemikian rupa. Pandangan ini mengandaikan seakan ada realitas riil yang ada di luar wartawan. Realitas riil itulah yang akan diseleksi sehingga dapat dibentuk dalam sebuah berita.

Pendekatan kedua adalah pendekatan pembentukan berita (*creation of news*). Pendekatan ini melihat bahwa peristiwa itu bukan diseleksi namun dibentuk. Wartawan sendirilah yang membentuk peristiwa mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Dengan kata lain peristiwa merupakan hasil kreasi dari wartawan. Titik utama difokuskan dalam rutinitas dan nilai-nilai kerja wartawan yang memproduksi berita tertentu. ketika wartawan bertemu seseorang dalam pekerjaannya, ia bukanlah perekam yang pasif yang mencatat apa yang terjadi dan apa yang dikatakan seseorang, namun wartawan merupakan pihak yang aktif. Ketika berinteraksi dengan dunia (realitas) dan dengan orang yang diwawancarai, dan sedikit banyak menentukan bagaimana bentuk dan isi berita yang dihasilkan. Dalam menghasilkan isi berita pun mutlak diperlukan penguasaan yang penuh terhadap permasalahannya melalui pertimbangan dari fakta-fakta yang dikumpulkannya, kemudian merekonstruksi peristiwa yang dilihat atau didengarnya itu.¹³ Melihat dari pendekatan di atas maka dapat disimpulkan bahwa sebuah institusi media bukan merupakan cermin yang dapat

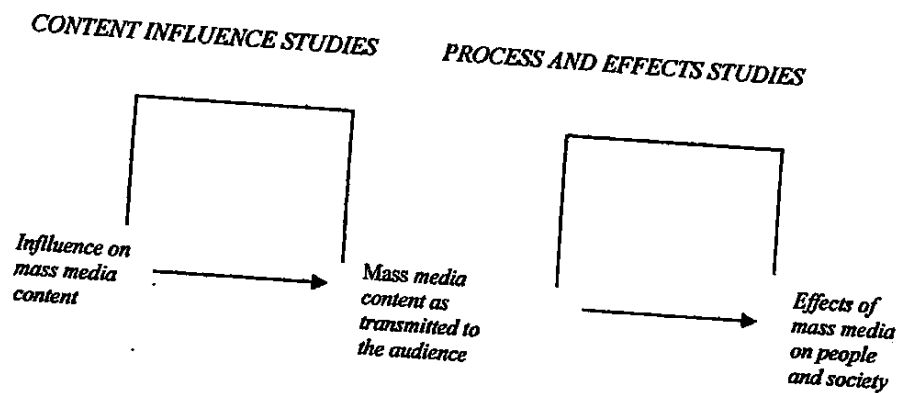
¹² Fishman. Mark, *Manufacturing News* dalam Eriyanto, *Opcit*, hal 100.

¹³ *Komunikasi, Jilid 1, Komunikasi Dan Masyarakat (2002)* oleh M. H. M. S. S. S.

memberikan fakta-fakta yang ada kemudian ditulis ulang untuk menjadi sebuah berita yang dibagikan kepada khalayaknya. Namun berita merupakan sebuah produk dari institusi sebuah media yang terjadi sebagai konstruksi atas realitas. Menurut Daniel Harnack, ia sudah mengetahui bahwa tampilnya surat kabar-surat kabar secara periodik telah menyebabkan timbulnya permintaan akan berita yang bebas dari kejadian yang sebenarnya, atau dengan perkataan lain ia telah melihat masalah pembentukan realitas oleh media massa.¹⁴

Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese dalam bukunya "*Mediating The Message*" banyak membahas tentang bagaimana pendefinisian realitas oleh media. Selama ini menurut mereka kebanyakan ilmuwan komunikasi dan juga buku-buku komunikasi meneliti dan membahas tentang proses dan efek komunikasi saja, tetapi amat jarang yang membahas tentang isi media yang dibentuk oleh para pekerja dalam sebuah institusi media.

Gambar 2
Domain Penelitian Komunikasi Massa¹⁵



¹⁴ *ibid*, hal 58

¹⁵ Shoemaker, Pamela J. Reese, Stephen D (1996) *Mediating the Message 2nd Edition*, New York, Longman Publishers USA, hal. 3

Pada gambar di atas dapat dilihat selama kebanyakan penelitian berada pada bagian kotak sebelah kanan, yaitu pada bagian proses dan efek komunikasi sebuah media massa. Sedangkan pada bagian kiri adalah bagaimana isi media itu dibentuk, namun hal ini jarang menjadi perhatian untuk diteliti. Maka dalam Shoemaker and Reese dalam bukunya *Mediating The Message* mencoba memaparkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi media dalam membuat suatu pemberitaan.

1. Faktor Individual

Pada bagian ini, yang dimaksud faktor individual sama saja dengan para pekerja media lengkap dengan latar belakangnya, termasuk jenis kelamin, pendidikan juga sikap dan bagaimana peran profesional dapat mempengaruhi isi dari media tersebut. Pendidikan seorang jurnalis dianggap berpengaruh penting dalam isi suatu berita. Karena seorang jurnalis yang mempunyai pendidikan yang baik akan berbeda sudut pandangannya dengan jurnalis yang berpendidikan 'biasa saja' dalam melihat fakta yang ada yang akan dituangkan ke dalam sebuah berita. Seperti bagian mana yang penting untuk diberitakan dan mana yang tidak. Pada dasarnya suatu hal penting media dalam membuat suatu produknya akan dipengaruhi oleh aspek-aspek personal dari wartawan dan pengelola media, sehingga faktor individual tersebut akan menentukan hal-hal yang akan dan tidak dimuat untuk dijadikan berita.

2. Rutinitas Media

Rutinas media ini berhubungan dengan bagaimana bentuk pola atau sistem kerja dalam sebuah media termasuk proses pembuatan sebuah berita agar mempunyai kriteria berita yang layak. Ada enam hal yang menjadi nilai dari sebuah berita yang biasanya diinginkan oleh *audience* :

a. *Prominence / Importance*

Yang dimaksud dengan *prominence* dalam hal ini yaitu berita yang dianggap penting dan biasanya berita ini meliputi keadaan atau peristiwa yang melibatkan orang banyak dan menimbulkan bencana.

b. *Human Interest*

Berita yang termasuk *human interest* yaitu berupa berita-berita yang biasanya menguras emosi *audience*. Contohnya adalah berita seputar selebriti dan gosip politik.

c. *Conflict / controversy*

Perdamaian dan kerukunan dalam kehidupan memang diinginkan oleh semua orang. Namun bila terjadi suatu konflik, khalayak pun ingin mengetahui berita tentang terjadinya suatu konflik itu. Karena kejadian yang mengandung suatu kontroversi biasanya menandakan adanya isu penting.

d. *The unusual*

Berita yang termasuk unusual adalah berita yang mengulas kejadian-kejadian yang tidak biasa atau tidak layak dan juga jarang terjadi

e. Timeliness

Suatu berita harus tepat pada waktunya. Yang berarti bahwa *audience* ingin mengetahui berita yang terjadi sekarang ini, dengan kata lain aktualitas dalam berita amat diperlukan.

f. Proximity

Berita mengenai peristiwa yang sifatnya dekat dengan kita lebih dicari oleh *audience* dibandingkan peristiwa yang terjadi jauh dari kita. Misalnya berita banjir di Jakarta lebih banyak dicari dibandingkan berita banjir yang terjadi Sao Paulo, Brazil. Semua proses seleksi berita merupakan hasil kerja keredaksionalan yang dianggap merupakan bentuk rutinitas media.

3. Organisasi Media

Organisasi media meliputi segala sesuatu di dalamnya termasuk para wartawan, editor dan orang-orang yang duduk dalam dewan direksi dan juga para pegawai lainnya. Mereka inilah yang dapat mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa dapat dijadikan suatu berita. Karena tidak bisa dipungkiri dalam proses produksi sebuah berita melewati sebuah struktur organisasi atau keredaksionalan yang di dalamnya semuanya saling berhubungan. Selain itu pengiklan dan pemodal merupakan aspek lain yang dapat mempengaruhi isi suatu berita. Aspek di atas merupakan faktor ekonomi yang selalu mempertimbangkan sebuah peristiwa dapat menaikkan angka penjualan atau oplah media.

4. Pihak-Pihak Eksternal

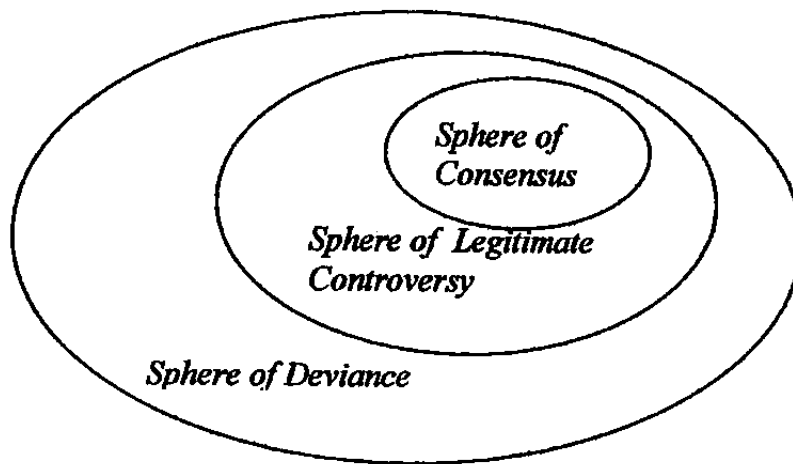
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sebuah isi media dan kesemuanya itu bukan hanya berdasarkan faktor-faktor internal dalam sebuah media, namun adanya pihak-pihak luar atau faktor eksternal dapat mempengaruhi isi pemberitaan sebuah media. Beberapa pihak eksternal yaitu :

- a. Sumber berita, sumber berita adalah pihak-pihak yang dimintai keterangan untuk sebuah berita. Sumber berita ini juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media, oleh sebab itu sumber berita dianggap pihak yang tidak netral.
- b. Sumber penghasil media. Dalam menjalankan sebuah media tentunya memerlukan beberapa pihak luar yang menjadi salah satu sumber penghasilan bagi media. Pihak-pihak itu antara lain adalah : pengiklan, penanam modal, para pelanggan dll.
- c. Pemerintah, karena pemerintah merupakan pihak yang dapat menjadi alat kontrol bagi media. Salah satu buktinya adalah menerbitkan UU pers.

5. Ideologi

Ideologi merupakan suatu kerangka berpikir yang dipakai oleh individu dalam melihat dan menilai realitas. Ideologi ini bersifat abstrak, yang berhubungan dengan konsepsi individu dalam menafsirkan suatu realitas. Fungsi dari media dalam mendefinisikan realitas adalah ideologi sebagai mekanisme intergrasi sosial.

Danielle Hallin membuat suatu gambaran untuk menjelaskan bagaimana berita ditempatkan dalam peta ideologi. Ia membagi tiga bidang ideologi dalam jurnalistik mengenai berita. Pertama adalah bidang penyimpangan (*sphere of deviance*), kedua adalah bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*), dan ketiga adalah bidang konsensus (*sphere of consensus*).



Bidang Ideologi dalam Jurnalistik¹⁶
Gambar 3

Ketiga bidang ideologi tersebut dapat menjelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologi pembaca :

a. Bidang Penyimpangan (*sphere of deviance*)

Dalam wilayah ini, suatu peristiwa, gagasan atau perilaku tertentu dikucilkan dan dipandang menyimpang. Ini semacam nilai yang dipahami bersama bagaimana peristiwa secara umum dipahami.

b. Bidang Kontroversi (*sphere of legitimate controversy*)

Dalam wilayah kontroversi ini realitas masih diperdebatkan atau dipandang kontroversial. Ia tidak serta merta dipandang sebagai perbuatan yang menyimpang, tetapi diperdebatkan.

c. Bidang Konsensus (*shere of consensus*)

Wilayah konsensus ini menunjukkan bagaimana realitas tertentu dipahami dan disepakati secara bersama-sama sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai ideologi kelompok.

E.4. Ideologi Patriaki dalam Media Massa

Ada sejumlah definisi ideologi. Penulis yang berbeda menggunakan istilah ini secara berbeda pula, dan tidak gampang untuk memastikan penggunaannya pada setiap konteks. Raymond Williams (1977) menemukan penggunaan utama :¹⁷

1. Suatu sistem keyakinan yang menandai kelompok atau kelas tertentu.
2. Suatu sistem keyakinan ilusioner-gagasan palsu atau kesadaran palsu- yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah.
3. Proses umum produksi makna dan gagasan

Beberapa kalangan mendefinisikan ideologi sebagai sebuah doktrin yang ingin mengubah dunia. Ada juga yang mengualifikasikannya sebagai suatu yang hipotetis, tak terkatakan dan tidak realistis.

¹⁷ Fiske, John, *Opcit*, hal.228

Sedangkan patriaki secara harfiah dilihat sebagai sistem yang menempatkan ayah sebagai penguasa keluarga. Istilah ini kemudian digunakan untuk menjelaskan suatu masyarakat di mana kaum laki-laki berkuasa atas kaum perempuan dan anak-anak. Sistem ini bekerja atas dasar cara pandang laki-laki.¹⁸ Di dalam suatu budaya patriaki, perempuan dilihat sebagai pihak yang inferior sedangkan laki-laki sebagai pihak yang superior. Dengan kata lain perempuan sebagai pihak yang dinomor duakan. Perempuan dilihat sebagai objek dan tubuhnya sebagai suatu unsur kodrati yang menentukan hidup perempuan sebagai jenis kelamin kedua.

Perempuan diidentikkan dengan tubuhnya dan dengan itu budaya patriaki dapat melumpuhkan kesadaran dan kemampuan kritis perempuan untuk mengambil jarak dengan tubuhnya sehingga ia hanya bisa melakukan pekerjaan yang dilekatkan padanya karena tubuhnya. Seperti yang dikatakan Gabriel Marcel :

“Kita hanya dapat mengekspresikan diri kita jika kita memiliki diri kita, dan didalam budaya patriakat, perempuan tidak memiliki apapun selain tubuhnya, karena rahimnya, ia dihargai. Karena kemolekan tubuhnya, ia disukai. Karena senyum dan wajahnya yang menyegarkan, dia dipekerjakan. Itulah kebenaran yang dipelajari perempuan dalam realitas tubuhnya”¹⁹

Melekat dalam sistem ini adalah ideologi yang menyatakan bahwa laki-laki lebih tinggi daripada perempuan, bahwa perempuan harus dikontrol oleh laki-laki dan bahwa perempuan adalah bagian dari milik laki-laki.²⁰ Budaya patriaki ini berusaha untuk selalu mengontrol perempuan, mengesampingkannya

¹⁸ Bhasin, Kamla (1996) *Menggugat Patriaki, Pengantar tentang Persoalan Dominasi Terhadap Kaum Perempuan*, Yogyakarta, Yayasan Bentang Budaya, hal.vi

¹⁹ lie, Shirley (2005) *Pembebasan Tubuh Perempuan, Gugatan Etis Simone de Beauvoir terhadap Budaya Patriakat*, Penerbit Kodiva Suci, Jakarta, 11-12

dari posisi-posisi penting dalam masyarakat. Mereka membangun, menstratifikasi dan menginstitutionalkan kontrol mereka untuk membentuk landasan patriaki yang kuat.

Patriaki sebagai sebuah ideologi yang diterapkan dalam masyarakat dan menyangkut antara hubungan laki-laki dan perempuan telah masuk kedalam beberapa institusi, salah satunya adalah media massa. Seperti yang dijelaskan Althusser bahwa institusi media massa termasuk salah satu 'aparat ideologi negara' yang merupakan kepanjangan tangan dari negara dan kelas penguasa yang dalam konteks ini adalah penguasa berideologi patriaki.²¹ Melalui media pula, para pemilik kapital yang tak lain adalah laki-laki berupaya sekuat tenaga untuk meyakinkan golongan-golongan lain bahwa kertertindasan dan keterbatasan kehidupan golongan-golongan tersebut merupakan bagian integral dan sebagai kondisi yang terberi. Media sebagai ruang publik berusaha dikuasai oleh kaum patriakis, mengingat fungsi media massa yang dapat membangun pemahaman masyarakat melalui bahasa representasi yang disesuaikan dengan karakter teknologi dan industrialnya. Di sinilah ideologi patriaki disuntikkan oleh para kapitalis dan penguasa sehingga menghasilkan sistem bahasa dan representasi yang muncul dalam bentuk hasil reproduksi ide-ide dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat, hal ini membuat semakin kuatnya *satus quo* yang berlaku dalam masyarakat.

Penggunaan 'tubuh' dan 'representasi tubuh' (*body sign*) sebagai komoditi (komodifikasi) didalam media masyarakat kapitalis, telah mengangkat berbagai

persoalan yang tidak saja mengangkat 'relasi ekonomi' (peran ekonomi perempuan) akan tetapi lebih jauh 'relasi ideologi' , yaitu bagaimana penggunaan tubuh dan citra tersebut menandakan sebuah relasi sosial , khususnya relasi gender yang dikonstruksi berdasarkan sistem ideologi tertentu.

Tampilan perempuan yang hanya sebagai 'objek' melahirkan citra negatif terhadap perempuan. Persepsi masyarakat terhadap perempuan sebagai hasil konstruksi citra seperti ini akan melihat perempuan hanya sebagai objek seksual. Salah satu bentuk konkret laki-laki dalam menampilkan perempuan sebagai objek seksual dan sesuai dengan keinginan laki-laki adalah dengan menyertai segala macam konotasi yang sarat akan mitos-mitos tentang apa itu laki-laki dan apa itu perempuan dalam tampilan perempuan di media massa.

E.5. Analisis Framing : Bagaimana Media Mengemas dan Menyajikan Berita

Penelitian ini memakai paradigma konstruksionis, yaitu melihat bagaimana realitas sosial itu dikonstruksi, bagaimana media melihat suatu realitas. Untuk menunjang paradigma tersebut teori yang relevan dipakai pada penelitian ini adalah teori *framing*. Penelitian ini akan melihat bagaimana media sebagai komunikator merekonstruksi tentang suatu peristiwa, dalam hal ini dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa keikutsertaan Artika Sari dalam ajang Miss Universe 2005, bagaimana media mekonstruksikannya dan bagaimana pula media memberikan pemaknaan tentang realitas sosial melalui berita-beritanya.

Pada dasarnya *framing* merupakan suatu cara pendekatan untuk

isu dan menuliskannya kedalam berita. Penyeleksian isu tersebut disajikan dengan cara menonjolkan suatu aspek tertentu, dan menutupi aspek-aspek lain, sehingga fakta mana yang harus diambil dan tidak, juga ke mana arah berita tersebut diarahkan merupakan konsep *framing*.

Beberapa ahli mendefinisikan *framing* secara berbeda, namun tetap saja mempunyai satu tujuan atau dasar yang sama yaitu melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media.²²

1. Robert N. Entman

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

2. William A. Gamson

Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

3. Todd Gitlin

Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

4. David E. Snow and Robert Benford

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

5. Amy Binder

Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi dan melabeli peristiwa

kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dimengerti dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

6. Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki

Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Frame media pada dasarnya tidak berbeda jauh dalam pengertian sehari-hari yang seringkali kita lakukan. Setiap hari jurnalis berhadapan dengan beragam peristiwa dengan berbagai pandangan dan kompleksitasnya. Lewat *frame*, jurnalis mengemas peristiwa yang kompleks itu menjadi peristiwa yang dapat dipahami, dengan perspektif tertentu dan lebih menarik perhatian khalayak. Wartawan atau jurnalis di sini merupakan suatu kelompok pekerja dalam sebuah media. Karena *framing* juga berhubungan dengan proses editing yang melibatkan semua pekerja dalam keredaksian. Reporter dapat memilih siapa yang akan diwawancarai, pertanyaan apa yang akan ditanyakan. Redaktur juga menentukan apakah berita tersebut dimuat atau tidak, perlu tidaknya menambahkan foto, karikatur atau gambar yang dapat menunjang *frame* dari suatu berita.

Ada dua aspek dalam konsep *framing*. Pertama adalah memilih fakta atau realitas. Dalam memilih fakta ada dua kemungkinan : apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Peristiwa dilihat dari sisi tertentu sehingga pemahaman atau konstruksi atas sebuah peristiwa dapat berubah antara satu media dengan media lain. Kedua, adalah menuliskan fakta. Ini berhubungan dengan pemilihan fakta-fakta yang nantinya akan dibagikan lagi kepada khalayak. Dalam penulisan fakta ini dilakukan pula penonjolan realitas melalui pemakaian kata, kalimat, foto, grafik dan lain sebagainya. Penonjolan itu disajikan agar konstruksi dari berita dapat lebih kompleks dan dimengerti.

Secara umum konsep framing dapat dilihat dalam dua tradisi, yaitu :

1. Dimensi Psikologis

Framing adalah upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi lebih bermakna, lebih mencolok dan diperhatikan oleh publik. Secara psikologis, orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia kompleks itu bukan hanya agar lebih sederhana dan dapat dipahami. Daniel Kahneman dan Amos Tversky membuat serangkaian penelitian lewat studi eksperimental, bagaimana pesan dibingkai atau dibungkus dengan cara berbeda akan dimaknai dan dipahami secara berbeda pula oleh khalayak. Di sini, pemahaman dan pemaknaan khalayak tidak tergantung pada bagaimana realitas itu disajikan namun bagaimana pesan dibingkai dengan kemasan tertentu yang menyebabkan pemahaman tertentu dalam benak khalayak.

2. Dimensi Sosiologis

Pada level ini, *frame* dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pemuat berita membentuk berita secara bersama-sama. Ini menempatkan media sebagai organisasi dari ruang berita yang kompleks yang menyertakan di dalamnya praktik profesional. Berita adalah produk dari institusi sosial dan melekat dalam hubungannya dengan institusi lainnya. Berita juga merupakan produk dari profesionalisme yang menentukan bagaimana peristiwa setiap hari dibentuk dan dikonstruksi. Menurut Erving Goffman, *frame* mengklasifikasi, mengorganisasi, dan mempresentasikan suatu situasi

pengalaman hidup kita supaya kita bisa memahaminya. Menurut Goffman, sebuah *frame* adalah sebuah skema interpretasi di mana gambaran dunia yang dimasuki seseorang diorganisasikan sehingga pengalaman tersebut mempunyai arti dan makna.²³

F. METODE PENELITIAN

F.1. Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah surat kabar Kompas dan Republika edisi online bulan Mei – Juni 2005. Alasan dipilihnya edisi bulan Mei – Juni karena dalam kurun waktu itu media massa di Indonesia sedang hangat memberitakan tentang kontroversi pengiriman Artika Sari ke ajang Miss Universe yang diadakan pada bulan Mei 2005.

Sedangkan alasan dipilihnya surat kabar Kompas dan Republika edisi *online* dengan alasan kedua media ini memiliki perbedaan dalam menyikapi kontroversi pengiriman ini.

F.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan adalah studi pustaka yaitu mengolah data yang diperoleh dari literatur : buku, majalah, jurnal,

b. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen dan yang ada dan juga catatan-catatan yang dimiliki oleh unit analisis, sehingga dapat dimanfaatkan guna memperoleh data serta melengkapi data. Untuk hal ini, peneliti mempelajari dokumen-dokumen dan catatan di surat kabar *online* harian Kompas dan Republika pada bulan Mei sampai Juni 2005.

F.3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis *framing* yaitu, analisis yang mencoba menangkap bentuk pemberitaan dan bagaimana memperlihatkan suatu orientasi sebuah media dengan cara tertentu memperlakukan fakta. Melihat sumber data yang dimiliki penulis maka pada penelitian kali ini akan digunakan model Robert N. Entman yang melihat *framing* sebagai proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Entman menawarkan perangkat-perangkat *framing*. Yang pertama, ia melihat ada dua hal penting dalam *framing*. Yaitu seleksi isu dan penekanan/penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Seleksi isu berhubungan dengan pemilihan fakta, ada bagian berita yang dimasukkan (*included*) tetapi ada juga bagian berita yang dikeluarkan (*excluded*) tidak semua aspek ditampilkan. Sedangkan penonjolan aspek tertentu dari isu berhubungan dengan penulisan fakta yang berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu yang ditampilkan kepada khalayak. Perangkat *framing* kedua yaitu, elemen-elemen *framing* yang terdiri dari empat elemen

yaitu : *Define problems/problem identification, diagnose causes/causal interpretation, make moral judgement/moral evaluation, dan treatment recommendation.*

Tabel I : Model Framing Robert N.Entman

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

Sumber: Entman, (2000), hal. 7

1. *Define Problem (Problem Identification)*

Elemen ini merupakan elemen yang pertama kali kita lihat mengenai framing. Elemen ini merupakan *master frame* (bingkai) yang paling utama. Elemen ini menekankan bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh wartawan, suatu peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda.

2. *Diagnose Causes (Causal Interpretation)*

Elemen ini digunakan untuk melihat siapa/apa yang menjadi penyebab atau sumber masalah. Pemahaman terhadap suatu peristiwa akan menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu masalah yang dipahami secara berbeda, maka secara tidak langsung penyebab dari masalah juga dipahami secara berbeda.

3. *Make Moral Judgement (Moral Evaluation)*

Elemen ini digunakan untuk membenarkan /memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat sebelumnya. *Define problems* dan *diagnose causes* yang sudah dibuat, maka memerlukan argumentasi untuk mendukung hal tersebut. Argumentasi yang digunakan adalah argumentasi yang familiar bagi khalayak. Pilihan moral tertentu yang dilekatkan pada *define problems dan diagnose causes* akan menimbulkan makna tertentu. Moral apa yang ingin

pemilihan moral yang digunakan.
wartawan terhadap suatu realitas.

4. Treatment Recommendation

Ini merupakan elemen terakhir yang
diinginkan oleh wartawan. Apa
menyelesaikan masalah/realitas.
sangat bergantung pada pendefin
yang sudah dibuat sebelumnya.

Dengan menganalisis berita-berita sek
dalam ajang Miss Universe menggunakan sk
akan diketahui bagaimana media massa khus
online menyusun peristiwa kedalam bentuk
perangkat-perangkat framing tersebut untu
bahwa berita yang dibacanya adalah benar.

F.4. Sistematika Penulisan

Pada skripsi ini, peneliti akan membe
memuat tentang latar belakang masalah, r
manfaat penelitian, kerangka teori dan r
menuliskan profil media yang menjadi obyek
dan Republika. Disini akan dijelaskan
perkembangan dua media tersebut sampai sa

Bab III akan membahas tentang temuan data dan analisis terhadap berita-berita yang memuat masalah kontroversi keikutsertaan Artika dalam Miss Universe. Metode yang digunakan dalam bab ini adalah analisis *framing*, yaitu metode yang digunakan untuk melihat bagaimana media massa mengemas realitas yang berkembang dalam masyarakat. Model yang digunakan adalah Robert N. Entman

Skripsi ini diakhiri pada bab IV yang terangkum dalam kesimpulan dan saran. Di dalam sub bab kesimpulan menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan. Sehingga dapat menggambarkan bagaimana sesungguhnya Kompas dan Republika mengemas permasalahan seputar kontroversi pengiriman Artika Sari Ke ajang Miss Universe. Sedangkan dalam sub bab saran, peneliti akan berusaha memberikan saran tentang permasalahan seputar penelitian.