

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menjelang jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) periode 2010-2014, pemerintahan SBY melakukan kebijakan menaikkan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada tanggal 21 Juni 2013. Hal ini dikarenakan Pembelanjaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) banyak tersedot untuk subsidi BBM. Menurut SBY, pembiaran terhadap membengkaknya subsidi BBM akan mengakibatkan ekonomi Indonesia akan memburuk dan ia tidak ingin membebani presiden berikutnya jika tidak menaikkan harga BBM (Koran Tempo edisi Kamis, 13 Juni 2013).

Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), Jero Wacik, Subsidi BBM di APBN sudah sangat tinggi sekali, hampir 300 triliun, hal ini tidak bisa dibiarkan begitu saja, karena akan menghabiskan APBN. Survei yang telah dilakukan Universitas Indonesia (UI) dan Universitas Gadjah Mada (UGM), juga menyatakan subsidi BBM 77% dinikmati orang yang mampu sehingga subsidi salah sasaran (<http://www.esdm.go.id/berita/migas/40-migas/6271-menteri-esdm-kepastian-harga-bbm-sedang-dimatangkan.html>, diakses tanggal 26 Juni 2013).

Namun dengan adanya kenaikan harga BBM bersubsidi berdampak pada berbagai sektor industri seperti kenaikan harga kebutuhan pokok, tarif transportasi, dan juga melonjaknya angka inflasi. Masyarakat menengah ke bawah terkena dampak yang signifikan dengan adanya kenaikan BBM. Maka dari

itu pemerintah telah menyiapkan program Bantuan Langsung Sementara Masyarakat (BLSM) bagi masyarakat miskin sebagai kompensasi dari rencana kenaikan harga BBM bersubsidi. Salah satu program adalah menambah jatah beras miskin (raskin) dari sebelumnya 12 bulan menjadi 16 bulan, bantuan siswa miskin (BSM), dan program keluarga harapan (PKH). Program BLSM sendiri bertujuan agar masyarakat miskin dapat menyesuaikan diri dengan kenaikan harga BBM bersubsidi.

Kenaikan BBM yang dilaksanakan pemerintah pada bulan Juni ini tidak berjalan mulus, kebijakan menaikkan harga BBM menuai banyak penolakan. Berdasarkan hasil survei yang dirilis Lembaga Survei Nasional (LSN), 86,1 persen masyarakat yang mayoritas berasal dari kelas ekonomi rendah menyatakan menolak kenaikan harga BBM. Lembaga Survei Nasional (LSN) juga mencatat 47,2 persen masyarakat menolak Bantuan Langsung Sementara Masyarakat (BLSM). Menurut ketua peneliti utama Lembaga Survei Nasional (LSN), Gema Nusantara, Bantuan Langsung Sementara Masyarakat (BLSM) dinilai sebagai instrument paling efektif untuk mendongkrak elektabilitas setelah terpuruk oleh sejumlah kasus korupsi (Koran Tempo edisi Senin 3 Juni 2013).

Penolakan juga dilakukan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang merupakan partai koalisi. PKS menolak kenaikan harga BBM karena kebijakan pemerintah tidak memiliki dasar yang kuat untuk menaikkan harga BBM. Menurut Jazuli Juwaini Ketua Dewan Pimpinan Pusat Partai Keadilan Sejahtera, alasan pemerintah menaikkan harga BBM bahwa subsidiya sudah memberatkan APBN juga tidak relevan apalagi menaikkan harga BBM menjelang ramadhan

dan lebaran, hal ini akan membebani masyarakat, karena pemerintah hingga kini belum bisa *menggenjot* pendapatan negara melalui pajak dan optimalisasi belanja negara. Begitu pula kebijakan energi yang dinilai belum berpihak kepada masyarakat. Skema kompensasi untuk masyarakat miskin yang disiapkan pemerintah melalui program BLSM juga dinilai tidak efektif. Jazuli Juwaini khawatir program ini justru tidak mampu membantu masyarakat akibat naiknya harga-harga barang sebagai imbas kenaikan harga BBM. Program BLSM pun dinilai PKS rentan digunakan pemerintah untuk meningkatkan popularitas menjelang Pemilu 2014.

Sikap PKS dalam menolak kenaikan harga BBM juga dilakukan diberbagai daerah dengan memasang spanduk penolakan kenaikan harga BBM. Dalam beberapa rapat yang membahas kenaikan harga BBM oleh sekretariat gabungan pendukung pemerintah, fraksi Partai Keadilan Sejahtera tidak hadir dalam rapat tersebut .

Meskipun PKS menolak kebijakan kenaikan harga BBM, namun kader partai tersebut yang menduduki jabatan menteri seperti Tifatul Sembiring (Menteri Komunikasi dan Informatika) dan Salim Segaf Al-Jufri (Menteri Sosial), turut membantu pemerintah dalam kebijakan kenaikan harga BBM. Tifatul Sembiring sebagai Menteri Komunikasi dan Informatika turut serta ke dalam tim sosialisasi kebijakan kenaikan BBM serta Salim Segaf Al-Jufri sebagai Menteri Sosial bertugas mengurus pembagian dana kompensasi Bantuan Langsung Sementara Masyarakat (BLSM).

Ketua DPP Partai Demokrat PKS Didi Irawadi Syamsudin meminta PKS tidak berdiri di dua kaki, sebagai anggota koalisi Partai Politik Pendukung Pemerintah, PKS seharusnya mendukung kebijakan pemerintah. Hal berbeda justru dilakukan PKS yang gigih menolak kebijakan kenaikan harga BBM namun di sisi lain kadernya di kabinet ikut menyukseskan kebijakan kenaikan harga BBM (Harian Kompas edisi Jumat 7 Juni 2013)

PKS yang merupakan partai anggota koalisi pendukung pemerintah pun mendapat kecaman dari partai anggota koalisi lainnya seperti Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Demokrat, dan Partai Golkar karena penolakan terhadap kebijakan kenaikan harga BBM oleh pemerintah. PKS sebagai partai koalisi dianggap tidak mematuhi kontrak politik sebagai partai anggota koalisi pendukung pemerintah. Menurut berbagai kalangan di partai anggota koalisi pemerintah, PKS seharusnya sejalan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah yang merupakan kontrak politik sebagai partai koalisi.

Banyak kalangan dari anggota partai koalisi yang mendesak Presiden Susilo Bambang Yudhoyono agar PKS dikeluarkan dari partai koalisi. PKS dinilai tidak lagi sejalan dengan kebijakan pemerintah, karena sesuai dengan yang tertuang dalam kesepakatan kontrak koalisi, kewajiban anggota koalisi adalah mendukung dan mengimplementasikan keputusan-keputusan presiden menyangkut kebijakan dan posisi politik yang penting. Dalam kontrak politik juga tertulis bahwa presiden berhak mengganti personel, mengubah portofolio dan mengurangi atau menambah jumlah menteri partai politik dalam kabinet.

Perlawanan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) terhadap koalisi bukan kali ini saja terjadi. Sebelumnya, dalam kasus Bank Century, pembentukan pansus angket mafia pajak PKS juga tidak sejalan dengan partai koalisi.

Berkaitan dengan hal tersebut sangat menarik ketika melihat berita yang ditulis dalam Harian Kompas dan Koran Tempo pada bulan Juni 2013. Hal ini karena dari berbagai ulasan Harian Kompas dan Koran Tempo tentang sikap penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak oleh pemerintah, dikaitkan dengan isu akan dikeluarkannya PKS dari Koalisi. Isu akan dikeluarkannya PKS karena sikap PKS yang sering bersebrangan dengan koalisi, seperti kasus *bail out* Bank Century, hak angket mafia pajak, kenaikan harga bahan bakar minyak tahun 2012 dan terakhir kenaikan bahan bakar minyak tahun 2013.

Melihat maraknya pemberitaan penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan harga BBM di Harian Kompas dan Koran Tempo memberikan gagasan yang melatarbelakangi penelitian ini. Sekilas, kalau kita perhatikan Harian Kompas dan Koran Tempo objek pemberitaan kedua media cetak tersebut sama, namun ada salah satu konstruksi pemberitaan yang berbeda. Salah satu hal yang membedakan adalah pemberitaan penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan harga BBM yang dimuat pada tanggal 5 Juni 2013 di Koran Tempo yang menempatkan berita tersebut sebagai sebuah *headline* dengan judul "*Ribut BBM & Bantuan Langsung Koalisi Sesalkan Manuver PKS*". Dalam kasus penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan harga BBM, Koran Tempo mengkonstruksi bahwa PKS sebagai partai yang tergabung dalam koalisi harus sejalan dengan



Gambar 1.2 Pemberitaan di Harian Kompas tanggal 5 Juni 2013

Perbedaan lain yang terlihat pada Harian Kompas dan Koran Tempo adalah dari jumlah berita yang ditampilkan kedua media tersebut. Pada Harian Kompas berita tentang penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan harga BBM berjumlah 17 berita dan pada Koran Tempo jumlah berita lebih banyak, yaitu 21 berita. Koran Tempo juga menempatkan berita penolakan PKS terhadap kebijakan kenaikan BBM sebagai *headline* selama tiga hari, namun di Harian Kompas tidak ada berita yang ditempatkan sebagai *headline*.

Di sisi lain, Alasan peneliti memilih Harian Kompas dan Koran Tempo karena kedua media cetak tersebut sangat terkenal dengan independensi media yang tetap terjaga. Namun kedua media tersebut memiliki perbedaan, Harian Kompas terkenal dengan Jurnalisme Kepiting.

Menurut Jakob Oetama dalam (Keller, 2009:46) mau tidak mau Harian Kompas melakukan semacam sensor dalam pemberitaannya, sehingga Harian Kompas sering diejek sebagai Jurnalisme Kepiting.

Harian Kompas selalu berhati-hati ibarat orang yang sedang berjalan di dasar sungai dan kakinya meraba-raba apakah ada bahaya di depan. Jika ada kepiting dirasakannya menggigit kakinya, maka cepat-cepat mundur selangkah, jika kepiting sudah tidak ada lagi barulah ia maju ke depan. Harian Kompas juga memiliki strategi dalam mengupas sebuah masalah sensitif yaitu model jalan tengah, menggugat secara tidak langsung, mengkritik tapi disampaikan dengan santun, terkesan berputar-putar dan mengaburkan pesan yang disampaikan (Hamad, 2004:117).

Berbeda dengan Harian Kompas, Koran Tempo pernah dibredel pada masa orde baru pada tahun 1982 dan 1994 yang pada masa itu Tempo baru berbentuk majalah. Koran Tempo terkenal dengan jurnalisme investigasinya. Koran Tempo, seperti juga majalahnya menganggap dirinya sendiri sebagai bagian dari ujung tombak modernisasi masyarakat Indonesia sebagai *clearing house* dan juga terkenal di luar negeri sebagai media yang progresif dan demokratis (Keller, 2009). Koran Tempo juga terkenal dengan kritikan-kritikan pedas terhadap pemerintah dalam pemberitaannya.

Berangkat dari fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemberitaan kenaikan bahan bakar minyak yang sedang hangat dibicarakan oleh publik. Meskipun pemberitaan semua media sama yaitu

pemberitaan pemberiaan kenaikan harga bahan bakar minyak, namun pemberitaan yang muncul pastilah berbeda. Seperti Harian Kompas dan Koran Tempo bisa jadi memiliki pembingkaiian yang berbeda dalam menyoroti pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang ingin diangkat peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana framing pemberitaan Harian Kompas dan Koran Tempo dalam pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kenaikan harga bakar minyak ?

2. Faktor–faktor apa saja yang mempengaruhi konstruksi pemberitaan Penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana peristiwa dipahami oleh media, bagaimana peristiwa dibingkai oleh Harian Kompas dan Koran Tempo dalam mengkonstruksi berita penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan bahan bakar minyak selama bulan Juni 2013.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konstruksi pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan, referensi, dan kajian bagi yang meminati studi analisis framing.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan mahasiswa yang ingin mengetahui framing pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bakar minyak yang diberitakan oleh Harian Kompas dan Koran Tempo selama bulan Juni 2013

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, ada beberapa teori yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian yaitu :

E.1. Media dan Konstruksi Realitas Sosial

Peter L Berger dan Thomas Luckman dalam *The Social of Contruction Reality: A Tretise in the Sociological of Knowledge* (1996). Berger menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus–menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subyektif (Bungin, 2011:13). Dengan pemahaman ini realitas dianggap multitafsir. Setiap individu sangat dimungkinkan untuk memiliki konstruksi yang

berbeda atas sebuah realitas yang sama, tergantung dari latar belakang pendidikan, pengalaman dan lingkungan sosial tiap individu.

Menurut Saussure dalam (Sobur, 2006:87) persepsi dan pandangan manusia tentang realitas, dikonstruksi oleh kata dan tanda–tanda lain oleh konteks sosial. Tanda juga membentuk persepsi manusia dan lebih dari merefleksi realitas yang terjadi. Hal senada juga dikemukakan Paul Watson, salah seorang pendiri *Greenpeace*, tentang perilaku media massa. Menurutnya kebenaran yang dibuat oleh media massa bukanlah kebenaran yang sesungguhnya atau sejati karena kebenaran telah ditentukan oleh media itu sendiri.

Dalam studi ilmu komunikasi, ada dua paradigma yang sangat dikenal yaitu paradigam konstruksionis dan paradigma positivistik. Pendekatan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan dengan positivistik dalam menilai media. Paradigma positivistik memandang media sebagai saluran dan media adalah sarana bagaimana pesan disebarluaskan oleh komunikator kepada khalayak (Eriyanto, 2004:22). Artinya, media tidak berperan dalam membentuk realitas sehingga apa yang tampil dalam pemberitaan itulah yang sesungguhnya terjadi. Contohnya saja ketika ada berita yang memberitakan kelompok tertentu atau menggambarkan realitas dengan citra tertentu, gambaran semacam itu merupakan hasil dari sumber berita yang menggunakan media untuk mengemukakan pendapatnya.

Berbeda dengan paradigma positivistik, paradigma kontruksionis melihat bahwa media tidak hanya dipandang sebagai saluran yang bebas, media juga

subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya (Eriyanto, 2004:5). Penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan dengan sumber lain, menempatkan wawancara seorang tokoh lebih besar dari liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak lain, tidak berimbang dan secara nyata memihak satu kelompok. Menurut paradigma postivistik dianggap merupakan kekeliruan wartawan atau media bersangkutan. Akan tetapi dalam paradigma konstruktivisme hal tersebut lazim dilakukan oleh wartawan.

Menurut Eriyanto (2004) Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian tersendiri bagaimana media, wartawan, dan berita itu dilihat, seperti yang telah terangkum dibawah ini :

1. Fakta merupakan konstruksi atas realitas, kebenaran suatu fakta bersifat realatif.
2. Media adalah agen konstruksi pesan.
3. Berita adalah konstruksi dari realitas bukan refleksi dari realitas.
4. Berita bersifat subjektif, opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.
5. Wartawan bukan sekedar pelapor, melainkan agen konstruksi realitas sosial.
6. Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa.

7. Nilai, Etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian.
8. Khalayak memiliki penafsiran tersendiri yang dapat berbeda dengan pembuat berita.

Paradigma konstruksionis memperkenalkan konsep ideologi. Konsep ini membantu menjelaskan bagaimana seorang wartawan bisa membuat liputan berita yang memihak satu pandangan, menempatkan pandangan satu lebih menonjol (Sudibyo, 2006 : 54).

Menurut Eriyanto ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. Pertama, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna adalah proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan (Eriyanto, 2004:40 – 41).

Kedua, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta yang apa adanya (Eriyanto, 2004:41). Seorang komunikator akan menampilkan fakta tertentu dari realitas yang ada, kemudian menyusun citra tertentu atau memberikan pemaknaan tersendiri dalam memberikan gambaran tentang realitas dalam konteks pengalaman dan pengetahuannya sendiri.

Media massa adalah salah satu sarana komunikasi massa yang setidaknya memiliki empat fungsi, yaitu *to inform* (menginformasikan), *to educate* (mendidik), *to entertain* (hiburan) dan *to control* (melakukan kontrol). Joseph Klapper melihat adanya kemampuan rekayasa kesadaran oleh media, hal ini dinyatakan sebagai kekuatan terpenting media, yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan apa pun. Menurut Lazarsfeld dan Merton dalam (Rivers dkk, 2008 : 39) media juga dapat menghaluskan paksaan sehingga tampak sebagai bujukan.

Dalam studi media, ada tiga pendekatan untuk menjelaskan isi media. Pertama adalah pendekatan ekonomi politik. Pendekatan ini berpendapat bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan–kekuatan ekonomi dan politik di luar pengolahan media (Sudibyo, 2006:2). Faktor seperti pemilik media, modal dan pendapatan media dapat menentukan bagaimana wujud sisi media dan peristiwa apa saja yang bisa ditampilkan atau dihilangkan dalam pemberitaan, serta ke arah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan.

Kedua, pendekatan organisasi menganggap berita sebagai hasil dari mekanisme kerja profesional yang ada dalam ruang redaksi. Praktik kerja profesionalisme dan tata aturan yang ada dalam ruang organisasi adalah unsur–unsur dinamik yang mempengaruhi pemberitaan (Sudibyo, 2006:3). Dengan kata lain proses produksi berita adalah mekanisme keredaksian semata, mekanisme ini bersifat internal dan tidak ditentukan oleh kekuatan dari luar media. Demikian juga ketika media mengangkat tokoh politik tertentu bukan berdasarkan motif ekonomi atau politik, tetapi karena tokoh politik itu memang memiliki nilai berita yang tinggi.

Ketiga, Pendekatan kulturalis, pendekatan ini merupakan gabungan antara pendekatan ekonomi politik dan pendekatan organisasi. Proses produksi berita disini dilihat sebagai mekanisme yang rumit, yang melibatkan faktor internal media dan faktor eksternal media (Sudibyo, 2006:4). Dalam hal ini mekanisme yang rumit ditunjukkan dengan adanya perdebatan dalam ruang pemberitaan. Pengaruh eksternal media dalam pendekatan kulturalis berbeda dengan pendekatan ekonomi politik, karena dalam pendekatan kulturalis pengaruh eksternal seperti, kekuatan modal, pemasang iklan atau partai politik dominan dalam pemberitaan namun sifatnya tidak langsung.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil dari para wartawan yang telah mengkonstruksi realitas yang dipilihnya. Pekerjaan utama wartawan adalah menceritakan hasil reportasenya kepada khalayak. Dengan demikian seorang wartawan selalu terlibat dalam usaha-usaha mengkonstruksi realitas, dari menyusun fakta hingga menulisnya dalam laporan jurnalistik berupa berita, yang nantinya akan dibaca oleh khalayak. Akibatnya media massa memiliki peluang yang besar dalam mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya.

Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi realitas yang akan diberitakan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa hingga menjadi cerita dan wacana yang bermakna. Pembuatan berita pada media massa pada dasarnya usaha penyusunan realitas sehingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan kata lain seluruh

isi media adalah realitas yang dikonstruksi (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna (Hamad, 2004:11–12).

Sepertihalnya ketika seorang wartawan melakukan wawancara kepada narasumber, terjadi interaksi antara wartawan dan narasumber. Realitas yang terbentuk dari wawancara bukan hasil mutlak apa yang telah diceritakan narasumber. Ada proses pertanyaan yang diajukan dari sudut pandang wartawan, sehingga proses ini membatasi pandangan narasumber.

Manakala konstruksi realitas media berbeda dengan apa yang ada di masyarakat, maka dalam hal ini telah terjadi kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik bisa berwujud melalui penggunaan bahasa penghalusan, pengaburan atau bahkan pengasaran fakta. Kekerasan simbolik tidak hanya beroperasi lewat bahasa, namun juga terjadi pada isi bahasa itu sendiri, yakni apa yang diucapkan, disampaikan atau diekspresikan (Sobur, 2001:89).

Pendekatan konstruksi sosial atas realitas yang dikemukakan Peter L. Berger dan Luckman terjadi secara simultan melalui tiga proses yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi (Bungin, 2011:15). Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, objektivasi berarti interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. Sedangkan internalisasi yaitu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggota. Tiga momen

dialektika ini memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal mulanya merupakan hasil ciptaan manusia.

Maka dari penjabaran di atas Pekerjaan media massa adalah mengkonstruksi realitas yang akan diberitakan. Sehingga isi media massa sendiri merupakan peristiwa yang telah dikonstruksi oleh pekerja media massa, bukan refleksi dari realitas sosial. Sama halnya dengan media massa seperti Koran Tempo dan Harian Kompas yang memberitakan penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM,. Isi dari media tersebut pastilah berbeda karena tergantung bagaimana pekerja dalam media massa tersebut memilih realitas sosial yang akan dikonstruksinya.

E.2. Berita

Jurnalistik atau *journalisme* berasal dari kata *journal*. Artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau juga bisa berarti surat kabar. *Journal* berasal dari kata Latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari. Dari perkataan itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik (Kusumaningrat dkk, 2005:15). Pekerjaan jurnalistik sendiri yaitu melakukan peliputan suatu peristiwa yang kemudian ditulis menjadi sebuah berita.

Arti sebuah berita tidaklah sama antara negara satu dengan negara lainnya, sebelum bubarnya negara Uni Soviet sangat mudah kita temukan perbedaan sistem pers dalam dua kelompok besar yaitu pers barat dan pers timur. Pers Barat yang menganut teori pers bebas atau liberal diwakili oleh Amerika dan negara

sekutunya sedangkan Pers Timur diwakili oleh Uni Soviet dan negara–negara satelitnya di Eropa Timur (Kusumaningrat dkk, 2005: 32).

Berita dalam pandangan Pers Timur, berita tidak dipandang sebagai komoditi melainkan suatu proses yang ditentukan arahnya. Berita tidak berdasarkan pada maksud ingin tahu, segala sesuatu yang luar biasa, dan hal yang menakjubkan sebagai bahan berita, melainkan pada keharusan mengorganisasikan pembangunan negara sosialis. Dengan kata lain berita tidak hanya memperhatikan pelaporan fakta atau peristiwa namun berita juga harus mengejar suatu tujuan yang pasti. Berbeda dengan Pers Timur, Pers Barat memandang berita sebagai komoditi yang dapat diperjualbelikan dan berita adalah sesuatu yang luar biasa. Menurut Pers Barat berita tidak berlaku jika ada rakyat yang menindas pejabat pemerintah namun jika pejabat tersebut menindas rakyat itu adalah sebuah berita.

Menurut John Bogart, editor kota *Newyork Sun* pada tahun 1890-an dalam (Strentz, 1993:40) *“kalau ada anjing menggigit orang, itu bukan berita tetapi kalau ada orang menggigit anjing, itu baru berita”*. John Bogart secara gamblang menunjukkan bahwa sesuatu yang tidak wajarlah yang merupakan berita. Pandangannya juga melukiskan penekanan berita tentang apa yang dilakukan orang dan bukan apa yang terjadi pada orang.

Esensi kegiatan menulis berita adalah melaporkan seluk beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Melaporkan berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar, dialami seseorang atau sekelompok orang. Berita yang ditulis merupakan rekonstruksi dari peristiwa yang terjadi (Siregar, 2002:19).

Sebuah peristiwa layak diberitakan paling tidak berdasarkan dua alasan yaitu untuk memenuhi tujuan politik keredaksian suatu media massa atau memenuhi kebutuhan pembaca (Siregar, 2002:19). Media massa memiliki bermacam-macam tujuan dalam membuat berita. Ada media massa yang lebih mementingkan tercapainya tujuan ekonomis dengan tercapainya penjualan dengan *oplah* yang tinggi dan memperbanyak iklan yang masuk. Berita pada media dengan tujuan tersebut biasanya lebih banyak memberikan informasi dengan nilai jual yang tinggi.

Selain itu, ada media massa yang di samping menghendaki *oplah* jual tinggi dan pemasukan iklan yang banyak, media ini juga ingin agar informasi yang disampaikan bermanfaat bagi peningkatan harkat hidup pembaca. Ada pula yang menganggap informasi hanya sebagai alat untuk mencapai tujuan ideologis. Informasi disampaikan untuk mempengaruhi dan membujuk pembaca agar berbuat dan bersikap sesuai dengan tujuan ideologis yang hendak dicapai. Media massa yang menempatkan tujuan ideologis sebagai tujuan utama, *oplah* jual yang tinggi bukan prioritas utama.

Tidak semua peristiwa dapat dikatakan sebagai berita, tetapi peristiwa harus dinilai terlebih dahulu, apakah peristiwa tersebut memenuhi kriteria nilai berita. Nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan bagaimana peristiwa itu dikemas. Nilai berita juga merupakan produk dari konstruksi wartawan dari berbagai peristiwa. Nilai berita dapat dianggap sebagai ideologi profesional wartawan, yang memberi prosedur bagaimana peristiwa yang begitu banyak disaring dan diberitakan kepada

khalayak. Secara umum nilai berita dikategorikan ke dalam beberapa aspek, yakni *prominence*, *human interest*, *conflict/contrivency*, *unusual*, dan *proximity* (Eriyanto, 2004:106–107).

Prominance berarti nilai berita tersebut diukur melalui kebesaran atau arti penting sebuah peristiwa. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting. Contohnya adalah peristiwa robohnya gedung bertingkat yang menewaskan banyak korban.

Human Interest mengandung arti bahwa peristiwa lebih memungkinkan disebut peristiwa jika peristiwa tersebut lebih banyak mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak seperti berita seorang pemulung.

Conflict / Controversy bermakna peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita daripada peristiwa yang biasa–biasa saja. Contohnya peristiwa kerusuhan antara *supporter* sepak bola Persija Jakarta dengan Persib Bandung.

Unusual artinya berita mengandung peristiwa yang tidak biasa atau jarang terjadi. Contohnya seorang ibu yang melahirkan tujuh anak kembar. Nilai berita yang terakhir, *proximity*, peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan daripada peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional khalayak.

Berita yang muncul dalam surat kabar atau majalah dapat digolongkan menjadi empat jenis berita, yaitu : berita langsung (*hard news* atau *spot news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature news*), serta laporan mendalam (*indepeth report*).

Berita langsung digunakan untuk menyampaikan kejadian-kejadian penting yang secepatnya perlu diketahui oleh pembaca. Dalam berita langsung aktualisasi merupakan unsur yang sangat penting dalam berita langsung. Sedangkan berita ringan, tidak mengutamakan unsur penting yang hendak diberitakan, melainkan sesuatu yang menarik (Siregar, 1998:154–155).

Berita kisah adalah tulisan mengenai kejadian yang menyentuh perasaan. Berita ini tidak terikat aktualitas, nilai utama berita kisah adalah dalam unsur manusiawi atau informasi yang dapat menambah ilmu pengetahuan. Sedangkan berita laporan mendalam pada dasarnya memiliki struktur dan cara penulisan yang sama dengan berita kisah. Laporan mendalam digunakan untuk menuliskan permasalahan secara lebih lengkap, mendalam dan analitis (Siregar, 1998:156–158).

Sebuah berita hingga menjadi berita yang siap diwartakan kepada pembaca, melewati berbagai proses terlebih dahulu. Dari penyeleksian apakah sebuah peristiwa layak untuk diberitakan, kemudian wartawan akan mengumpulkan data terkait fakta peristiwa yang akan ditulis. Hingga fakta peristiwa dan telah disusun akan disunting lagi oleh tiap redaktur sesuai bidangnya.

Pada penjabaran di atas banyak sekali jenis-jenis berita dan peristiwa seperti apa yang layak untuk dijadikan berita. Dalam berita penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM, Koran Tempo dan Harian Kompas memilih peristiwa tersebut sebagai peristiwa yang memiliki nilai berita, Sehingga kedua

media tersebut sangat intens memberitakan peristiwa penolakan PKS terhadap kenaikan BBM.

E.3. Konsep Framing

Setelah sebelumnya telah membahas bahwa kebenaran berita tidaklah mutlak, karena berita media massa merupakan hasil konstruksi pekerja media massa itu sendiri. Setiap media memiliki perbedaan bingkai (*frame*), cara pandang dalam mengkonstruksi peristiwa suatu berita antara media satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui bingkai yang merupakan konstruksi sebuah peristiwa, ada analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui bingkai tersebut yaitu analisis framing.

Analisis framing adalah metode untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar bagaimana cara pandang media terhadap realitas yang dijadikan berita. Cara pandang ini dapat berpengaruh dalam hasil akhir konstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk mengetahui bagaimana media membingkai dan memahami peristiwa (Eriyanto, 2004:10).

Analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Pertama kali gagasan mengenai framing dilontarkan oleh Beterseon pada tahun 1955. Awalnya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, wacana, serta realitas. Kemudian konsep ini dikembangkan lebih jauh lagi pada tahun 1974 oleh Goffman, yang mengandaikan

frame sebagai kepingan–kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sudibyo, 2006:219-220).

Konsep framing sering digunakan untuk menunjukkan terjadinya proses seleksi dan penonjolan aspek realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi–informasi dalam konteks yang khas sehingga terdapat isu yang mendapatkan alokasi pemberitaan lebih besar dari pada isu yang lain. Dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain, dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menonjolkan berbagai strategi wacana. Penempatan berita yang mencolok seperti menempatkan pada *headline* bagian depan atau bagian belakang, pengulangan, pemakaian grafis untuk memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, dan lain–lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak (Nugroho dkk, 1999:20–21).

Konsep framing sampai saat ini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penonjolan aspek–aspek khusus sebuah realitas oleh media. Konsep framing sendiri bukan murni konsep Ilmu Komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologi). Dalam perspektif komunikasi, analisis framing digunakan untuk membedah cara–cara atau ideologi saat media mengkonstruksi realitas. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk

menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain analisis framing adalah pendekatan untuk mengetahui cara pandang wartawan ketika meyeleksi isu dan menulis berita (Sobur, 2006:162).

Dalam konsep framing, dikenal setidaknya ada beberapa definisi mengenai framing. Definisi mengenai framing yang pertama dikemukakan oleh Robert N. Entman, yang menyatakan bahwa framing merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa tertentu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Menurut Entman, framing juga menyertakan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi lain (Eriyanto, 2004:67). Todd Gitlin juga mengungkapkan hal yang sama dengan Entman bahwa framing adalah strategi bagaimana realitas dibentuk, ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca dengan cara seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi tertentu.

Berbeda dengan Entman yang menjelaskan framing merupakan proses seleksi berbagai realitas, William A. Gamson dalam (Eriyanto, 2004:67) menyatakan framing merupakan cara bercerita atau gagasan 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 atau (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

David E.Snow dan Robert Benford melihat framing sebagai 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 (Eriyanto, 2004:68).

Amy Binder mendefinisikan framing sebagai skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa (Eriyanto, 2004:68).

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menerangkan framing sebagai strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2004:68).

Dari berbagai definisi tentang framing di atas. Inti dari analisis framing adalah bagaimana media memahami dan memaknai realitas, lalu dengan cara apa realitas tersebut ditandakan.

Framing juga memiliki aspek yang penting dalam mempengaruhi wartawan dalam menghasilkan berita. Aspek-aspek yang mempengaruhi wartawan dalam melakukan framing, yaitu memilih fakta dan menuliskan fakta. Aspek-aspek ini akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Memilih Fakta

Proses pemilihan fakta berdasarkan pada sudut pandang atau perspektif wartawan. Dalam proses pemilihan fakta selalu terkandung dua kemungkinan : apa yang dipilih (*include*) dan apa yang dibuang (*excluded*) (Eriyanto, 2004:69). Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih *angle* tertentu, fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain. Sehingga menyebabkan terjadinya perbedaan penyajian dan konstruksi setiap media dalam menyajikan berita. Intinya wartawan akan melihat suatu peristiwa dari sisi tertentu yang tergantung dari pengalaman, latar belakang dan ideologi media itu sendiri.

2. Menuliskan Fakta

Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta kepada khalayak setelah fakta dipilih dari perspektif tertentu. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa dan sebagainya (Eriyanto, 2004:70). Fakta yang sudah dipilih kemudian ditekankan dengan pemakaian perangkat seperti penempatan di *headline*, pemakaian grafis, foto, ilustrasi. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan akan lebih menonjol dan mendapatkan perhatian khalayak daripada aspek yang lain. Penonjolan ini dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang dikemas secara menonjol mempunyai

kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Konsep framing dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari aspek psikologi dan sosiologi. Framing adalah strategi wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi lebih menonjol, dan diperhatikan oleh publik. Dalam upaya membuat pesan agar lebih menonjol dan lebih mencolok, pada tahap paling awal tidak dapat dilepaskan dari aspek psikologi. Secara psikologis, orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia yang kompleks, bukan karena lebih sederhana dan mudah, tetapi agar lebih mempunyai prespektif tertentu. Orang Juga melihat dunia dalam prespektif tertentu, pesan atau realitas juga cenderung dilihat dalam kerangka berpikir tertentu (Eriyanto, 2004:72).

Mengacu pada aspek psikologi, wartawan selalu membuat daftar pertanyaan sebelum melakukan wawancara kepada narasumber. Setiap wartawan pastilah tidak selalu sama dalam membuat pertanyaan kepada narasumber meskipun realitas yang ditanyakan sama. Ada penonjolan pada bagian tertentu dan penekanan pada bagian tertentu dalam membuat pertanyaan, sehingga terjadi perbedaan pendapat narasumber dalam menjawab pertanyaan atau narasumber memberikan reaksi sesuai dengan bingkai yang disediakan oleh pertanyaan. Disini, pemahaman dan pemaknaan narasumber tidak tergantung pada realitas atau fakta, tetapi tergantung pada bagaimana realitas itu disajikan, bagaimana pesan dibingkai dengan kemasan tertentu yang menyebabkan pemahaman tertentu dibenak narasumber.

Selain aspek psikologi, konsep framing juga banyak mendapat pengaruh dari aspek sosiologi. Pada aspek ini framing dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita bersama-sama. Aspek ini menempatkan media sebagai organisasi yang kompleks yang di dalamnya terdapat praktik-praktik profesional. Hal ini untuk membedakan antara pekerja media dan individu sehingga media dan berita ditempatkan sebagai institusi sosial (Eriyanto, 2004:80).

Pada dasarnya framing digunakan untuk melihat bagaimana cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu yang akhirnya menentukan fakta apa yang harus diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan mau dibawa kemana berita tersebut oleh wartawan media.

Berita penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM tidak terjadi begitu saja dijadikan sebagai bahan pemberitaan. Ada proses dimana wartawan melakukan seleksi dari peristiwa-peristiwa yang ada kemudian dituliskan dalam bentuk berita. Sehingga konsep framing dapat membantu peneliti untuk melihat bagaimana cara pandang ketika wartawan menyeleksi isu dan menuliskan berita.

E.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Isi Berita

Proses pembentukan berita adalah suatu proses yang rumit, banyak faktor yang berpotensi mempengaruhi isi berita. Apa yang disajikan berita, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam (Sudibyo, 2006) meringkas berbagai

faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi.

1. Faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak (Sudibyo, 2006:7-8). Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur, atau agama, sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Contohnya seperti ada media tertentu cenderung memarjinalkan agama islam di Maluku digambarkan buruk oleh media tertentu. Jika pendekatan individual yang diambil, penjelasannya adalah karena aspek personalitas dari wartawan yang akan mempengaruhi pemberitaan.

Aspek personal tersebut dapat mempengaruhi skema pemahaman pengelola media. Wartawan yang beragam Islam akan lebih berempati kepada kondisi warga Islam di Maluku atau Poso dibandingkan dengan warga yang beragama Kristen. Selain aspek personalitas, level individu ini juga berhubungan dengan segi profesionalisme dari pengelola media. Latar belakang pendidikan, atau kecenderungan orientasi pada partai politik tertentu dapat mempengaruhi pemberitaan media.

2. Level rutinitas media (*media routine*). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media

yang ada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk (Sudibyo, 2006:8).

Hal ini menyangkut ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja sebuah tulisan sebelum sampai keproses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya, dll. Sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana berita diproduksi, sehingga rutinitas media mempengaruhi bagaimana wujud akhir sebuah berita.

3. Level organisasi. Level ini berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita karena mereka hanya sebagian kecil dari organisasi media itu sendiri. Masing-masing bagian dari struktur organisasi media memiliki kepentingan sendiri-sendiri (Sudibyo, 2006:9).

Masing-masing bagian di dalam organisasi media seperti bagian redaksi, bagian iklan, sirkulasi, memiliki tujuan dan target masing-masing. Sekaligus strategi yang berbeda untuk mewujudkan target tersebut. Misalnya bagian redaksi menginginkan agar berita tertentu disajikan, tetapi bagian sirkulasi menginginkan berita lain yang ditonjolkan karena terbukti dapat menaikkan penjualan. Setiap organisasi berita, selain mempunyai banyak elemen juga mempunyai tujuan dan filosofi organisasi sendiri, elemen tersebut dapat mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

4. Level ekstramedia. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media dalam beberapa kasus dapat mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media.

Pertama, sumber berita. Sumber berita bukanlah dipandang sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya, ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan seperti memenangkan opini publik atau memberi citra tertentu kepada khalayak (Sudibyo, 2006:10). Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan, sumber berita tentu saja memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberikan informasi yang baik bagi dirinya dan akan menghilangkan informasi yang tidak baik bagi dirinya. Pengelola media tidak sadar, lewat teknik yang canggih, sebetulnya orientasi pemberitaan telah diarahkan untuk menguntungkan sumber berita.

Kedua, sumber penghasilan media. Sumber penghasilan media ini berupa iklan, bisa juga pelanggan atau pembeli media. Media harus *survive*, dan untuk bertahan hidup kadang kala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka (Sudibyo, 2006:11).

Ketiga, pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisni. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak masing-masing lingkungan eksternal media (Sudibyo, 2001:12). Contohnya dalam negara otoriter, pengaruh pemerintah menjadi faktor dominan dalam menentukan berita apa saja yang disajikan

Keempat, level ideologi disini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya (Sudibyo, 2006:12). Elemen ideologi berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak kelihatan nyata, elemen ideologi bersifat abstrak. Elemen ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ideologi akan dilihat lebih kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media menentukan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi isi berita di atas dapat membantu peneliti dalam melihat siapa dan apa yang mempengaruhi isi berita. Karena berita bukanlah hasil dari satu pihak namun banyak pihak yang mempengaruhi isi pemberitaan. Berita penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM misalnya, peristiwa tersebut menyangkut kebijakan pemerintah yang sarat akan kepentingan politik. Hal tersebut bisa saja mempengaruhi isi pemberitaan yang dilakukan oleh Koran Tempo dan Harian Kompas karena media merupakan senjata para politisi untuk mempengaruhi khalayak. Setiap media massa pasti juga memiliki latar belakang yang berbeda dan budaya organisasi yang berbeda yang dapat mempengaruhi isi pemberitaan.

F. Metode Penelitian

F.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif tentang analisis framing pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan

kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo selama bulan Juni 2013.

F.2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah berita penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo selama 3 Juni-27 Juni 2013.

F.3. Waktu Penelitian

Penelitian ini telah berlangsung selama bulan Juni 2013 – Juli 2013.

F.4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial. Metode dokumentasi banyak digunakan dalam penelitian sejarah, namun kemudian ilmu-ilmu sosial lain secara serius menggunakan metode dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Oleh karenanya, sejumlah fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumen (Bungin, 2009:121).

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2008 : 240). Dokumen berbentuk tulisan misalnya surat-surat pribadi, catatan harian, sejarah kehidupan,

otobiografi. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya monumental misalnya karya seni yang berupa patung, lukisan, foto ataupun film.

Selain macam-macam bahan dokumentasi yang telah disebutkan di atas, dokumentasi terbagi menjadi dua yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Bahan dokumentasi seperti buku harian, surat pribadi, dan otobiografi merupakan dokumentasi resmi karena merupakan catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaannya. Sedangkan dokumentasi resmi terbagi atas dokumentasi intern dan ekstern. Dokumentasi intern dapat berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan lembaga dan lain-lain. Dokumen ekstern berupa bahan-bahan informasi yang dikeluarkan suatu lembaga seperti majalah, bulletin, berita-berita yang disiarkan melalui media massa (Bungin, 2009:122 - 123).

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan kliping berita tentang penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo sebagai bahan dokumentasi. Peneliti juga mengumpulkan data-data yang terdapat pada website, buku literatur dan Jurnal untuk menunjang kelengkapan dokumen di dalam penelitian.

F.5. Teknik Analisis Data

Sebagaimana yang telah disinggung pada kerangka teori, framing adalah upaya media untuk menonjolkan pemaknaan atau penafsiran mereka atas suatu peristiwa. Wartawan akan menggunakan seperangkat wacana seperti, kata, kalimat, *lead*, hubungan antar kalimat, foto, grafik dan perangkat lain untuk membantu wartawan mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana tersebut juga dapat membantu peneliti untuk memahami bagaimana media mengemas peristiwa dalam bentuk berita.

Peneliti menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki untuk menganalisis penelitian. Analisis framing yang diperkenalkan Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki merupakan model yang paling populer dan banyak dipakai. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide (Eriyanto, 2004:254).

Dalam pendekatan framing model ini, perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar.

a. Struktur sintaksis

Struktur ini berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita (Eriyanto, 2004:255). Dalam wacana berita, sintaksis merujuk pada pengertian susunan dari bagian berita seperti *headline*, *lead*, latar informasi, sumber dan penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Pada umumnya bentuk sintaksis dapat dilihat dari struktur

piramida terbalik, yang dimulai dari judul *headline*, *lead*, episode, latar dan penutup. *Headline* merupakan aspek sintaksis dengan penonjolan yang tinggi dalam menunjukkan penonjolan berita karena pembaca cenderung lebih mengingat *headline* yang dipakai dibandingkan dengan bagian berita.

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
Sintaksis (cara wartawan menyusun fakta)	Skema Wartawan	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup

Tabel 1.1 Analisis Struktur Sintaksis

b. Struktur Skrip

Struktur skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa (Eriyanto, 2004:255). Bentuk umum dari struktur dapat dilihat dari pola 5 W + 1 H yaitu *who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how* sehingga unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting.

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
Skrip (cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan berita	5W+1H (<i>who, what, when, where, why, dan where</i>)

Tabel 1.2 Analisis Struktur Skrip

c. Struktur Tematik

Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proporsisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan (Eriyanto, 2004:255). Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan kohorensi. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat berhubungan ketika wartawan menghubungkannya. Seperti pemakaian kata “sebab”, “karena”, kata hubung “dan”, “lalu”, kata “sedangkan”, “dibandingkan”.

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
Tematik (cara wartawan menuliskan fakta)	d. Detail e. Maksud kalimat f. Nominalisasi antar kalimat g. Bentuk kalimat h. Kata ganti i. Kohorensi	Paragraf, proporsisi, hubungan antar kalimat

Tabel 1.3 Analisis Struktur Tematik

d. Struktur Retoris

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

(Eriyanto, 2004:256). Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan penonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita.

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
Retoris (cara wartawan menekankan fakta)	<ul style="list-style-type: none"> • Leksikon • Grafis • Metafora 	Kata, idiom, gambar/foto, grafik.

Tabel 1.4 Analisis Struktur Retoris

Pada penelitian analisis framing pemberitaan penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM pada Koran Tempo dan Harian Kompas, peneliti mengumpulkan kliping dari kedua media tersebut selama bulan Juni 2013. Kemudian peneliti membaca semua berita untuk melihat bingkai (*framing*) apa saja yang terdapat pada Koran Tempo dan Harian Kompas.

Setelah peneliti mengetahui bingkai (*framing*) apa saja yang terdapat pada Koran Tempo dan Harian Kompas. Dari bingkai yang terdapat pada Koran Tempo dan Harian Kompas, peneliti akan mengambil satu sampel berita dari setiap bingkai yang terdapat pada kedua media tersebut yang nantinya akan dianalisis dengan menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Dengan melihat analisis berita dari struktur sintaksis, skrip, tematik dan Retorik, peneliti akan mengetahui bagaimana media massa seperti Koran Tempo dan Harian Kompas membingkai peristiwa dalam mengkonstruksi berita penolakan PKS terhadap kenaikan harga BBM selama bulan Juni 2013.

F.6. Teknis Penelitian

Secara teknis penelitian akan dibagi kedalam beberapa tahap sebagai berikut

1. Pada tahap yang pertama peneliti membuat proposal penelitian yang berisi latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian tentang konstruksi pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak di Harian Kompas dan Koran Tempo. Selanjutnya menuliskan kerangka teori untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
2. Pada tahap yang kedua peneliti mencantumkan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian–penelitian sebelumnya. Kemudian peneliti mendeskripsikan tentang media yang diteliti yaitu Harian Kompas dan Koran Tempo seperti sejarah, struktur organisasi dan otonomi keredaksian.
3. Pada tahap yang ketiga peneliti memilih berita–berita pada Harian Kompas dan Koran Tempo pada bulan Juni 2013 yang menyangkut pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak.
4. Setelah berita–berita yang menyangkut pemberitaan penolakan Partai Keadilan Sejahtera terhadap kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak dipilih, pada tahap yang keempat ini peneliti kemudian melakukan analisis penelitian dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki.

5. Pada tahap yang terakhir peneliti akan menulis kesimpulan dan saran dari penelitian ini.