

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hubungan bilateral antara Indonesia dengan Amerika telah diawali sejak masa penjajahan yaitu sebelum negara Belanda menguasai seluruh kepulauan Indonesia, para pedagang Amerika Serikat dengan kapal layarnya telah mengarungi lautan Indonesia kemudian untuk bersaing dengan pedagang-pedagang negara Belanda dan bangsa lainnya dalam perdagangan rempah-rempah maupun komoditas lainnya. Kemudian pada masa revolusi dimana Amerika mempunyai andil yang sangat penting dalam proses perundingan damai antara Indonesia dan Belanda<sup>1</sup>. Tanpa ada peranan dari negara Amerika ini, sangat dimungkinkan bahwa Belanda akan terus berupaya kembali menjajah bangsa Indonesia. Pada masa tersebut Belanda sangat bergantung sekali terhadap pemerintah Amerika Serikat dalam hal bantuan-bantuan yang diberikan, sehingga dengan memberikan ancaman kepada Belanda bahwa bantuan tersebut akan dicabut, maka Belanda mau mengakui kemerdekaan Indonesia.

Kemudian pada masa pemerintahan Soekarno hubungan kedua negara tersebut mengalami permasalahan, yaitu penolakan Soekarno terhadap bantuan Amerika dengan berseru kepada duta besar Jones dari Amerika Serikat "Go to hell with your aid"<sup>2</sup>. Sehingga ketika itu pulalah hubungan Indonesia dengan Amerika mengalami titik terendah.

---

<sup>1</sup> Wiharyanto, "RI-AS belum harmonis", [www.Suarakarya-online.com](http://www.Suarakarya-online.com), 24 Maret 2006

<sup>2</sup> pernyataan Soekarno ketika menanggapi bantuan yang ditawarkan AS melalui dubes AS Jones, *Ibid.*

Pasang surut hubungan antara Indonesia dengan Amerika juga dialami hingga masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Terutama pada saat Amerika melakukan Agresi ke Irak dengan dalih penyimpanan senjata nuklir yang dapat membahayakan dunia. Pada saat itu pemerintah Amerika meminta dukungan kepada Indonesia tetapi justru Indonesia sangat mengecam tindakan Amerika beserta sekutu-sekutunya. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadikan kedua negara mengalami perpecahan dan bahkan masih akan terus mencari sebuah solusi yang baik.

Aktifitas Amerika tidak pernah berhenti dalam upayanya untuk menggalang berbagai dukungan dalam alasan misi perdamaianya. Salah satu agenda Gedung Putih di bulan Maret 2006 adalah mengirim orang kepercayaan dalam urusan politik luar negerinya yaitu Menteri Luar negeri AS. agenda tersebut yaitu mengadakan lawatan ke berbagai negara seperti yang diagendakan dan diawali di Cile pada tanggal 11- 12 Maret, kemudian Indonesia pada tanggal 14- 15 Maret dan setelah itu negara Australia tanggal 16-18 Maret. Di dalam kunjungan menteri luar negeri AS ke Indonesia sebenarnya dijadwalkan pada tanggal 9 januari 2006 lalu dan mendadak dibatalkan karena kondisi perdana menteri Israel Ariel Sharon yang sedang mengalam masa kritis dalam melawan penyakitnya. Condoleeza Rice ingin mengikuti perkembangan keadaan PM Israel tersebut. Demikian yang disampaikan juru bicara Departemen Luar Negeri AS Sean McCormack seperti yang diberitakan kantor berita *AFP*, Sabtu 7/1/ 2006 "Dia memutuskan hal tersebut dikarenakan situasi di Timur Tengah, maka keputusan terbaik adalah untuk tetap di Washington" ujar McCormack, dan

menurutnya pemerintah Indonesia memaklumi hal tersebut. (*Detik.com* 19/4/2006)

Pro dan kontra mengenai kedatangan menteri luar negeri AS Condoleezza Rice menyelubungi nuansa perpolitikan di Indonesia. Dari isu positif maupun negatif muncul dari beberapa pihak, seperti kedatangannya tidak lain dalam rangka membicarakan masalah bilateral dengan pemerintah, peningkatan hubungan dan kerja sama AS – Indonesia seperti hubungan militer kedua negara, kerjasama bidang pemberantasan terorisme, hingga kerjasama secara menyeluruh seperti ekonomi, politik sosial dan pendidikan. Akan tetapi kedatangan Condoleezza rice ke Indonesia juga disinyalir hanya untuk kepentingan nasionalnya sendiri. Seperti halnya permintaan dukungan memerangi terorisme global khususnya di negara-negara Islam di Timur Tengah, karena dimata Amerika negara-negara Islam di Timur Tengah adalah kekuatan penghambat yang sangat signifikan dalam usahanya untuk menguasai dunia. Kasus serupa adalah Menlu AS meminta jaminan keamanan pada selat malaka dimana selat tersebut merupakan urat nadi jalur pengiriman minyak, karena hampir seperempat minyak dunia melewati Selat Malaka. Hal ini menjadi sangat penting bagi Amerika karena pasokan minyak dari kawasan timur tengah sebagian untuk kebutuhan konsumsi Amerika. Kemudian Amerika juga meminta dukungan terhadap Indonesia untuk menolak tampilnya Hamas ke tampuk kekuasaan di Palestina. “Tetapi Susilo Bambang Hudoyono tetap mendukung Hamas dalam memegang kekuasaan di Palestina asalkan Hamas dapat menanggalkan cara kekerasannya”. (*Gatra*, 25 Maret 2006)

Berbagai media di Indonesia masing-masing mempunyai sikap tersendiri di dalam mengangkat kasus kedatangan Condoleezza Rice. Dari penggunaan gaya bahasa, judul serta isi berita yang mempunyai perbedaan dalam obyek yang diberitakan. Berikut beberapa judul berita pada situs Detik.com: (*Pengamanan Condy berlebihan, 12/4/2006*), dalam *headline* disebutkan bahwa pengamanan yang dikerahkan pihak Menlu AS sendiri maupun yang dikerahkan oleh polisi begitu berlebihan, sampai-sampai pihak kepolisian Indonesia mengerahkan 1500 personel untuk mengawal kedatangannya (*Condy mengumbar pujian untuk RI, 12/4 2006*), di mata Menteri Luar Negeri Amerika Serikat (AS) Condoleezza Rice, Indonesia mempunyai prestasi yang luar biasa. Rice memberikan banyak pujian kepada Indonesia bahwa Indonesia adalah negara yang layak dijadikan panutan dalam hal etnis, agama dan sebagainya. Prestasi Indonesia yang patut dipuji adalah keberagaman, dan Indonesia adalah inspirasi atas keberagaman yang ada. *Headline* berikutnya adalah menurut MMI: "*Mentu AS Datang Untuk Tetap Tahan Abu Bakar Ba'asyir*",(12/4/2006), MMI menyebutkan bahwa pemerintah AS selalu berusaha menahan Ustadz Abu Bakar Ba'asyir. Pemerintah Indonesia yang tunduk terhadap AS dikhawatirkan akan menahan lebih lama Ustadz Ba'asyir ujar ketua Departemen Data dan Informasi MMI Fauzan Al Anshari ketika di wawancarai Detik.com (*Penunjukan Exxon Penuh Rekayasa, 12/4/2006*). Detik.com juga menyebutkan lagi bahwa manipulasi-manipulasi lainnya terlihat munculnya PP. No. 34 tahun 2005 sebagai pengganti PP sebelumnya. PP ini dianggap untuk melegalkan kesepakatan *technical assistance contract* (CAC) Blok Cepu Menjadi Kontrak Kerja Sama (KKS). PP tersebut

muncul tepat satu pekan sebelum penandatanganan KKS. Masih banyak beberapa konstruksi pemberitaan Detik.com yang menilai bahwa kedatangan Menlu AS tersebut atas dasar kepentingan sepihak.

Sedangkan pada situs Kompas Cyber Media mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam mengkonstruksi kunjungan menlu AS tersebut, seperti pada contoh-contoh *headline* di Kompas Cyber Media; (Tak ada hubungan antara Rice dengan Blok Cepu 14/03/2006), *headline* tersebut menjelaskan bahwa kedatangan menlu AS Condoleeza Rice tidak ada hubungannya dengan penunjukan Exxon Mobile sebagai operator blok cepu. Contoh *headline* yang lain adalah (Pemerintah belum dengar agenda tersembunyi Kunjungan Rice, 06/01/2006), maksud dari *headline* di atas adalah; Pemerintah tidak mengetahui agenda tersembunyi yang dibawa utusan gedung putih tersebut. (Rice: "Indonesia inspirasi dunia" 15/03/2006), pada berita tersebut menyebutkan bahwa Rice memuji Indonesia dalam upaya aktifnya memajukan demokrasi dan membangun toleransi umat beragama, ras, serta etnis. Rice juga berkomentar bahwa Indonesia dinilai menjadi inspirasi bagi negara lain di dunia yang berjuang melawan keberagaman dan membangun demokrasi.

Contoh-contoh judul berita dua situs online di atas terlihat perbedaan yang sangat signifikan, Detik.com mempunyai sikap kritis serta ingin melihat lebih dalam maksud dibalik kunjungan Menteri lu AS ke Indonesia, sedangkan situs Kompas Cyber Media cenderung mempunyai sikap yang kontra dengan Detik.com di atas. Perbedaan sudut pandang media seperti di atas akhirnya

memunculkan persepsi, interpretasi dan opini publik yang beraneka ragam karena beraneka ragam pula realitas yang dikonstruksi oleh media.

Sebagai pilar demokrasi yang ke empat, media mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembentukan opini publik, sehingga terbentuklah persepsi-persepsi yang beraneka ragam yang terjadi pada khalayak walaupun pada berita yang sama. Tentunya sebuah kepentingan, ideologi, latar belakang serta siapa dibalik media adalah faktor paling utama yang mempengaruhi dalam setiap pemberitaan, sehingga terkadang berita tidak dapat dirasakan obyektif karena pengaruh dibalik kepentingan masing-masing media. Analisis Framing tidak sekedar melihat obyek secara kuantitatif, melainkan mencoba menginterpretasikan hal yang melatarbalakangi konstruksi isi media yang disajikan. Kemudian hal yang perlu ditekankan pada penggunaan analisis framing adalah wacana pada media massa, termasuk berita media online yang juga merupakan konstruksi kultural yang dihasilkan ideologi karena sebagai produk media massa. Maka dari itu tidak hanya surat kabar saja melainkan juga media *online* akan menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Melalui kemasan, gambar hingga narasinya, media online persis sepertihalnya surat kabar lainnya, akan membentuk sebuah definisi tertentu yang berbeda-beda dari sebuah realitas sosial yang dikonstruksinya.

Dari pembahasan di atas, keterkaitan yang dapat diperoleh adalah sekalipun analisis framing ini sebatas membahas masalah kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika yang dimuat dalam situs *online* Detik.com dan Kompas Cyber Media, namun persoalan-persoalan yang lain yang mana mempunyai keterkaitan

yang sangat erat dengan kunjungan tersebut, terutama kepentingan seperti apakah yang dibawa Menteri Luar Negeri AS tersebut, apakah itu kepentingan bagi dua negara atau kepentingan sepihak. Keterkaitan tersebut secara langsung maupun tidak langsung nampak dan terlihat, hal itu dibuktikan selain dari apa saja yang dibahas dengan pemerintah Indonesia berupa permintaan dukungannya, dan juga himbauan dan permintaannya kepada Indonesia mengandung maksud-maksud tertentu serta tidak terlepas dari kepentingan yang dibawanya.

Sebagian besar media yang ada di Indonesia mengalihkan perhatiannya kepada kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat Condoleeza Rice ke Indonesia. Detik.com maupun Kompas Cyber Media menjadikannya sebagai *headline* hampir satu minggu dimana permasalahan tersebut dibahas dan dikupas kedua media *online* tersebut.

Kondisi seperti itulah yang membuat peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana konstruksi kedua media *online* tersebut terhadap sebuah realitas. Bagaimanapun juga media massa digunakan sebagai parameter masyarakat di dalam memperoleh segala macam informasi. Implikasi langsung yang muncul bagi masyarakat adalah konstruksi pada media sangat mempengaruhi opini publik yang muncul di tengah-tengah masyarakat dan terkadang masyarakat sama sekali tidak mempunyai skeptisme ketika menghadapi sebuah realitas pada media massa.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar pada latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana situs *online* Detik.com dan situs Kompas Cyber Media mengkonstruksi hubungan bilateral Indonesia dan Amerika melalui berita kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat ke Indonesia ?
2. Bagaimana perbedaan *frame* antara situs *online* Detik.com dan Kompas Cyber Media mengenai hubungan bilateral Indonesia dan Amerika melalui berita kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat ke Indonesia ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat rumusan masalah seperti di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa bagaimana situs *online* Detik.com dan Kompas Cyber Media membingkai hubungan bilateral Indonesia dan Amerika melalui berita kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat ke Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan *frame* antara situs *online* Detik.com dan Kompas Cyber Media terhadap hubungan bilateral kedua negara melalui berita kunjungan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat ke Indonesia.



#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Akademis**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan terhadap ilmu komunikasi serta dapat memperkaya referensi terutama bagi yang cenderung minat terhadap pembahasan analisis isi media khususnya metode analisis *framing* yang mana analisis *framing* merupakan pengembangan paradigma konstruksionis dalam menjelaskan bagaimana media mengkonstruksi realitas kemudian menjadikannya sebuah berita yang akhirnya disajikan kepada masyarakat.

Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan diskusi mengenai sebuah paradigma konstruksionis dimana media dilihat, begitu juga sebuah berita dilihat, dan akhirnya dapat mengetahui ideologi yang diusung media dalam mengkonstruksi berita.

##### **b. Manfaat Praktis**

Secara praktis, disini diharapkan kepada masyarakat yang kapasitasnya sebagai pengakses media massa, agar tidak menerima sebuah berita begitu saja atau *taken for granted*, dengan maksud agar kesadaran masyarakat tajam akan bagaimana berita itu dikemas dan disajikan ke hadapan mereka hingga pada akhirnya media mampu mempengaruhi khalayak dalam membentuk sebuah persepsi pada suatu hal. Karena berita dapat menimbulkan berbagai efek negatif terhadap masyarakat, seperti sikap gegabah yang berlebihan pada masyarakat terhadap berita yang diaksesnya, serta kecemasan-kecemasan publik muncul dengan mudahnya apabila tingkat kesadaran khalayak akan pentingnya

pemahaman berita berdasar pada konteks politik, sosial serta budaya begitu rendah.

#### **E. Kerangka Teori**

Penelitian ini tidak dapat dilepaskan dari teori-teori yang mendukung, yaitu teori-teori komunikasi yang relevan, karena bagaimanapun juga media merupakan alat komunikasi massa untuk menyampaikan makna. Kemudian selanjutnya adalah teori konstruksi realitas, dimana berita tidak ditulis begitu saja melainkan melalui proses konstruksi. Teori berikutnya adalah teori mengenai media memproduksi berita. Teori ini membicarakan bagaimana berita itu diproses dari sumber hingga kepada audien setelah melalui rangkaian proses dari redaksi.

Kemudian dalam penelitian ini tidak lepas dari penggunaan teori mengenai ideologi, khususnya ideologi media massa dimana setiap pemberitaan yang dipublikasikan oleh media massa tidak terlepas dari kepentingan ideologi yang melatarbelakangi media massa tersebut. Karena obyek penelitian ini menggunakan media *online*, maka dari itu teori yang relevan serta berkaitan dengan media *online* adalah teori *new media* atau teori media baru. Teori ini membahas tentang teknologi media dalam dunia maya, jurnalisme *online* dan beberapa mengenai pemberitaan yang ada di dunia maya.

## 1. Komunikasi Sebagai Proses Produksi Makna

*"Communication is difficult to define. The word is abstract and like most word, possesses numerous meanings"*<sup>3</sup>. Pernyataan di atas menunjukkan bahwa kata komunikasi sangat sulit untuk dijelaskan, bersifat abstrak dan mempunyai beragam makna. Secara etimologi memang mudah untuk mendefinisikan yaitu *to communicate* yang berarti menyampaikan. Bernad Berelson dan Gary steiner mendefinisikan komunikasi pada bukunya *Human Behaviour* yaitu *"communication is the transmission of information"*<sup>4</sup> (Komunikasi adalah transmisi atau penyampaian informasi). Dalam teori tersebut disebutkan adanya transmisi pesan dalam proses komunikasi, hal tersebut tidak memandang apakah pesan yang disampaikan dari *sender* tidak diterima dengan baik oleh *receiver*. Selama ada hal yang ditransmisikan atau disampaikan oleh komunikator, disitulah terdapat proses komunikasi. Jadi komunikasi menurut Berelson tanpa ada proses konstruksi terhadap realitas, melainkan apa adanya.

Banyak sekali karya-karya *cultural studies* yang bermunculan memahami komunikasi sebagai proses produksi makna, bagaimana mereka menegosiasikan makna kedalam kebudayaan. Kebudayaan dapat dipahami juga sebagai totalitas tindakan komunikasi dan sistem-sistem makna<sup>5</sup>.

James W. Carey mengemukakan definisi kultural mengenai komunikasi yang mana memiliki dampak yang signifikan dalam memandang pola hubungan antara komunikasi dan kebudayaan: *"Communication is a symbolic proces*

---

<sup>3</sup> Dance and Larson dalam Little, John , *" Theory of Human Communication "* Fifth edition, Wadsworth Publishing Company, California, hal. 6

<sup>4</sup> Berelson and Steiner, *"Ibid.* hal 7.

<sup>5</sup> Antariksa, *"Budaya Sebagai Medan Pertarungan Kuasa"*, News Letter Kunci edisi no.11, Februari 2002

*whereby reality is produced, maintained, repaired, and trasnsformed* <sup>6</sup>  
(Komunikasi adalah proses simbolik dimana realitas itu diproduksi, dipelihara, diperbaiki dan diubah).

Pandangan Carey di atas mencerminkan begitu eratnya sebuah komunikasi dan proses konstruksi terhadap sebuah realitas dalam kehidupan manusia, karena realitas itu sendiri diproduksi, dipelihara, diperbaiki dan diubah oleh manusia dalam aktifitas komunikasi pada kehidupan sehari-hari.

Betapa beragamnya komunikasi ini didefinisikan oleh Joseph A. Devito sebagai berikut:

*"The act, by one more person, of sending and recieving messages distorted by noise, within a context, with some effect an with some opportunity for feed back. The communication act, then, would include the following components: context, source (s), receiver (s), messages, channels, noise, sending or encoding processes, receiving, decoding processes, feed back and effect. These elements seem the most essential in any consideration of the communication act. They are word we may call the universals of communication. The elements that are present in every communication act, regardless of whether it intrapersonal, interpersonal, small group, public speaking, mass communication or intercultural communication."*<sup>7</sup>

("kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut :konteks, sumber, penerima, pesan, saluran gangguan, proses penyampaian atau proses encoding, proses penerimaan atau decoding, arus balik, dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan sebagai Kesemestaan komunikasi;...unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu

---

<sup>6</sup> Carey, dalam Idy Subandy Ibrahim (2004) kata pengantar John Fiske, *Cultural and Communication Studies*, sebuah pengantar paling komprehensif, Yogyakarta, Jalasutra, hal x

<sup>7</sup> Devito, *Communicology : An Introduction to The Study of Communication*, dalam Onong Uchjana Effendy (2002), *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya, hal.5

komunikasi pribadi atau intra-personal, antar-personal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antar budaya”)

Devito menjelaskan bahwa komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan yang dilakukan seseorang atau lebih yang pada akhirnya ada *feed back* atau arus balik sebagai respon dalam proses komunikasi. Proses penyampaian pesan tersebut ternyata tidak melulu dapat diterima oleh komunikan, hal itu dikarenakan sering terjadi *noise* atau gangguan-gangguan yang ada dalam komunikasi. Seperti jika ada seseorang sedang berbicara dengan koleganya di tengah-tengah keramaian, *noise* muncul dari keramaian tersebut bisa berupa suara kerumunan orang-orang dan lain sebagainya sehingga proses komunikasi tidak lancar serta *feedback* akan cenderung menjadi terhambat.

Manusia berkomunikasi berdasarkan atas bagaimana pengalaman yang mereka alami dalam kehidupan. Pengalaman berupa aktifitas keseharian serta latar belakang budaya seperti apa yang menjadi panutan hidupnya. Karena latar belakang manusia sangat mempengaruhi cara mereka menyampaikan pesan kepada orang lain dan sangat mempengaruhi bagaimana manusia memahami teks itu sendiri. Keanekaragaman latar belakang manusia yang mempengaruhi pemahaman tentang teks tersebut mengakibatkan beraneka ragam pula persepsi yang muncul pada teks yang sama sekalipun; “*So readers with different social experience or from different cultures may find different meanings in the same text*”<sup>8</sup> (jadi pembaca dengan pengalaman sosial yang berbeda atau dari latar

---

<sup>8</sup> Fiske (1990) *Introduction to Communication Studies, Second Edition*, London and New York, Routledge, hal. 30

belakang budaya yang berbeda, akan menjumpai perbedaan makna pula pada teks yang sama).

Mengacu pada perkataan Fiske dalam bukunya *Introduction to Communication Study* diatas, bahwasanya penyampai pesan telah mengkonstruksi sebuah teks atas pesan yang disampaikan. Tidak semua penerima mengikuti arus pesan yang dikonstruksikan tersebut, akan tetapi bisa saja berubah karena penerima mempunyai sudut pandang tersendiri dalam mengkonstruksikan pesan ke dalam teks. Apalagi jika penerima bersifat aktif, maka terkadang konstruksi penerima pesan terlihat sangat kompleks dan beraneka ragam dalam memahami sebuah makna.

## **2. Realitas dan Konstruksi Makna dalam Pandangan Konstruksionis**

Ada dua paradigma besar dalam tataran Ilmu Komunikasi menurut pandangan John Fiske: *Pertama* paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Paradigma tersebut menitikberatkan pada proses berlangsungnya pesan dari komunikator kepada komunikan melalui transmitter. *Kedua* paradigma yang memandang komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Paradigma ini memandang komunikasi sebagai proses produksi makna

Hal itu berdasar pada apa yang dikatakan John Fiske:

*“ the structure of this book reflect the fact that there are two main school in the study of communication. The first sees communication as the transmittion of message. It concerned with how senders and recievers encode and decode... the second school sees comunication as the production and exchange of meaning. It is concerned with how message, or texts, interact*

*with people in order to produce meanings. That is, it is concerned with the role of texts in our culture”.*<sup>9</sup>

“ struktur buku ini mencerminkan sebuah fakta-fakta bahwasanya ada dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. Pertama komunikasi dipandang sebagai proses transmisi atau pengiriman pesan. Hal ini ditekankan pada bagaimana pengirim pesan mengirimkan pesan, dan penerima pesan menerima pesan... yang kedua, ilmu komunikasi dipandang sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini ditekankan pada bagaimana pesan-pesan atau teks-teks berinteraksi dengan khalayak agar dapat menghasilkan makna, maka dari itu titik perhatiannya adalah bagaimana aturan teks dalam kebudayaan kita”

Apa yang diutarakan John Fiske di atas mengenai perbedaan paradigma tersebut sangat jelas dimana positivis memandang komunikasi sebagai proses transmisi pesan yaitu bagaimana pesan disampaikan kepada penerima secara obyektif dan sesuai dengan teks atau realitas yang dilihat oleh pengirim pesan. Sebaliknya menurut pandangan konstruksionis, komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Pesan yang disampaikan pengirim kepada khalayak akan berubah karena teks mengalami interaksi dengan khalayaknya sehingga sebuah realitas menurut konstruksionis dipandang sangat subyektif .

Untuk lebih mudah dalam memahami perbedaan yang ada pada paradigma positivis dan konstruksionis, Fiske dalam bukunya *Intriduction To Communication Studies* membuat gambaran tentang siklus penyampaian pesan dalam pandangan konstruksionis ini sebagai berikut :

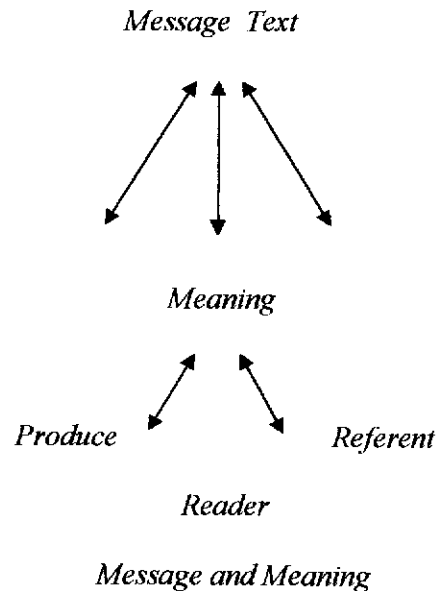
*“The message, then, is not something sent from A to B, but an element in a structured relationship whose other elements include external reality and the producer/ reader. Producing and reading the text are seen as parallel, processes in that occupy the*

---

<sup>9</sup> Fiske, *Ibid* hal. 2-4

same place in this structured relationship. We might model this structure as a triangle in which arrows represent constant interaction; the structure is not static but a dynamic practice".<sup>10</sup>

Gambar2. Pesan dan makna



Sumber: *Introduction to Communication Studies, Second Edition*, London and New York, Routledge, hal. 4

“Pesan, dengan demikian bukanlah sesuatu yang dikirimkan dari A ke B. Akan tetapi sebagai bagian dari hubungan yang terstruktur dimana elemen lain tergolong dalam relitas eksternal dan pembaca/ pencipta pesan. Menciptakan dan membaca suatu text bukan dilihat secara paralel, apabila tidak seerupa proses itu menempati tempat yang sama dalam hubungan yang terstruktur. Kita dapat membuat model hubungan seperti ini sebagai bentuk segitiga, dimana anak panah menunjukkan kesatuan interaksi yang konstan, struktur hubungan ini tidaklah bersifat statis, akan tetapi sebuah praktek yang dinamis”.

Menurut John Fiske, pesan tidak dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan saja atau sebagai analogi yaitu A ke B, akan tetapi bahwasanya sebuah pesan sudah mengalami perubahan atas

<sup>10</sup> *Ibid*, hal. 4



dasar pengaruh realitas yang ada diluar pesan tersebut. Kemudian yang kedua pesan tidak bersifat linier atau paralel, maksud disini adalah pesan yang ditransfer dari komunikator kepada komunikan mempunyai sifat yang dinamis dimana ada unsur-unsur yang lain yang telah mempengaruhi pesan tersebut sehingga muncul keanekaragaman terhadap pemahaman pesan itu sendiri.

Sebuah realitas menurut pandangan konstruksionis tidak disampaikan apa adanya seperti halnya wartawan pada waktu meliput sebuah realitas dan kemudian dijadikan sebuah berita sebagai konsumsi publik, tetapi disana terjadi proses interaksi antar wartawan dengan fakta itu sendiri. Proses interaksi tersebut mencerminkan bagaimana realitas diterima dan diserap oleh wartawan dalam kesadaran penuh, kemudian wartawan menjadi aktor dalam memaknai realitas, maksudnya adalah dengan menceburkan dirinya untuk memaknai sebuah realitas. Jadi dalam menentukan sebuah realitas dalam berita disana ada proses dialektika antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dengan apa yang dilihat oleh wartawan.<sup>11</sup>

Konsepsi konstruksionis menganggap fakta dan realitas bukanlah suatu yang tinggal diambil begitu saja kemudian ada dan dijadikan sebuah berita, Menurut Carey, realitas bukanlah suatu yang terberi, sebaliknya bahwa realitas itu diproduksi :

*“ Reality is not Given, not humanity existent, independent of language and toward which language stands as a pale refraction. Rather, reality is brought into existence,, is produced, by communication,--by in short, the construction apprehension, and utilization of symbolic forms. Reality, while not a mere function of a*

---

<sup>11</sup> Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, Yogyakarta, 2002, LkiS hal 16-18

*symbolic forms, is produced by a terministic system –that focus its existence in specific terms”.*<sup>12</sup>

Jika mengacu kepada pemikiran Carey di atas, muncul pandangan bahwasanya itu diproduksi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas itu tergantung pada bagaimana sebuah fakta dikonstruksi pikiran dan dikonsepsi. Konsepsi kitalah yang akan membentuk fakta dan mengolah fakta itu sendiri.

Seperti kasus kedatangan menteri luar negeri Amerika Serikat Condoleezza Rice ke Indonesia. Kedatangan utusan gedung putih sangat dipastikan membawa misi dan tujuan tertentu. Kecenderungan berita yang dipublikasikan oleh detik.com kepada publik bahwasanya ada kepentingan sepihak mengenai maksud dan tujuan kedatangan menteri luar negeri AS tersebut ke Indonesia. Hal ini Indonesia dirugikan dengan berbagai tawaran-tawaran yang membawa kepentingan Amerika seperti contoh bantuan pelatihan bagi militer Indonesia dengan alasan kerjasama dibidang pertahanan dan keamanan, akan tetapi berbagai tuntutan dari AS dilontarkan kepada pemerintah Indonesia salah satunya adalah Amerika meminta jaminan keamanan pada selat malaka, kita tau bahwa selat tersebut merupakan jalur utama perdagangan serta distribusi minyak dari Timur Tengah ke Amerika Serikat, otomatis pihak Amerika mempunyai tendensi agar jalur tersebut aman dan tidak ada hambatan dalam distribusi minyak.

Realitas ini bisa dimaknai sebagai tuntutan kepada kebenaran dan keadilan kepada pihak Amerika. Fakta di atas bisa saja menjadi benar, didukung oleh fakta

---

<sup>12</sup>Carey, “*Communication as a culture*” dalam Eriyanto (2002), *Ibid*, hal. 20

dan argumentasi yang sama-sama kuat, serta tergantung bagaimana fakta dilihat dan didekati.<sup>13</sup>

Media bukanlah suatu yang murni sebagai saluran seperti konsepsi positivis, media adalah subjek yang mengkonstruksi realitas, teks mediapun berisi pandangan bias dari pihak media. Media sering disebut juga agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Media memilih realitas mana yang diambil dan mana yang tidak, mana yang dianggap penting dan mana yang tidak, mana yang ditonjolkan dan mana yang dikaburkan.

Tabel 1.1

**Perbedaan paradigma Positivis dan Konstruksionis**

No	Positivis	Konstruksionis
1	Ada fakta yang riil yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal	Fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran suatu fakta berseifat relatif, berlaku dalam konteks tertentu
2	Media sebagai saluran pesan	Media sebagai agen konstruksi pesan
3	Berita adalah cermin dan refleksi dari kenyataan. Karena itu berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak diliput	Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas
4	Berita bersifat obyektif. Menyingkirkan opini dan pandangan subyektif dari pembuat berita	Berita bersifat subyektif : opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subyektif
5	Wartawan sebagai pelapor	Wartawan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial
6	Nilai, etika, opini, dan pilihan moral berada diluar proses peliputan berita	Nilai, etika atau keberpihakan wartawan dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu

<sup>13</sup> Eriyanto, *Ibid*, 2002, hal. 21

		berita
7	Nilai, etika, dan pilihan moral harus berada di luar proses penelitian	Nilai, etika, dan pilihan moral bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian
8	Berita yang diterima sama seperti apa yang dimaksudkan oleh pembuat berita	Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri yang memungkinkan penafsiran tersebut berbeda dengan pembuat berita
9	Tujuan penelitain : eksplanasi, prediksi, dan kontrol	Tujuan penelitian : Rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang dileliti
10	Peneliti berperan sebagai <i>disinterested scientist</i>	Peneliti berperan sebagai <i>passionate participant</i> , fasilitator yang menjembatani keragaman subyektifitas pelaku sosial
11	Transmisi : makna terdapat secara inheren ada dalam teks, dan ditransmisikan kepada pembaca	Negosiasi : Makna adalah hasil dari proses saling mempengaruhi antara teks dan pembaca. Makna bukan ditransmisikan, tetapi dinegosiasikan
12	Dualis : Ada realitas objektif, sebagai suatu realitas yang eksternal di luar peneliti. Peneliti harus sejauh mungkin membuat jarak dengan objek penelitian	Transaksionalis : Pemahaman tentang suatu realitas, atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti
13	Objektif : Analisis teks tidak boleh menyertakan penafsiran atau opini peneliti	Subjektif Penafsiran bagian tidak terpisahkan dari penelitian teks, bahkan dasar dari analisis teks
14	Intervensionis: Pengajuan hipotesis dalamstruktur hipotetico-deductive method, melalui lab eksperimen atau survei eksplanatif, dengan analisis kuantitatif	Reflektif/ dialektik : menekankan empati dan interaksi dialektis antara peneliti-teks untuk merekonstruksi realitas yang diteliti melalui metode kualitatif
15	Kriteria kualitas penelitian : Objektif, validitas , dan reliabilitas (internal dan eksternal)	Kriteria kualitas penelitian : Otentisitas dan reflektivitas; sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas dihayati oleh para pelaku sosial

**Tabel 1** : Perbedaan paradigma Positivis dan Konstruksionis (Diadopsi dari Eriyanto, Analisis Framing, "Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media", Yogyakarta, LkiS, 2002, hal. 20 - 63)

### 3. Media dan Proses Produksi Berita

Ben H. Badikian dalam bukunya "The Media Monopoly" menyatakan bahwa; "*The mass media become the authority at any given moment for what is true and what is false, what is reality, what is fantasy, what is important and what is trivial*"<sup>14</sup>. Pernyataan tersebut mengandung makna bahwa media memiliki wewenang dalam mengkonstruksi realitas mulai dari mana yang benar dan yang salah, kemudian mana yang menjadi realitas dan mana yang hanya sekedar fantasi sebagai penguat berita, dan kemudian mana yang dipandang penting dan mana yang sepele.

Tidaklah mudah bagi media dalam mengkonstruksikan makna yang dijadikan sebuah berita, melainkan melalui proses-proses tertentu yang cukup rumit serta banyak sekali pengaruh-pengaruh dari dalam institusi media itu sendiri maupun pengaruh dari luar. Media mempunyai sifat menceritakan peristiwa-peristiwa, maka aktifitas yang paling mendasar dari media adalah mengkonstruksikan realitas sebelum menyampaikannya ke khalayak.

Pada mulanya sebuah media diyakini sebagai lembaga yang sangat membantu publik dalam memberikan akses informasi, berita, edukasi dan hiburan, sehingga kredibilitas media dapat dipertanggung jawabkan serta tidak menyimpang. "*Media are obligated their credibility in the eyes of readers as they do so.*"<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Badikian, dalam Subandy Ibrahim, "*Industri Pers, Panik Politik, dan Tirani Massa*", Jurnal Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, Vol.V 2000, hal. 1

<sup>15</sup> Hallin "*The American News Media : A Critical Theory Perspective*" dalam Michael Schudson "*The Power Of News*", Harvard University Press, Cambridge Massachutes, London, England, hal. 5

Disitu disebutkan bahwasanya media dituntut untuk dapat membangun kredibilitas di mata para pembacanya, berupa kebenaran di dalam setiap pemberitaannya. Hal tersebut perlu diperhatikan karena tolok ukur utama pemberitaan adalah kebenaran<sup>16</sup>. Sehingga pembaca merasa yakin dan percaya atas apa yang media kabarkan kepada mereka dan juga menghilangkan unsur pembodohan publik yang sampai sekarang terus menjamur.

Lima prinsip dasar yang perlu diketahui dalam memahami media<sup>17</sup>:

1. Media tidak secara sederhana merefleksikan atau meniru realitas.
2. Seleksi, tekanan dan perluasan makna terjadi dalam setiap hal dalam proses konstruksi dan penyampaian pesan yang kompleks.
3. Audiens tidaklah pasif dan mudah diprediksi, tetapi aktif dan berubah-ubah dalam memberikan respon.
4. Pesan tidak semata-mata ditentukan oleh keputusan produser dan editor tapi juga oleh pemerintah, pengiklan maupun media yang kaya.
5. Media memiliki keanekaragaman kondisi yang berbeda yang dibentuk oleh perbedaan teknologi, bahasa dan kapasitas.

Banyak sekali pengaruh internal maupun eksternal dari media dalam menyampaikan pesan. Media memberikan informasi kepada audiennya, kemudian ada proses interpretasi dan persepsi dari audien terhadap pesan yang mereka terima dari media. Pada akhirnya terbentuklah sebuah persepsi dan opini publik

---

<sup>16</sup> Siregar, "Antara Nilai Berita dan Mempertahankan Citra Bangsa", dalam Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, Vol VI 2001, hal. 82

<sup>17</sup> Hart, *Understanding the Media: A Practical Guide*, Routledge, London and New York, 1991, hal. 8

yang nantinya akan menentukan sikap audien terhadap media itu sendiri maupun terhadap berita yang ditayangkan.

Denis McQuaill memberikan enam perspektif dalam melihat peranan media<sup>18</sup>:

1. Media dipandang sebagai *Window an events and experience*. Media merupakan jendela yang memungkinkan khalayak untuk mengetahui berbagai peristiwa serta apa yang terjadi diluar. Maka dari itu media dianggap sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa di dunia.
2. Kemudian media diasumsikan sebagai *Mirror of events in society and the world, implaying faithful reflection*. Media merupakan cerminan dari berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan peristiwa dengan apa adanya. Media juga merupakan alat refleksi realitas.
3. Media berperan sebagai filter atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal, mana yang perlu diberitakan dan mana yang tidak dianggap perlu, semua tergantung dari pihak media.
4. Media mempunyai peran sebagai *guide*, penunjuk jalan atau sebagai *interpreter* yang menerjemahkan dan menunjukkan arah dari ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
5. Media sebagai forum, mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya *feedback*.

---

<sup>18</sup> Subiakto, *Menggagas Sistem Media Yang Demokratis Untuk Indonesia Baru*, dalam Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi, *op.cit.* hal.10-11

6. *Interlocutor*, media tidak sekedar sebagai tempat untuk lalu lalang informasi. Akan tetapi media juga sebagai partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, bukan karena ada realitas obyektif yang berada di luar, melainkan karena orang akan mengorganisasikan dunia yang abstrak ini menjadi dunia yang koheren dan beraturan serta mempunyai makna.<sup>19</sup> Proses terbentuknya berita tersebut melalui proses-proses yang rumit, dari wartawan, kemudian masih disunting lagi oleh redaktur dan sebagainya, jadi inti dari hal tersebut adalah setiap bagian di media pada dasarnya membentuk dan masing-masing mengkonstruksikan sebuah realitas.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya "Mediating The Message" dengan kritisnya mengungkapkan bahwa "*.. and we establish that media that do not always mirror reality*"<sup>20</sup> ("dan kami membuktikan bahwa media tidak selalu mencerminkan realitas"). Berita yang ditulis tidaklah mencerminkan realitas yang sesungguhnya melainkan melalui berbagai proses di ruang redaksi.

Ada lima faktor yang mempengaruhi pendefinisian sebuah realitas sosial oleh media:

1. Faktor individual.

"Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media. Latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat

---

<sup>19</sup> Eriyanto, *op.cit*, hal. 101

<sup>20</sup> Shoemaker and Reese (1996) *Mediating The Message, 2nd Edition*, New York, Longman Publishers USA, hal. 7



pendidikan, budaya akan mempengaruhi pola pemberitaan”.<sup>21</sup> Faktor individual merupakan hal yang mempengaruhi pemberitaan. Bagaimana latar belakang seseorang di balik media seperti halnya wartawan yang dilihat dari faktor tingkat pendidikan, jenis kelamin, agama dan budaya sangat mempunyai pengaruh dalam menangkap fakta kemudian dituangkan dalam pemberitaan. Hal tersebut jika dianalogikan sebagai berikut; ada dua wartawan yang berbeda agama misalnya sedang meliput konflik antar agama pada suatu masyarakat. Dengan masing-masing keyakinan yang mereka miliki, pemberitaan pun sangat memungkinkan menjadi cerminan latar belakang agamanya. Begitu juga perbedaan budaya, kelamin, dan juga tingkat pendidikan akan sangat mempengaruhi *frame* yang ada pada individu masing-masing.

## 2. Rutinitas Media.

”Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita, rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk melalui proses dan tangan siapa saja sebelum sampai ke proses cetak”.<sup>22</sup> Dalam proses produksi berita di sini ada beberapa fakta yang harus ditonjolkan dan sementara ada juga yang dihilangkan. Proses perampingan fakta tersebut tentunya dilakukan dalam rutinitas kerja keredaksionalan, yaitu bentuk dari rutinitas kerja organisasi media. Setiap hari institusi media tidak pernah lepas dari produksi berita, proses seleksi itu merupakan bagian dari rutinitas dan keteraturan kerja yang harus dijalankan pada setiap harinya. Agar proses produksi terutama

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hal. 102

<sup>22</sup> *Ibid*, hal. 137

pada proses seleksi berita menjadi lebih efektif, cepat, tepat serta akurat maka berita atau peristiwa dikategorikan dalam berbagai bidang. Wartawan dibagi ke dalam beberapa departemen<sup>23</sup>: seperti contoh bidang ekonomi, politik hingga kebudayaan maupun olah raga agar para wartawan dapat menghasilkan berita yang berhubungan dengan kategori tersebut. Agar berita dapat diperoleh secara menyeluruh ke penjuru tanah air, maka wartawan juga diklasifikasikan sebagai koresponden daerah dan nasional. Praktek seperti ini bertujuan agar mekanisme kerja organisasi media ini lengkap dengan pembagian kerjanya, pelimpahan wewenang serta efektifitas kerja itu sendiri. David Croteau dan William Hoynes mendeskripsikan tentang aktifitas pada *News Organization*: "Every day, a news staff must generate enough copy to fill up a newspaper, regardless what did or did not happen that day. This mean that editors and reporter must find news each and every day"<sup>24</sup>. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa apapun yang terjadi, reporter harus mampu mendapatkan berita dalam satu hari untuk mengisi berita pada hari itu juga. Itulah gambaran secara garis besar mengenai rutinitas *News Organization*. Berita tersebut bisa bermacam-macam, mulai berita kriminal, olah raga, medis, hingga *lifestyle*.

Pada intinya proses produksi berita ini sangat dipengaruhi oleh rutinitas kerja organisasi dimana sebuah berita di proses melalui tahapan-tahapan tertentu, dikonstruksi oleh wartawan serta tim redaksi pada institusi tersebut dan kemudian pada akhirnya disajikan kepada khalayak.

---

<sup>23</sup> Eriyanto, *op.cit* hal. 103

<sup>24</sup> Croteau and Hoynes, *Media Society: Industries, Images, and Audience*, Second Edition, Pine Forge Press, Thousand Oaks, London, hal. 124.

Pada dasarnya, kebijakan pemberitaan menekankan pada bagaimana sebuah organisasi media masa memproses informasi untuk disampaikan kepada khalayaknya yang umumnya meliputi<sup>25</sup>:

- a. *Kebijakan dalam menentukan kriteria sebuah berita untuk bisa disiarkan termasuk kelengkapannya. Serta kecenderungan memilih tema-tema tertentu sesuai dengan identitas media serta khalayaknya.*
- b. *Kebijakan tentang mekanisme peliputan/ operasional redaksi. Meliputi bagaimana proses yang dilalui oleh aktifitas dalam redaksi mulai dengan source berita, rapat budgeting, evaluasi dan sebagainya.*
- c. *Kebijakan pengemasan berita/ Packaging. Bagaimana departemen pemberitaan merencanakan tampilan berita mulai dari urutan berita, pengaturan waktu dan segala sesuatu yang masuk dalam rundown berita.*

Fisman dan Tuchman membuktikan sebuah organisasi berita harus mampu mengetahui serta mengantisipasi di mana suatu peristiwa itu akan terjadi: *news organization must be able to anticipate where news will happen- before it happens- and structure their reporters' assignment accordingly*<sup>26</sup>.

Media harus dapat mengkoordinir para reporter dengan baik dan juga secara terstruktur. Hal tersebut dimaksudkan agar informasi dan berita yang didapatkan menjadi lebih cepat dan efisien dan kemudian disajikan kepada masyarakat.

### 3. Institusi Media

“Sebuah pembentukan berita dipengaruhi oleh institusi media. Wartawan, editor, layouter dan fotografer, adalah bagian kecil dari institusi media. Pengelola media dan wartawan bukanlah orang tunggal yang menentukan sebuah berita, lebih dari itu, ada aspek lain yang mempengaruhi seperti bagian pemasaran, pengiklan dan pemodal”<sup>27</sup>.

<sup>25</sup> Selamun, dalam makalah Seminar SCTV Goes To Campus, April 2002.

<sup>26</sup> Fishman (1980) dan Tuchman (1978) dalam Croteau and Hoynes, *op.cit*, hal. 124

<sup>27</sup> Shoemaker & Reese, *op.cit* hal. 172-173

Pengaruh tersebut berkaitan dengan kepemilikan modal atau faktor ekonomi, pengiklan dan pemasaran. Hal itu menjadi faktor penting dalam mempertimbangkan di mana berita akan di tempatkan. Apabila suatu kasus atau peristiwa dapat meningkatkan penjualan dalam arti banyak pihak yang akan mengiklankan produk mereka, maka berita tersebut sangat memungkinkan untuk di tempatkan pada *headline*. Begitu juga sebaliknya jika berita dinilai kurang dapat meningkatkan omah penjualan, maka berita bisa saja dijadikan berita pelengkap dan bahkan tidak dimuat dalam pemberitaan.

#### 4. Faktor Ekstra Media

Faktor ini berasal dari luar institusi media. Ada tiga faktor di luar institusi media yang dapat mempengaruhi pemberitaan, yaitu :

##### a. Faktor yang datang langsung dari sumber berita.

"Sumber berita tidak dilihat sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi berita. Sumber berita tentu saja memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberitakan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya, dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya."<sup>28</sup>

Beragam sumber informasi membuat media memilah-milah kembali mana berita yang sekiranya dapat menimbulkan manfaat positif bagi suatu media. Seperti misalnya jika ada sebuah informasi yang sekiranya dapat membangun citra positif media, maka media pasti akan memberitakan informasi tersebut. Citra positif dari publik kepada suatu media merupakan hal yang sangat istimewa bagi

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hal. 219-220

media tersebut, karena dengan citra positif yang dimiliki media maka publik menilai bahwa media tersebut sangat layak untuk diikuti pada setiap pemberitaannya dan akan mendapatkan kepercayaan dari publik sebagai afiliasi mereka dalam mengakses informasi.

#### b. Faktor Sumber Penghasilan Media

Sebuah institusi media dalam menentukan kelanggengannya, media membutuhkan dana dalam hal ini adalah iklan. "Untuk bertahan hidup kadang kala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. Misalnya media tidak akan memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan iklan".<sup>29</sup>

Hidup matinya media sangat tergantung dengan faktor penghasilan media. Eksistensi media dalam melakukan produksi dapat dilihat dari faktor tersebut. Bahkan bisa dikatakan bahwa media sangat tunduk terhadap calon investor khususnya para pengiklan untuk dapat bertahan dalam masalah finansial. Jika ada sebuah kasus yang menyangkut citra buruk salah satu investor atau pengiklannya, maka tidak mungkin suatu media akan memberitakan kasus tersebut karena hal itu sangat beresiko bagi media untuk ditinggalkan pengiklannya.

#### c. Faktor Eksternal Media

"Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita apa yang disajikan. Ini karena dalam negara yang otoriter, negara menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Pemerintah dalam banyak hal memegang lisensi penerbitan".<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Sudibyo, *Politik dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta 2001, Lkis, hal. 11

<sup>30</sup> *Ibid*, hal. 12

Media tidak bisa sembarangan dalam melakukan sebuah pemberitaan yang menyangkut masalah satu ini jika ingin tetap eksis keberadaannya di luar faktor finansial. Negara mempunyai faktor yang luar biasa dalam melakukan kontrol terhadap media. Berbagai macam aturan ditetapkan oleh pemerintah kepada media dalam melakukan pemberitaan. Apalagi pemberitaan mengenai eksistensi pemerintah yang berkuasa pada suatu negara. Jika pemberitaan tersebut mencitrakan buruk satu pemerintahan, maka media dapat berubah seketika menjadi musuh penguasa, dan konsekuensinya media bisa dibredel seperti yang terjadi pada pemerintahan otoriter orde baru. Pada waktu itu bagi media yang mencitrakan buruknya suatu pemerintahan, atau menyinggung masalah individu penguasa, maka tekanan demi tekanan akan digencarkan penguasa agar dapat membungkam media tersebut hingga kemungkinan terjadi media akan "diberangus" dan dimatikan. Maka dari itu media dengan segala macam taktiknya, cenderung merubah gaya pemberitaannya untuk menghindari konsekuensi yang akan diterima. Berbeda halnya dengan pemerintahan yang demokratis, faktor yang sangat mempengaruhi pemberitaan adalah pasar dan bisnis.

##### 5. Level Ideologi

"Dalam konteks ini, ideologi diartikan sebagai kerangka pikir yang dipakai oleh setiap individu untuk melihat realitas dan bagaimana individu tersebut menghadapinya. Ideologi pada tataran ini adalah suatu konsep yang abstrak, yang berhubungan dengan konsepsi individu dalam menafsirkan suatu realitas. Ideologi yang abstrak diartikan sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang

menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik.”<sup>31</sup>

Setiap media mempunyai ideologi masing-masing, ideologi tersebut terbentuk dan berakar dari sebuah kepentingan dan latar belakang individu pendiri atau orang-orang yang sangat berpengaruh pada saat media tersebut. Media dengan leluasa memberitakan suatu kasus dan mengacu pada konsep berpikir media yang telah terkontaminasi berbagai kepentingannya. Publik digiring, dibujuk serta dipengaruhi media agar sependapat dengan apa yang diberitakannya. Hal ini sangat dirasakan para jurnalis dalam menulis berita, jurnalis pada suatu media sering mengalami dilema dalam benaknya karena mereka terkonsep oleh ideologi yang dianut media. Maka dari itu seorang jurnalis tidak dapat menulis berita seperti yang diinginkan walaupun itu sesuai dengan realitas tetapi tidak sesuai dengan ideologi media.

Media mempunyai ideologi profesional sebagai landasan kerja. Orang-orang yang bekerja pada media termasuk wartawan itu sendiri mempunyai batasan profesional untuk menilai kualitas kerja yang mereka lakukan. Ideologi profesional wartawan yang paling kelihatan adalah tentu saja apa itu berita.<sup>32</sup> Semua ada aturannya untuk menilai sejauh mana kualifikasi serta kualitas pekerjaan wartawan dan keberhasilan mereka. Kriteria berita yang memadai itulah yang disebut sebagai berita. Berita apa saja yang dinilai baik, mana yang memiliki kriteria yang baik untuk dipublikasikan, dan juga apakah berita tersebut telah sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari institusi media tersebut. Suatu peristiwa

---

<sup>31</sup> Shoemaker & Reese, *op.cit* hal. 251

<sup>32</sup> Eriyanto, *op.cit*, hal. 104

mempunyai nilai berita, dan karenanya, layak diberitakan jika berita berhubungan dengan orang elit atau orang terkenal, apakah berita mempunyai nilai dramatis, humor, maupun *human interest*, kemudian apakah berita dapat memancing keharuan, kesedihan dan sebagainya. Secara sederhana jika semakin besar peristiwa, maka semakin besar pula dampak yang ditimbulkannya.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menyatakan : ada 6 unsur nilai dalam berita., antara lain :

1. *Prominence/importance. The importance of the story is measured in its impact: how many lives its affects. Fatalities are more important than property damage. Actions of the powerful are newsworthy, because what the powerful do affects the general public*
2. *Human interest. In addition, though, people interested in lots of thing that don't have any direct effect on their lives: celebrities, political gossip, and human dramas. Stories with a human element elicit this kind of interest that's why television news, in particular, illustrates issues through the people affected.*
3. *Conflict/controversy. Why are we so interested in controversy? Its signals conflic and alerts us to important issues. Conflic is inherently more interesting than harmony. May be we assume that the most of the time things are harmonious, but when they aren't we want to know about it.*
4. *The unususal. The un unusal also interests us. We assume that the events of one day will be pretty much like than the next, and the unusual is the exception to that rule.*
5. *Timeliness. News is timely. We have limited attention and want to know what's happening now. Timely events are also more likey to require action.*
6. *Proximity. Event that happen nearby are consideered more newsworthy. Local events usually have more effect than distant ones. Local media seeks local angels in national stories so as to better interest the audience.<sup>33</sup>*

---

<sup>33</sup> Shoemaker and Reese *op.cit.*, hal. 111



*Prominence/important*, mengindikasikan bahwa tingkat kepentingan berita diukur dari berapa banyak khalayak dipengaruhi oleh sebuah berita. Suatu peristiwa yang mengakibatkan kefatalan bagi individu merupakan hal yang sangat penting dari pada sekedar kerusakan atau kehancuran yang bersifat material.

*Human interest*. Khalayak terkadang cenderung lebih gemar dalam hal yang sebenarnya tidak memberikan dampak secara langsung kepada mereka dalam kehidupannya: gosip artis, gosip politik, dan drama tentang kehidupan manusia dan lain-lain.

*Conflict/ controversy*. Kontroversi memang sesuatu yang menarik untuk dikaji, karena hal tersebut akan membawa kita ke dalam isu-isu yang bersifat penting. Konflik cenderung lebih menarik dari pada kehidupan yang harmoni tanpa konflik.

*The Unusual*. Kejadian yang bersifat tidak biasa terjadi dalam kehidupan kita menjadi sangat menarik untuk di perhatikan. Banyak sekali contoh-contoh yang mengacu pada hal tersebut seperti: meteor jatuh, bayi kembar lima dan lain-lain.

*Timeliness*. Sebuah berita tidak terlepas dari waktu, dan khalayak mempunyai perhatian yang terbatas dan ingin mengetahui peristiwa apa yang terjadi saat ini. Maka sebuah berita terkini lebih menarik untuk dinikmati dari pada berita yang sudah basi.

*Proximity*. Kedekatan peristiwa ini mempunyai maksud bahwasanya berita yang mempunyai kedekatan dengan khalayak akan menjadi berita yang sangat menarik dan bernilai. Karena peristiwa yang dekat dengan khalayak akan

memberikan dampak yang dapat dirasakan khalayak dari pada berita sebuah peristiwa yang jauh dan tidak mempunyai kedekatan dengan khalayak.

Dapat diumpamakan seperti sebuah piramida terbalik, dimana peristiwa tersebut terdapat pada ujung piramida. Makin banyak nilai berita itu dilekatkan, makin berada di runcing dari puncak piramida. Nilai berita merupakan produk dari konstruksi sosial. Ia menentukan apa yang layak dan apa yang bisa disebut sebagai berita.

#### 1. Kategori Berita

Proses kerja dan produksi berita adalah sebuah konstruksi<sup>34</sup>. Sepertihalnya, mengapa peristiwa ada yang dianggap penting atau tidak, peristiwa dianggap sebagai berita dan sementara yang lain tidak. Ada beberapa kategori berita yang dicatat oleh Tuchman, wartawan memakai lima kategori berita: *hard news*, *soft news*, *spot news*, *developing news*, dan *continuing news*<sup>35</sup>

*Hard news*, berita dimana saat itu juga sedang terjadi, kategori ini dibatasi oleh waktu dan aktualitas. Jika berita ini secara cepat dapat diberitakan, maka hal tersebut telah menjadi sebuah ukuran keberhasilan. Peristiwa dapat berupa sesuatu yang terencana maupun kejadian *insidental*. *Soft News*, berita bisa berupa *human Interest* dan berita ringan yang lain. *Soft news* ini tidak dibatasi oleh waktu seperti halnya pada *hard news*. *Spot news* merupakan subklasifikasi berita yang berkategori *hard news*. Dalam *spot news*, peristiwa yang akan diliput tidak dapat direncanakan dan diprediksikan seperti kecelakaan, pembunuhan dan lain-lain.

---

<sup>34</sup> Eriyanto, *op.cit*, hal. 108

<sup>35</sup> *Ibid*, hal. 108

*Developing news*, merupakan peristiwa yang tidak terduga, peristiwa yang diberitakan adalah bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan keesokan harinya atau dalam berita selanjutnya.

*Continuing news*, merupakan subklasifikasi dari *hard news*, akan tetapi pada *continuing news* tersebut peristiwa telah direncanakan sebelumnya.

## 2. Ideologi Profesional/ Objektivitas

Menurut Sheomaker dan Reese, objektivitas lebih merupakan ideologi bagi jurnalis dibanding dengan seperangkat aturan atau praktik yang disediakan oleh jurnalis<sup>36</sup>. Dalam pandangan Tuchman, objektivitas adalah “ritual” bagi proses pembentukan dan produksi berita. Ia adalah sesuatu yang dipercaya, menjadi bagian ideologi yang disebarkan oleh dan dari wartawan<sup>37</sup>. Secara umum objektivitas dalam produksi berita itu adalah tidak mencampuradukkan antara fakta dengan opini.

Berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil kerja jurnalistik. Bukan merupakan kaidah yang baku dari jurnalistik. Segala sesuatu yang menyangkut proses konstruksi yaitu, mulai dari pemilihan fakta, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan memberikan andil bagaimana realitas dapat hadir dihadapan publik. Maka kemudian muncul pandangan yang berbeda terhadap obyektivitas jurnalistik. Karya jurnalistik tidak dapat dipandang sebagai standar baku, karena berita itu sendiri adalah hasil konstruksi serta pemaknaan atas realitas pun bisa jadi berbeda antara seseorang dengan yang lainnya. Jadi pada praktik jurnalistik menurut pandangan positivis, hal tersebut sudah tidak murni dan telah

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hal. 112

<sup>37</sup> *Ibid* hal. 113

menyimpang dari sebuah realitas, bias dan dipandang tidak benar. Akan tetapi dalam pandangan konstruksionis hal tersebut merupakan praktik jurnalistik yang dapat dimengerti dengan cara memahami terlebih dahulu bagaimana makna dari suatu peristiwa itu dikonstruksi.

#### 4. Ideologi Media Massa

Setiap media massa memiliki latar belakang pemilik, budaya, khalayak, maupun ideologi yang beragam. Disinilah faktor Ideologi media massa sangat menentukan proses konstruksi atas realitas yang ada yang kemudian dijadikan berita sebagai konsumsi publiknya.

Hampir semua komunitas atau kelompok organisasi memiliki sebuah ideologi yang berbeda-beda sebagai acuan untuk mengajak, meraih tujuan serta dasar berperilaku dari kelompok tersebut. *Ideology has been defined as a set of closely related beliefs, or ideas, or even attitudes, characteristic of a group or community*<sup>38</sup>. Ideologi menekankan pada sesuatu tentang kepercayaan, ide dan karakteristik dari sebuah komunitas atau kelompok.

Ideologi merupakan sebuah sistem nilai, seperti yang dikemukakan oleh Sargent dalam bukunya *Contemporary Political Ideologies* (Ideologi-ideologi Politic Kontemporer): *...Sebuah Ideologi adalah sebuah sistem nilai atau keyakinan yang diterima sebagai fakta atau kebenaran oleh kelompok tertentu. Ia*

---

<sup>38</sup> Macridis (1989): *Contemporary Political Ideologies "Movements and Regimes"*, Fourth Edition, Boston London, , Scott, Foresman and Company, hal.2

*tersusun dari serangkaian sikap terhadap berbagai lembaga serta proses masyarakat*<sup>39</sup>

Ideologi menurut Sargent dipandang sebagai sistem nilai, dimana nilai tersebut yang mendasari dan mengatur suatu kelompok tertentu. Dalam melakukan interaksi dengan kelompok lain, suatu kelompok tersebut mempunyai standar nilai dan standar sikap dalam berinteraksi dengan kelompok lain.

Ideologi memanglah sesuatu yang tidak selalu dipandang sebagai hal yang positif, tapi juga dipandang sebagai suatu hal yang negatif, hal tersebut muncul ke permukaan karena adanya penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan penguasa dalam rangka meraih tujuannya, seperti apa yang diwacanakan oleh Jorge Larrin:

1. Secara positif, ideologi dipahami sebagai pandangan dunia (*world view*) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka.
2. Secara negatif, ideologi dipandang sebagai suatu kesadaran palsu (*false consciousness*) yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial<sup>40</sup>.

Kebohongan-kebohongan sering dilakukan oleh para penguasa dalam mencapai segalanya, seperti memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial, dan pada akhirnya masyarakat mengikuti arus yang dibawa oleh penguasa kelompok tersebut.

---

<sup>39</sup> Sargent, dalam William F. O'neil, *Ideologi-Ideologi Pendidikan*, pengantar Mansour Fakhri, Yogyakarta, 2002, Pustaka Pelajar, hal. 32-33

<sup>40</sup> Larrain (1996) dalam Alex Sobur, "Analisis Teks Media". Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing, Bandung, Remaja Rosdakarya, hal. 61

Seorang filsuf sekaligus teoritis dari Prancis bernama Louis Althusser mempunyai dua tesis tentang ideologi. Tesis pertama Althusser mengenai ideologi ini adalah representasi dari hubungan imajiner antara individu dengan kondisi eksistensi nyatanya, dapat dicontohkan seperti ideologi agama, politik, hukum dan sebagainya<sup>41</sup>. Yang direpresentasikan tersebut bukan relasi riil yang memandu eksistensi individual, tapi relasi imajiner antara individu dengan suatu keadaan di mana mereka hidup didalamnya. Tesis yang kedua mengatakan bahwa representasi gagasan yang membentuk ideologi itu tidak hanya mempunyai eksistensi spiritual, tapi juga eksistensi material. Eksistensi material menurut Althusser ini bisa dijelaskan sebagai berikut: kepercayaan seseorang atau ideologi seseorang terhadap hal tertentu akan diturunkan dalam bentuk-bentuk material yang secara natural akan diikuti oleh orang tersebut. Dapat dicontohkan jika kita percaya kepada Tuhan, maka kita akan beribadah serta sujud kepadanya dengan pergi ke Masjid untuk sembahyang lima waktu bagi yang beragama islam, atau pergi ke Gereja jika beragama Kristen. Seandainya kita percaya keadilan, maka kita akan tunduk pada aturan hukum, menyatakan protes, atau bahkan jika ketidakadilan menimpa kita, maka kita dapat ikut ambil bagian dalam demonstrasi.

Sebagai agen produksi pesan, media massa merupakan cerminan sebuah ideologi. jika kita kaitkan dengan ekonomi kapitalis, media sangat dipengaruhi oleh ideologi dominan. Dan menyebarkan gagasan-gagasan dominan yang

---

<sup>41</sup> Juliasuti, "*Tesis Althusser tentang Ideologi*", <http://www.kunci.or.id/teks/041a2.htm>, 12 April 2006

diproduksi oleh kelas dominan yang sedang menguasai negara<sup>42</sup>. Melalui ideologi, media masa telah mampu menghegemoni masyarakat,<sup>43</sup> sehingga masyarakat cenderung berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkan oleh ideologi dominan.

Dalam memproduksi berita, kelas dominan tidaklah lepas dari kepentingannya. Kepentingan tersebut disisipkan ke dalam isi pemberitaan di media walaupun mereka harus rela dengan mengucurkan dana sebanyak-banyaknya demi meraih kepentingan yang diinginkan. Seperti yang dikatakan Altschull dalam *Second Law Journalism-nya: The content of the media always reflect to the interest of those who finance them*<sup>44</sup>.

Mengacu pada pernyataan Altschull, media selalu mencerminkan sebuah kepentingan dari orang-orang yang mendanai media tersebut.

Penjelasan menunjukkan bahwa kuatnya pengaruh ideologi di balik media massa tersebut dalam mengkonstruksi realitas, sehingga mampu membentuk wacana kepada publik sesuai dengan kepentingan yang mereka inginkan.

## **5. Teknologi Komunikasi, *New Media*, dan Jurnalisme *Online***

Teknologi komunikasi merupakan perangkat yang terstruktur dan terorganisir. Seperti apa yang dikatakan Everett M. Roger : *Communication technology is the hardware equipment, organizational structures, and social*

---

<sup>42</sup>Fajar Junedi, *Lima Genre Utama Teori Media Kritis*,  
<http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com>, 12 April 2006

<sup>43</sup>Iswanto, *Hegemoni Media Massa Dalam Masyarakat Kapitalisme Lanjut Menurut Perspektif Mazhab Frankfurt*, <http://www.sosiologikomunikasikelasB.blogspot.com>, 12 april 2006

<sup>44</sup>Altschull, *Second Law Journalism*, dalam Subiakto, *op.cit*, hal. 13

*values by which individual collect, process, and exchange information with other individual*<sup>45</sup>.

Pernyataan Rogers di atas menunjukkan bahwa teknologi komunikasi adalah sebuah produk yang terstruktur secara organisasional, mempunyai nilai-nilai sosial dimana individu berinteraksi, berproses dan juga saling menukar informasi antara individu dengan yang lainnya.

John Naisbitt berpendapat tentang pentingnya sebuah teknologi informasi bagi masyarakat:

1. *New communication and computer technology bring about a faster flow of information.*
2. *New information technologies give rise to new activities, processes and product.*
3. *Social and political change proceeds at an even more rapid pace, as real-time multimedia communication on a global scale become ever more common*<sup>46</sup>.

1. Teknologi komunikasi dan komputer menjadikan aliran informasi lebih cepat.
2. Teknologi informasi baru memunculkan aktifitas, proses serta produk yang baru.
3. Perubahan sosial politik berjalan secara lebih cepat, sebagai komunikasi multimedia yang digunakan dalam skala global pada saat-saat ini telah menjadi suatu hal yang biasa.

Dengan teknologi, segalanya berubah menjadi cepat, kemudian muncul sebuah pembaharuan terhadap peradaban serta aktifitas kerja manusia di dunia. Bukan hanya pada lingkup sosial masyarakat saja, akan tetapi kehidupan dalam koridor politikpun menjadi serba cepat karena kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi. *Society's next generation may come to increasingly rely on*

---

<sup>45</sup> Rogers, Communication Technology. "The New Media In Society". The Free Press, A Division of Macmillan inc. New York and Collier Macmillan Publishers London(1986) hal. 2

<sup>46</sup> Naisbitt, dalam Pavlik and Dennis, New Media Technology : "*Cultural and Commercial Perspective*", Allyn and Bacon, United States (1996), hal. 306



*computer-based hyperfiction as an important tool for sharing and transferring cultural symbol and meaning*<sup>47</sup>.

Ketergantungan terhadap teknologi akan terus berlanjut dari generasi ke generasi, sehingga ketergantungan terhadap teknologi telah menjadi budaya pada masyarakat. Teknologi dianggap sebagai sesuatu yang sangat penting khususnya dalam mentransformasi makna dan simbol budaya.

Jurnalisme media *online* merupakan salah satu dari *new media technology* (teknologi media baru) dimana jurnalisme media berada dalam dunia maya atau lebih sering dikenal sebagai jurnalisme *online*. Teknologi media baru ini mentransformasi berbagai hal hampir di segala aspek kehidupan. *“These technologies are radically transforming almost every aspect of how we communicate and with whom, as well as just about any other demention of our live, from dating to making money to health cares”*<sup>48</sup> “Teknologi ini mentransformasikan segala aspek bagaimana dan kepada siapa kita berkomunikasi, dan sekaligus mengenai dimensi lain pada kehidupan kita, dari mulai hal perkencanan, sesuatu yang dapat menghasilkan uang, dan juga hingga persoalan perawatan kesehatan”

Teknologi media baru mempunyai sifat mentransformasi makna dalam segala hal dan persoalan kehidupan manusia dari persoalan pribadi hingga organisasi. Bagaimana keragaman manusia berkomunikasi juga dapat kita temukan di teknologi media baru. Neuman mengungkapkan bahwa *New media* merupakan sesuatu yang menjadikan sebuah perbedaan antara komunikasi yang

---

<sup>47</sup> *Ibid*, hal. 331

<sup>48</sup> *Ibid*, hal. 1

bersifat privat dan publik, komunikasi interpersonal dan komunikasi massa semuanya menjadi terkaburkan: *We are witnessing the evolution of a universal interconnected network of audio, video, and electronic text communication that will blur the distinction between interpersonal and mass communication and between privat and public communication*<sup>49</sup>

Pendapat Neuman di atas menyebutkan bahwa perkembangan yang terjadi pada jaringan yang saling terhubung secara universal seperti audio, video, dan teks elektronik komunikasi akan mengaburkan batasan-batasan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa, dan begitu juga mengaburkan batasan antara komunikasi privat dan komunikasi publik. Jadi pandangan tersebut sangat terlihat dengan adanya perkembangan media baru, segala sesuatu sangat memungkinkan untuk menjadi berubah, seperti batasan-batasan komunikasi di atas pun bisa menjadi terkaburkan. Di sini ada beberapa kunci penting tentang adanya *new media* dalam kehidupan kita:

1. *The new media will become increasingly less expensive*
2. *They will once again alter the meaning of geographic distance.*
3. *They provide the capability increasing the speed of communication*
4. *They allow for a huge increase in the volume of communication.*
5. *They allow for more channels of information flow*
6. *They provide opportunities for interactive communication*
7. *They provide more control for individual users.*
8. *They allow forms of communication that were previously separate to overlap and interconnect*<sup>50</sup>.

*New media* membuat segalanya menjadi serba cepat, cenderung lebih murah, sangat tidak mempengaruhi jarak, lebih bersifat interaktif dan memberikan kontrol terhadap para penggunanya. Media baru juga melengkapi bentuk-bentuk

---

<sup>49</sup> Neuman (1991), dalam Croteau and Hoynes, *Media Society: "Industries, Images, and Audience"*, Second Edition, Pine Forge Press, Thousand Oaks, London, hal. 318

<sup>50</sup> *Ibid*, hal. 318

komunikasi yang sebelumnya cenderung terpisah kemudian saling melengkapi dan saling menghubungkan antara satu dengan yang lain.

Seperti halnya jurnalisme konvensional, jurnalisme media *online* terdapat proses penyampaian makna serta realitas dari sumber kepada audien melalui berita yang tidak bisa terlepas dari proses konstruksi. Jika dilihat dari segi proses konstruksi terhadap sebuah realitas, jurnalisme media *online* tidak ada bedanya dengan jurnalisme media konvensional. Letak perbedaannya adalah jurnalisme media *online* merupakan kecanggihan teknologi dimana jurnalisme tersebut menggunakan *tool* atau perangkat teknologi komunikasi.

Dalam era jurnalisme *online* ini banyak sekali bermunculan surat kabar yang telah memanfaatkan kecanggihan teknologi. Surat kabar elektronik tidak lain bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan mereka dengan mempermudah dan mempercepat para pembaca untuk mengakses berita, serta pembaca dapat langsung berinteraksi dengan berita yang mereka akses. Roger Fidler menawarkan nasehat kepada para industri pers di era digital ini: *Only those newspaper that can blend credible, high-quality information with compelling, interactive presentation will have opportunity to live long and prosper*<sup>51</sup>. “Hanya surat kabar kredibel saja yang dapat menggabungkan isi, informasi kualitas tinggi yang penuh daya tarik dan menawarkan interaktivitas akan mempunyai kesempatan hidup lebih lama dan berhasil dengan baik”.

Jurnalisme online merupakan jurnalisme dunia maya. Hal penting yang membedakan jurnalisme online dengan jurnalisme *offline* adalah:

---

<sup>51</sup> *Ibid* hal. 199

1. *Jurnalisme online telah mendefinisi ulang tentang konsep sumber dari isi media karena setiap orang dapat menjadi penyedia isi (content provider) media.*

2. *Jurnalisme online menawarkan interaktivitas sebagai salah satu daya tariknya kepada pembaca. Interaktivitas ditawarkan dalam bentuk e-mail, online polls, bulletin boards, forums, discussion groups, online chat dengan reporter atau newsmaker<sup>52</sup>.*

Jurnalisme online merupakan wujud dari kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi pada saat ini. Banyak sekali perubahan dalam tatanan sosial masyarakat akibat dari kecanggihan teknologi tersebut. Masyarakat menjadi serba praktis dan cepat dalam melakukan aktifitasnya.

Detik.com dan Kompas Cyber Media adalah sebagian media yang memanfaatkan kecanggihan teknologi jurnalisme online dalam mengkonstruksi dan mentransfer makna kepada khalayak.

## **6. Analisis Framing**

Dalam penelitian ini digunakan analisis *framing*. *Framing* atau sering disebut juga dengan *frame* atau bingkai adalah salah satu cara untuk mengetahui bagaimana realitas atau peristiwa dibingkai oleh media dengan konstruksi yang berbeda-beda. Kemudian pemahaman di sini bukan berupa apakah berita yang dikonstruksi bersifat positif atau negatif, melainkan bagaimana media tersebut mengkonstruksi realitas. Kemudian di dalam penelitian ini nantinya akan terlihat bagaimana masing-masing media *online* yaitu Detik.com dengan Kompas Cyber Media dalam mengkonstruksi berita atau peristiwa kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat Condoleezza Rice ke Indonesia. Dalam hal ini, sebuah realitas

---

<sup>52</sup> Muria Endah Sukowati "Jurnalisme online" <http://www.pertekom.blogspot.com>, 9 Mei 2006

tidaklah seperti riil apa adanya melainkan realitas yang sesungguhnya pada media telah melalui proses konstruksi.

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson (1955)<sup>53</sup>. Pada awalnya *framing* dimaknai dengan struktur konseptual atau sebagai perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar sebagai bentuk apresiasi terhadap realitas. *Framing* merupakan perpanjangan dari teori agenda setting seperti yang dikemukakan oleh Mc. Comb dan Shaw : *Mass media have the ability to transfer the salience of items on their news agendas to public agendas*<sup>54</sup> media dipandang memiliki kemampuan untuk memindahkan unsur-unsur yang menonjol dari agenda beritanya kepada agenda publik.

*Agenda setting* lebih menitikberatkan pada isu-isu yang menonjol/penting. Penonjolan isu bertujuan agar informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik perhatian khalayak, dan juga khalayak akan lebih dimudahkan dalam mengingat informasi tersebut. Penonjolan isu tersebut dapat ditempatkan pada *headline* depan atau bagian belakang, berupa pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang digambarkan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan lain-lain<sup>55</sup>. Hal ini sangat berkaitan dengan apa yang dikatakan McCombs mengenai level-level dalam *agenda setting*.

---

<sup>53</sup> Sudibyo (1992) dalam, Alex Sobur, *op.cit*, hal.161

<sup>54</sup> Griffin, *A First Look at Communication Theory*, Fourth edition, The Mc Graw—Hill Company, 2000, hal. 360

<sup>55</sup> Nugroho, Eriyanto, dan Surdiasis, *Politik Media mengemas Berita*, Institut Study Arus Informasi, LKiS Yogyakarta, hal. 21

Menurut McCombs, ada dua level dalam *agenda setting*:

1. *The transfer of salience an attitude object on the mass media's pictures of the world to a prominent place among the pictures in our head.*
2. *The transfer of the salience of a bundle of attributes that the media associated with an attitude object to the specific features of the image projected of the walls of our mind<sup>56</sup>.*

Di dalam dua level *agenda setting* tersebut McCombs menggambarkan bahwa agenda setting adalah proses transfer obyek-obyek yang ditonjolkan oleh media massa ke dalam alam pikiran kita. Apa yang menjadi agenda media, kemudian ditonjolkan dalam mengkonstruksi berita, yang akhirnya tertanam dalam benak khalayak mengenai apa yang diinginkan oleh media atas khalayaknya. Media memiliki kekuatan untuk membentuk agenda khalayaknya, kemudian menjadikan suatu hal penting untuk mereka lakukan.

Framing juga mempunyai peran dalam memahami media khususnya dalam kehidupan perpolitikan. Seperti yang diungkapkan Stephen D. Reese, *Framing has been particulary useful in understanding the media's role in political life<sup>57</sup>*. Media dijadikan alat politik yang dapat mempengaruhi, membujuk dan membentuk opini publik.

*Framing* tidak bisa lepas dari suatu kepentingan, komunikator, sumber-sumber dan budaya yang mana keempat komponen tersebut menghasilkan sebuah cara bagaimana memahami dunia. *Framing is concerned with the way interests, communicators, sources, and culture combine to yield coherent ways of*

---

<sup>56</sup> McCombs, *Agendas Of Attribute and Frame*, dalam Em Griffin, *op. cit*, hal. 367

<sup>57</sup> Reese, Gandy and Grant: *Framing Public Life "Perspectives on Media and Our Understanding of Social World"* Lawrence Erlbaum Associstes, Publishers, Mahwah New Jersees London, 2001, hal.7

*understanding the world, which are developed using all of the available verbal and visual symbolic resources*<sup>58</sup>.

Setelah komponen di atas bergabung untuk membaca serta mengkonstruksi teks, berikutnya adalah proses pengembangan *framing* dengan menggunakan simbol-simbol verbal maupun visual yang tersedia.

Ada empat model analisis framing yang banyak menjadi acuan penelitian, yaitu Murray Edelman, model Robert N. Entman, model William A. Gamson, dan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Keempat model analisis *framing* tersebut mempunyai karakter dan ciri yang berbeda dalam menganalisis teks pada media.

Murray Edelman mendefinisikan analisis *framing* sebagai apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan mengkonstruksi realitas<sup>59</sup>. Penafsiran realitas tersebut bisa jadi beranekaragam, hal tersebut sangat tergantung bagaimana khalayak itu sendiri menafsirkan realitas.

*“what we know about the nature of social world depends upon how we frame and interpret the cues we receive about the world. Those cues would be confusing if our minds did not give them particular meanings by focusing on a few and ignoring most and by placing those at receive attention into specific categories”*<sup>60</sup>

“Apa yang kita ketahui tentang keadaan sosial yang alamiah tergantung bagaimana kita membingkai dan menginterpretasikan isyarat-isyarat tentang dunia yang kita terima. Isyarat-isyarat tersebut dapat membingungkan kita jika pikiran kita tidak mengartikannya ke dalam makna tertentu dengan sedikit memfokuskan serta banyak mengabaikan dan menempatkan perhatiannya ke dalam kategori tertentu”.

---

<sup>58</sup> *Ibid*, hal. 11

<sup>59</sup> Eriyanto, *op.cit*, hal. 155

<sup>60</sup> Edelman, “Constable Categories and Public Opinion” dalam Eriyanto, *Ibid* hal.156

Edelman menitikberatkan *framing* ini pada bagaimana kita membingkai dan menginterpretasikan realitas serta memfokuskan ke dalam kategori yang tertentu.

Robert M. Entman lebih lanjut mendefinisikan *framing* sebagai berikut: *Framing as selecting some aspects of a perceived reality to enhance its salience in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/ or treatment recommendation*<sup>61</sup>. “Seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa tersebut lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi dan menyajikannya secara khusus definisi sebuah masalah, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral, dan tawaran penyelesaian bagaimana masalah itu digambarkan.”

Analisis *framing* mengacu pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam sebuah wacana sebagai landasan kerangka pikir terhadap suatu peristiwa.

Analisis *framing* difokuskan oleh Gamson dan Modigliani berupa bagaimana media membingkai satu realitas menjadi beragam realitas ke dalam cara bercerita (*story line*) atau runtutan ide-ide yang tersusun dengan baik. Gamson melihat wacana (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui makna konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Entman (1993a) “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, dalam Reese, Gandy and Grant: *op.cit* hal.10

<sup>62</sup> Gamson and Modigliani “Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power” : *A Constructionist Approach*, American Journey of Sociology dalam Eriyanto, *op.cit*, hal. 223-224



Ada dua level *framing* menurut pandangan William A. Gamson<sup>63</sup>:

*Pertama*, dalam level personal: menandakan bagaimana seseorang mempunyai konstruksi yang bisa jadi berbeda-beda atas suatu realitas atau peristiwa. Konstruksi tersebut menentukan bagaimana dunia dihayati, dialami dan dimengerti.

*Kedua* adalah level kultural : menandakan bagaimana budaya masyarakat dan alam pikiran khalayak menentukan bagaimana peristiwa atau isu itu dikonstruksi dan dibentuk. Pada level ini individu mempunyai pengalaman sejarah, latar belakang biografis, interaksi, dan preposisi psikologis tersendiri yang digunakan olehnya dalam mengkonstruksi makna.

Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki mendefinisikan *framing* sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut<sup>64</sup>. Pada *framing* ini bahwasanya setiap berita itu mempunyai bingkai yang berfungsi sebagai pengolahan dari ide-ide, maksudnya adalah bagaimana ide itu diorganisir kemudian muncul sebuah anggapan khalayak dari pendefinisian kita tentang realitas.

Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki mempunyai asumsi bahwasanya ada dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan<sup>65</sup>:

1. Konsep psikologi, konsep ini menekankan bagaimana seseorang memperoleh informasi dalam dirinya. *Framing* berkaitan dengan struktur

---

<sup>63</sup> Eriyanto, *ibid*, hal. 217

<sup>64</sup> Pan dan Kosicki, "Framing Analysis: An Approach to News Discourse," "Political Communication", *Ibid* hal 252

<sup>65</sup> Eriyanto, *Ibid*, hal. 252

dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. *Framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Inti dari konsepsi psikologis ini adalah melihat dari sisi proses pada internal seseorang, serta bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa dengan kognisinya dalam menafsirkan suatu peristiwa.

2. Konsep sosiologis, yaitu dipandang dari sisi bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Framing* dipahami sebagai proses seseorang dalam melakukan klasifikasi, koordinasi, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas yang ada di luar dirinya.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif; “jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain” (Strauss dan Carbin 2003:4). Penelitian ini menganalisis isi teks media dengan menggunakan paradigma konstruksionisme dengan menggunakan analisis *framing*. Hal tersebut didasari atas tidak adanya prosedur statistik pada penggunaan metode *framing*, melainkan bagaimana media mengkonstruksi, mengemas dan membingkai realitas untuk dijadikan berita.

## **2. Obyek Penelitian**

Adapun obyek penelitian ini adalah situs *online* Detik.com dan Kompas Cyber Media. Pemilihan dua situs *online* tersebut berdasarkan pada adanya perbedaan yang signifikan pada Detik.com dengan Kompas Cyber Media dalam mengkonstruksi realitas tentang kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat ke Indonesia. Khususnya dalam hal membingkai berita maksud, dan tujuan kunjungan menlu Condoleeza Rice tersebut.

## **3. Jenis-Jenis Data**

Jenis-jenis data yang diperoleh pada penelitian ini adalah:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari sumbernya yaitu dengan mengumpulkan data pada situs Detik.com dan Kompas Cyber Media yang mengangkat masalah kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat Condoleeza Rice ke Indonesia edisi 14 Maret 2006.

### **2. Data Sekunder.**

Data sekunder adalah data-data yang berfungsi sebagai pelengkap dari data-data primer, berupa studi-studi pustaka, studi literatur, jurnal, serta refrensi dan dokumentasi yang lain yang sekiranya relevan dengan penelitian ini.

## **4 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis *framing* seperti yang dijabarkan pada kerangka teori. Adapun model analisis *framing* yang

digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mana model tersebut adalah salah satu model yang terpopuler dalam konteks analisis teks pada media. Kemudian alasan dalam pemilihan model *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki karena model ini dinilai lebih lengkap dari model analisis framing yang lain serta dinilai lebih relevan dengan hal yang menjadi obyek penelitian.

Tabel 1.2

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	Headline, lead, latar, informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber : Alex Sobur, "Analisis Teks Media". Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing, Bandung, Remaja Rosdakarya, hal. 176

#### a. Struktur Sintaksis

Struktur sintaksis merupakan susunan kata atau frase dalam sebuah kalimat. Struktur ini mengacu pada susunan dari bagian berita yaitu *headline*, penggunaan lead, latar informasi, kutipan yang diambil dari sumber, penutup-dalam seluruh teks berita. Struktur ini juga merupakan kaidah-kaidah yang

mengendalikan interpretasi terhadap hubungan suatu tanda dengan tanda yang lain. Struktur sintaksis ini menitik beratkan pada bagaimana wartawan menyusun fakta setelah melalui proses pemahaman terhadap realitas. Akan tetapi disini wartawan harus tetap memperhatikan khalayak terutama dari segi latar belakang khalayak itu sendiri.

*Headline*, merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat penonjolan yang tinggi yang dapat diasumsikan berupa kecenderungan berita itu sendiri<sup>66</sup>. *Headline* juga bisa diasumsikan sebagai perwakilan dari keseluruhan berita itu sendiri. *Headline* ini cenderung bersifat melebih lebihkan realitas dengan tujuan agar dapat menarik khalayak untuk membaca berita tersebut. *Headline* atau judul ini sangat penting untuk diperhatikan, karena pertama kali yang dilihat oleh pembaca ketika mengakses sebuah berita adalah sesuatu yang menonjol pada berita tersebut dan tidak lain adalah *headline* itu sendiri. Biasanya *headline* ditulis dengan huruf kapital dan beragam tipe, ada yang **Bold** atau dicetak tebal, cetak miring dan juga ada yang digaris bawahi, semuanya itu tergantung dari redaksi dalam mengkreasi *headline* sehingga selain dari isi berita yaitu estetika dari berita tersebut dapat menjadi senjata utama untuk menarik pembaca.

*Lead* (teras berita), merupakan paragraf pembuka dari sebuah berita yang biasanya mengandung kepentingan lebih tinggi. Struktur ini sangat tergantung pada ideologi penulis terhadap peristiwa, dan *lead* juga memberikan *point of view*

---

<sup>66</sup> Nugroho, Eriyanto, Sudiasis, *op.cit* hal. 31

atau sering disebut juga sudut pandang dari berita. *Lead* menunjukkan perspektif tertentu dari apa yang diberitakan<sup>67</sup>.

*Latar*, merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi unsur semantik (arti kata) yang akan ditampilkan. Latar di sini merupakan latar belakang peristiwa yang ditulis oleh wartawan dan kemudian kemanakah sebuah teks akan digiring dan dibawa. Latar juga penuh dengan muatan ideologis, yaitu tergantung dari sebuah kepentingan yang dimiliki sumber.

*Kutipan*, merupakan bentuk dari obyektifitas sebuah berita, adanya keseimbangan antara dua belah pihak misalnya, dan juga tidak memihak, kutipan dari sumber diasumsikan bahwa tulisan pada sebuah berita tidak semata-mata ditulis oleh wartawan saja melainkan berbagai pendapat dari orang-orang yang mempunyai otoritas tertentu<sup>68</sup>. Pengutipan dari sumber ini menjadi perangkat *framing* yang kuat didasarkan atas tiga hal, yaitu:

1. Mengklaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri pada klaim otoritas akademik dan profesi. Seperti yang diuraikan diatas, bagaimana wartawan seobyektif mungkin dalam menulis berita dengan cara mengutip dari sumber-sumber yang relevan.
2. Menghubungkan poin tertentu dari pandangannya kepada pejabat yang berwenang.

---

<sup>67</sup> *Ibid*, hal. 31

<sup>68</sup> Eriyanto, *op.cit*, hal. 259

3. Mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut nampak sebagai penyimpangan sosial<sup>69</sup>

#### **b. Struktur Skrip**

Skrip adalah cara wartawan mengisahkan fakta dalam bentuk cerita.

Struktur skrip memfokuskan perangkat *framing* pada kelengkapan berita:

1. *What* (apa)
2. *When* (kapan)
3. *Who* (siapa)
4. *Where* (di mana)
5. *Why* (mengapa)
6. *How* (bagaimana)

Meskipun pola tersebut tidak selalu dapat dijumpai pada setiap berita yang ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil kembali oleh wartawan untuk kemudian dilaporkan<sup>70</sup>.

#### **c. Struktur Tematik**

Struktur tematik adalah bagaimana cara seorang wartawan menuliskan sebuah fakta<sup>71</sup>.

Struktur tematik mempunyai perangkat atau elemen-elemen *framing* tertentu:

---

<sup>69</sup> Nugroho, Eriyanto, Sudiasis, *op.cit* hal. 33

<sup>70</sup> *Ibid*, hal. 34

<sup>71</sup> Darmanto "Membongkar Ideologi Dibalik Penulisan Berita Dengan Analisis Framing" <http://www.oke.or.id/tutorial/kapita.doc>, 20 April 2006

1. Detail, Elemen wacana detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seorang komunikator<sup>72</sup>. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik, dan begitu pula sebaliknya akan mensortir segala informasi yang bersifat mendeskreditkan dirinya.
2. Maksud, hampir sama dengan detail di atas, akan tetapi penampilan unsur kebaikan dari komunikator diterangkan lebih eksplisit dan lebih terurai.
3. Nominalisasi, berhubungan dengan pertanyaan apakah komunikator memandang objek sebagai yang tunggal dan berdiri sendiri atau sebagai komunitas/ kelompok<sup>73</sup>.
4. Koherensi, jalinan antar kata, preposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau preposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan koherensi<sup>74</sup>. Sehingga, fakta yang tidak ada hubungan sekalipun akan menjadi terhubung ketika seseorang menggabungkannya. Misalnya berita tentang buruknya fasilitas pendidikan. Yaitu pada kalimat, "Karena anggaran pendidikan yang sangat rendah", kalimat tersebut terkesan penyebab dari buruknya fasilitas pendidikan dikarenakan rendahnya anggaran pendidikan.
5. Bentuk kalimat, adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas<sup>75</sup>. Prinsip kausalitas berupa subyek yang menerangkan dan predikat yang diterangkan. Bentuk kalimat ini

---

<sup>72</sup> Nugroho, Eriyanto, Sudiasis *loc.cit* hal. 35

<sup>73</sup> *Ibid*, hal. 36

<sup>74</sup> *Ibid* hal. 37

<sup>75</sup> *Ibid* hal. 40



bukan hanya persolalan tehnis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat.

6. Kata ganti. Dalam kata ganti ini, unit yang diamati adalah paragraf atau proposisi. Hal ini dapat diasumsikan sebagai manipulasi bahasa yang digunakan dan dapat menciptakan suatu imajenasi. Kata ganti merupakan alat yang dipakai komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Misalnya, kata ganti “saya” atau “kami” menggambarkan bahwasanya sikap tersebut resmi sikap komunikator semata. Akan tetapi jika diganti dengan kata ganti “kita” merupakan representasi dari sikap komunikator menjadi sikap komunitas secara keseluruhan<sup>76</sup>.

#### d. Struktur Retoris

**Retoris.** Struktur retoris dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau fakta yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan<sup>77</sup>.

Wartawan menggunakan perangkat retoris untuk membuat citra meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran-gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retoris dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran. Meskipun dengan maksud menonjolkan dan menekankan pesan, menurut Pan dan Kocsicki, berita umumnya justru ditujukan untuk menekankan

---

<sup>76</sup> Smith, "Modernism, Hyperliteracy, and Colonization of the world", *Ibid* hal.42

<sup>77</sup> *Ibid* hal. 43

kepada khalayak pembaca bahwa apa yang ditulis adalah fakta dan benar, dan bukan sekedar persuasi<sup>78</sup>.

Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh seorang wartawan sebagai berikut:

### 1. **Leksikon**

Pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa<sup>79</sup>. Suatu fakta umumnya terdiri atas beberapa kata yang merujuk pada fakta. Contoh kata “meninggal” misalnya mempunyai kata lain: mati, tewas, gugur, menghembuskan nafas terakhir dan sebagainya. Penulis dapat memilih kata-kata tersebut tergantung pada objek itu sendiri. Kata yang dipilih juga tidak semata-mata kebetulan, akan tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap realitas.

### 2. **Grafis**

Elemen ini memeriksa apa yang ditekankan dalam wacana berita. Grafis muncul dalam tulisan yang dibuat berbeda dengan tulisan yang lainnya. Seperti pemakaian huruf tebal, miring, dan sebagainya. Selain tulisan ada pula pemakaian unsur foto, diagram, grafis, tabel, kartun dan lain-lain. Pemakaian grafik ini mencerminkan adanya unsur ideologis pesan yang disampaikan kepada publik.

### 3. **Metafora**

Berupa kiasan-kiasan yang dibuat oleh wartawan di dalam menulis berita. Metafora ini digunakan sebagai landasan berpikir seorang wartawan, sebagai alasan pembenaran, dan juga apa yang ditekankan kepada publik. Metafora ini

---

<sup>78</sup> Eriyanto, *op.cit* hal. 257-265

<sup>79</sup> *Ibid*, hal. 264-265

dapat berupa kiasan-kiasan, ungkapan atau pepatah kuno maupun moderen, atau bisa juga berasal dari ayat-ayat suci dan lain-lain.

## 5. Sistematika Penulisan

Penelitian karya ilmiah ini akan dibagi menjadi empat bab, yaitu : bab satu berisikan tentang gambaran serta uraian penelitian. Bab satu berisikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian beserta sistematika penulisan.

Bab selanjutnya yaitu bab ke dua, bab ini memuat tentang profil perusahaan media massa yang memuat berita kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat. Adapun penelitian ini menggunakan media *online* yaitu Detik.com dan Kompas Cyber Media. Pada bab yang kedua akan menjelaskan sejarah berdirinya serta beberapa hal tentang perkembangan perusahaan dan juga ideologi yang melatarbelakangi perusahaan media *online* tersebut.

Selanjutnya dalam bab tiga, adalah mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Pada bab ini membahas serta mengolah data-data yang telah didapatkan dari Detik.com dan Kompas Cyber Media di balik kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat ke Indonesia. Selanjutnya adalah menganalisis media *online* tersebut dengan menggunakan metode analisis *framing* dengan model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki, dimana *framing* mempunyai tujuan untuk melihat bagaimana media masa mengkonstruksi realitas yang ada. Kemudian tahap yang terakhir pada bab tiga ini adalah membuat perbedaan *frame* antara Detik.com dan Kompas Cyber Media.

Pada bab terakhir berisikan tentang kesimpulan dari proses analisis *framing*, yang akhirnya akan terlihat gambaran bagaimana Detik.com dan Kompas Cyber Media mengkonstruksi berita kunjungan menteri luar negeri Amerika Serikat Condoleeza Rice ke Indonesia.