

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang terletak di benua Asia. Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman mulai dari keanekaragaman suku, agama, etnis, kelompok atau golongan dan lain-lain. Untuk masalah agama atau kepercayaan, Indonesia adalah Negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Budaya Timur dulunya terasa sangat kental di Negara Indonesia. Hal yang mencirikan Indonesia sebagai negara Timur dapat dilihat dari sikap dan perilaku masyarakatnya yang menjunjung tinggi nilai moral atau bisa dikatakan sikap dan perilaku masyarakat yang tidak sebebaskan masyarakat di belahan bumi bagian barat.

Lambat laun, seiring dengan perkembangan zaman, secara perlahan namun pasti budaya Barat mulai menyusup ke negara Indonesia. Masyarakat Indonesia mulai senang mengikuti perilaku masyarakat Barat dan yang terparahnya paham kebebasan mulai berlaku juga di masyarakat Indonesia. Banyak dari masyarakat Indonesia khususnya yang berada di kota-kota besar mulai mengikuti pola tingkah masyarakat Barat dimana budaya malu terasa mulai berkurang. Salah satu contohnya, masyarakat Indonesia mulai terbiasa melihat ataupun mengenakan busana-busana minim, mulai adanya pergaulan bebas terutama dikalangan remajanya, dan

banyak pola tingkah lainnya yang sudah mulai tidak mencerminkan budaya Timur. Masyarakat Indonesia mulai tidak tabu dan tidak asing lagi dengan keberadaan hal-hal yang berbau pornografi dan pornoaksi.

Selain berupa perilaku, penyebaran hal-hal yang berbau pornografi dan pornoaksi melalui media massa mulai meluas. Tayangan- tayangan yang berbau pornografi dan pornoaksi dapat diakses secara bebas oleh masyarakat melalui media massa cetak maupun elektronik. Masyarakat juga mulai terbiasa melihat tayangan-tayangan film, sinetron ataupun lainnya yang memiliki unsur pornografi ataupun pornoaksi. Salah satu contohnya film-film Indonesia yang banyak bertemakan tentang pergaulan bebas dimana ada adegan-adegan ciuman, atau adanya adegan-adegan antara lawan jenis yang tampak “vulgar”. Selain itu penyebaran hal-hal yang berbau pornografi ini juga dapat dilihat di berbagai macam media cetak dimana koran-koran atau majalah-majalah yang berisikan foto-foto atau tulisan yang berbau pornografi di jual secara bebas.

Hal-hal tersebut lama-lama juga membuat “panas” bumi Indonesia. Masyarakat yang tidak terkontaminasi dengan budaya Barat mulai merasa “gerah” dengan perilaku sebagian masyarakat lainnya yang sudah tidak mengacuhkan lagi nilai moral dan agama yang berlaku di Indonesia dan mulai melakukan aksi penentangan. Aksi penentangan atau pemberantasan pornografi dan pornoaksi tersebut mulai dari “teguran” halus hingga “teguran” secara kasar. Masyarakat Indonesia yang menentang merajalelanya pornografi dan pornoaksi mulai mendesak pemerintah

menanggulangi permasalahan tersebut. Salah satu bentuk dari penanggulangan masalah pornografi dan pornoaksi tersebut adalah keluarnya Rancangan Undang-Undang Anti Pornografi dan Pornoaksi (RUU APP).

RUU APP yang diusulkan oleh DPR RI pada tanggal 14 Februari 2006 tersebut berisikan 8 bab dan 88 Pasal pada rancangan pertamanya ini mengatur masalah pornografi dan pornoaksi di Indonesia. Berdasarkan bahasa Yunani, pornografi diartikan sebagai *porne* (pelacur), *graphos* (tulisan atau gambar) sehingga secara harfiah berarti “tulisan atau gambar tentang pelacur”. Sedangkan pornoaksi adalah upaya mengambil keuntungan baik dengan memperdagangkan atau mempertontonkan pornografi ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), diakses pada tgl 27 April 2006)

Belum habis pembahasan tentang RUU APP, masyarakat Indonesia kembali dikagetkan dengan adanya isu kemunculan majalah Playboy yang dibuat dalam versi Indonesia. Pada saat sedang marak-maraknya aksi pemberantasan pornografi dan pornoaksi, tiba-tiba ada isu tentang kemunculan majalah yang tidak jauh dari hal yang berbau pornografi. Selama ini masyarakat Indonesia memang hanya mengetahui majalah Playboy sebatas pada namanya saja, karena memang majalah ini belum pernah beredar di Indonesia. Namun sudah bukan rahasia lagi bahwa majalah yang memiliki segmentasi bagi pria dewasa dan memiliki logo kepala kelinci berdasi ini identik dengan ikon pornografi. Salah satu buktinya dapat terlihat dimana pada majalah Playboy edisi luar negeri yang berisikan berbagai macam gambar yang tidak jauh dari kesan “vulgar” dan “seronok”.

Majalah Playboy pertama kali diterbitkan di Amerika Serikat pada tahun 1953. Hugh Hefner, pendiri majalah yang sudah diterbitkan di 22 negara ini, berhasil mengangkat nama majalahnya sebagai bacaan bergengsi bagi pria dewasa. Di versi asli, Playboy selalu menampilkan model cantik berpose panas bahkan telanjang. Saking bergengsinya majalah ini, banyak model bersedia berpose bugil untuknya dan bahkan banyak artis yang merintis kariernya dengan berpose di majalah itu ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), diakses pada tgl 27 april 2006).

Isu kemunculan majalah Playboy ini semakin menggemparkan dan menjadi bahan pembicaraan di berbagai kalangan karena kemunculan majalah Playboy ini bertepatan pada saat Indonesia sedang marak-maraknya memberantas aksi pornografi dan pornoaksi. Fenomena yang menarik sekali ketika majalah Playboy berani masuk ke Indonesia dimana pada saat itu Indonesia sedang sibuk dengan berbagai macam upaya untuk memberantas pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi serta penyelenggaraan pornoaksi. Berbagai macam pendapat mulai bermunculan. Pro dan kontra juga mulai terlihat di mana-mana. Isu kemunculan majalah Playboy versi Indonesia ini menjadi bahan pemberitaan di berbagai macam media.

7 April 2006 menjadi puncak dari kegemparan yang telah terjadi sebelumnya. Pada hari tersebut akhirnya majalah Playboy benar-benar terbit. Edisi perdananya mulai tersebar di beberapa kota-kota besar di Indonesia.

Untuk edisi perdananya, Velvet Silver Media selaku penerbit majalah Playboy edisi Indonesia mencetak 100.000 eksemplar. Majalah yang berlogo kepala kelinci bardasi itu akan dijual juga ditempat umum, seperti majalah lainnya. harga jual dipatok Rp. 39.000 (Jawa) dan Rp. 40.000 (luar Jawa). Tampil sebagai cover perdana adalah artis Andhara Early (26) ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), 7 april 2006,di akses pada 27 April 2006).

Situasi semakin memanas dengan terbitnya edisi perdana majalah Playboy versi Indonesia ini. Pihak-pihak yang menentang kemunculan majalah Playboy ini mulai melancarkan aksi penentangannya. Pihak penerbit majalah Playboy versi Indonesia ini juga tidak mau kalah dan melakukan pembelaan diri. Berbagai macam masalah yang menyangkut kemunculan majalah Playboy versi Indonesia ini mulai di bahas secara gamblang.

Berita terbitnya edisi perdana majalah Playboy ini lebih menghebohkan lagi jika dibandingkan dengan pemberitaan tentang isu kemunculannya. Tak hanya “pemain lama” (media konvensional yaitu media cetak dan elektronik) yang tertarik dengan kemunculan majalah Playboy ini, tetapi media online sebagai manifestasi jurnalisme online di Indonesia juga tidak mau ketinggalan untuk memberitakan kemunculan edisi perdana majalah Playboy ini. Dalam hal ini penulis mengambil dua media yang dijadikan sampel yaitu media online Kompas ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)) dan media online Republika ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)), dengan alasan kedua surat kabar ini memiliki perbedaan idiologi yang sangat tajam.

Berbagai macam media di Indonesia memiliki sikap-sikap tersendiri dalam memberitakan tentang kasus terbitnya edisi pertama majalah Playboy ini. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari penggunaan gaya bahasa, judul serta isi berita.

Ada tiga berita dari situs online Kompas.com yang akan diteliti oleh penulis yaitu (*Playboy Nekat Terbit ,7 April 2006*) yang memberitakan bahwa Playboy terbit dengan maksud memperkenalkannya pada masyarakat dan memperlihatkan bahwa isinya tidak sejelek yang dibayangkan dan setelah membacanya nanti biar masyarakat yang menilai sendiri esensinya, (*Kalau Hanya Nama, Pemerintah Nggak Bisa Larang Playboy, 7 April 2006*) yang memberitakan tentang pendapat dari Menteri komunikasi dan Informatika Sofyan Djalil bahwa tidak bisa melarang terbitnya majalah Playboy kalau hanya berdasarkan namanya saja karena memang tidak ada ketentuan hukum yang melarang penerbitannya jika hanya berdasarkan penggunaan namanya saja, (*Pemred Playboy Minta Pengutaraan Pendapat Secara Damai, 12 April 2006*) yang memberitakan bahwa Playboy Indonesia sepenuhnya mematuhi aturan hokum yang berlaku di Indonesia yaitu tanpa memuat foto telanjang.

Dari tiga berita yang diambil pada situs online Kompas.com tersebut dapat terlihat bahwa sikap media online Kompas.com yang memandang bahwa majalah Playboy Indonesia bukanlah majalah porno. Jadi majalah Playboy Indonesia boleh untuk terbit di Indonesia. Untuk menentang terbitnya majalah Playboy Indonesia jangan hanya merujuk

pada satu sudut pandang saja yaitu sudut pandang agama, tetapi harus dilihat dulu dari isinya.

Berbeda dengan sikap situs online Kompas.com, situs online Republika.co.id lebih menunjukkan sikap yang menentang terbitnya majalah Playboy jika dilihat dari sudut pandang agama dan moral karena majalah Playboy dikatakan sebagai ikon pornografi. Di dalam pemberitaan situs online Republika mengenai terbitnya edisi pertama majalah Playboy ini lebih banyak memuat pendapat yang berasal dari organisasi-organisasi keagamaan dan organisasi masyarakat lain mengenai pertentangan terhadap terbitnya majalah Playboy Indonesia edisi pertama . Hal tersebut terlihat dari beberapa beritanya yaitu (*Pemerintah Harus Larang Peredaran Majalah Playboy, 18 April 2006*) yang memberitakan bahwa pemerintah harus larang peredaran majalah Playboy Indonesia kerana menimbulkan keresahan dalam masyarakat ,(*Penolakan Atas Kehadiran Majalah Playboy di Indonesia Menguat, 7 April 2006* ) yang memberitakan tentang banyaknya elemen masyarakat yang menolak kehadiran majalah Playboy di Indonesia karena majalah Playboy dapat dikatakan sebagai ikon pornografi, (*Pemerintah Harus Tegas Tutup Majalah Playboy, 17 April 2006*) yang memberitakan tentang adanya pendapat dari Pimpinan Al-Azhar Pusat Rusjdi Hamka agar pemerintah bisa secara tegas menutup majalah Playboy karena ditakutkan akan menimbulkan efek negatif bagi masyarakat.

Terlepas dari perbedaan sikap yang telah terjadi akibat kemunculan edisi perdana majalah Playboy versi Indonesia ini, yang menjadi pertanyaan adalah setiap media massa baik itu media konvensional ataupun media online selalu berupaya untuk membentuk opini khalayaknya untuk bisa memaknai berita menurut yang di kehendakainya. Setiap media mempunyai versi yang berbeda dalam melakukan justifikasi realitas. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana media massa akan membentuk opini publik melalui bingkai cerita yang berbeda-beda tetapi mempunyai satu tujuan untuk ikut memahami makna berita yang disajikannya serta turut melakukan pembenaran atas realitas yang ada dalam memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini terdapat masalah yang dirumuskan untuk diteliti, yaitu:

1. Bagaimana situs online Kompas dan Republika online membingkai sebuah realitas yang berupa kasus terbitnya edisi pertama majalah Playboy versi Indonesia.
2. Bagaimana perbedaan frame antara situs online Kompas dan Republika online dalam pemberitaan kasus terbitnya edisi pertama majalah Playboy

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk menganalisis bagaimana situs online Kompas dan Republika dalam mengemas atau membingkai berita tentang terbitnya edisi pertama majalah Playboy versi Indonesia.
2. Untuk menganalisis bagaimana perbedaan *frame* antara situs online Kompas dan Republika online terhadap pemberitaan terbitnya edisi pertama majalah Playboy.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat Akademis
  - a. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian.
  - b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam menambah wawasan serta keilmuan khususnya tentang teknik framing terhadap suatu media.
2. Manfaat Praktis
  - a. Dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca tentang bagaimana berita itu disajikan dan bagaimana cara media mengemasnya.
  - b. Dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan media massa di Indonesia.

## **E. KERANGKA TEORI**

Kerangka teori merupakan jembatan dari teori-teori yang mempunyai kaitan dengan masalah dalam penelitian ini. Kerangka teori juga merupakan suatu bagian yang penting dalam suatu penelitian. Dalam kerangka teori akan dijelaskan tentang 1). Komunikasi sebagai produksi pesan dan makna, 2). Realitas Sosial dan Ideologi dalam Pandangan Konstruksionis dan Positivisme, 3).Jurnalisme Media Online, 4). Analisis Framing.

### **E. 1. Komunikasi Sebagai Produksi Pesan dan Makna**

John Fiske melihat realitas dapat dipahami dengan dua cara yang berbeda. Perbedaan pandangan ini melahirkan dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. John Fiske menyatakan pandangannya dalam ilmu komunikasi terdapat dua paradigma besar. Pertama, paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Pandangan ini sebangun dengan paradigma positivistik. Kedua, paradigma yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Paradigma ini disebut dengan paradigma konstruksionisme. Tetapi istilah antara paradigma Positivistik dan paradigma Konstruksionisme ini, banyak ahli mempunyai cara peristilahan yang berbeda-beda meskipun tetap mempunyai mempunyai pengertian yang sama.

Menurut John Fiske dikatakan sebagai berikut:

*“the structure of this book reflect the facts that there are two main schools in the study of communication. The first sees communication as the transmission of message. It is concerned with how senders and receivers encode and decode.....the second school sees communication as the production and axchange 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 or texts in our culture”* (Fiske, 1990:2).

Dalam buku ini susunan fakta-fakta digambarkan dengan dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. Pertama komunikasi dilihat sebagai proses pengiriman pesan. Titik perhatiannya adalah bagaimana pengirim dan penerima mengirim dan menerima pesan....kedua, ilmu komunikasi dilihat dari produksi dan pertukaran makna. Ini berhubungan dengan bagaimana pesan-pesan atau teks berinteraksi dengan khalayak dalam produksi makna, untuk itu titik perhatiannya adalah bagaimana aturan teks itu dalam budaya kita.

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

Pandangan positivis melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, proses terjadi bagaimana pesan terkirim dari pengirim ke penerima bagaimana proses yang terjadi dalam pengiriman tersebut.

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

Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa pandangan positivistic yang melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan ini menjelaskan bagaimana proses yang terjadi dalam pengiriman pesan tersebut. Selain itu juga dijelaskan berbagai macam elemen-elemen yang terkait di dalam pengiriman pesan tersebut, juga terdapat *noise* atau gangguan dalam proses pengiriman sebuah pesan. Proses pengiriman pesan lebih diartikan sebagai penyandian agar pesan yang dikirim oleh si pengirim pesan dapat diterima dan dimengerti oleh si penerima pesan. Sedangkan proses menerima pesan tersebut merupakan proses bagaimana si penerima menguraikan sandi. Sandi yang dimaksud adalah isi pesan tersebut. Dan si penerima dapat mengartikan isi pesan tersebut sehingga si penerima dapat menerima isi pesan sesuai dengan yang dimaksudkan oleh si pengirim pesan.

Dalam buku *Introduction to Communication Studies* Fiske membuat ilustrasi tentang perbedaan penyampaian pesan dalam pandangan konstruksionis.

Fiske mengatakan:

*The message, then, is not something sent from A to B, but an element in a structured relationship whosw other element include exsternal reality and the producer/reader. Prodicing ang reading the text are seen as parallel, it not identical, processes in that they occupy the same place in this structured relationship. We might model this structure as triangle in which the arrow represent constant interaction; the structute is not static but a dynamic practice. (Fiske, 1990:3-4).*

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

Gambar 1.1  
Hubungan Proses Interaksi Pesan

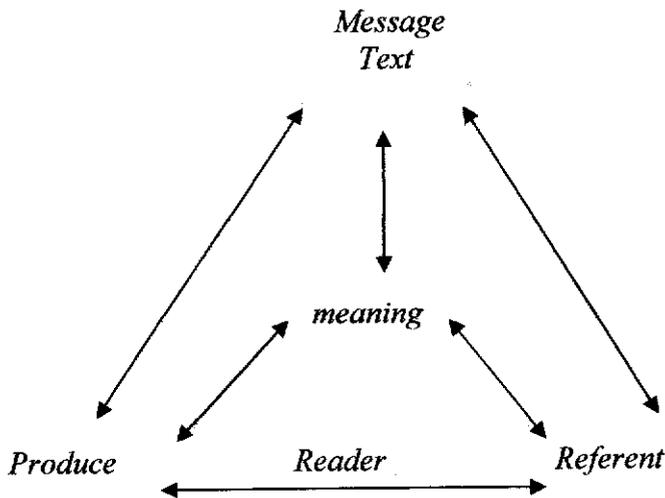


Figure 1 Message and Meaning

Sumber : *Introducing to Communication Studies* (Fiske,1990:4)

Penyampaian pesan bukan hanya dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan dari A ke B saja, tetapi pesan sudah dipengaruhi oleh realitas yang berada diluar pesan itu. Pesan tidak terlihat secara parallel atau linier semata tetapi pesan itu sudah dinamis, dimana ada pengaruh lain yang membuat tentang pemahaman tentang pesan menjadi beragam.

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

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis.

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

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

## **E.2. Realitas Sosial dan Ideologi dalam Pandangan Konstruksionis dan Positivisme**

### **E.2.1. Konstruksi Realitas Sosial**

Realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang ditakdirkan dari yang kuasa, tetapi realitas terjadi karena dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Oleh karenanya setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas (Berger dalam Eriyanto, 2002:15). Paradigma atau gagasan dari konstruksionis mengenai konstruksi realitas dalam teks berita di media cetak dipandang sebagai konstruksi atas realitas, karena suatu peristiwa yang sama berpotensi untuk dikonstruksi secara berbeda oleh berbagai media. Sebagai contoh, dalam suatu peristiwa, wartawan bisa saja mempunyai pandangan dan konsep yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa tersebut, hal seperti ini dapat

dilihat dari bagaimana wartawan dalam mengkonstruksi peristiwa tersebut untuk ditulis kedalam bentuk berita.

Proses konstruksi realitas, tiga tahapan peristiwa :

*Pertama* Eksternalisasi. Eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia kedalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. *Kedua* Objektivasi. Objektivasi adalah hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari hasil kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. *Ketiga* Internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Berger dalam Eriyanto, 2002:19).

Pendekatan konstruksionis mempunyai aturan tersendiri dalam menilai bagaimana media cetak, wartawan dan berita dilihat. *Pertama* peristiwa merupakan hasil dari konstruksi.

Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan, kemudian realitas juga tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Realitas bisa berbeda-beda tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas tersebut dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan yang berbeda (Herbert dalam Eriyanto, 2002:19).

Pandangan konsepsi positivis realitas ada yang bersifat eksternal, jadi realitas itu ada dan hadir sebelum wartawan itu tiba. Kemudian realitas ada juga yang bersifat objektif, artinya peristiwa yang terjadi harus diambil dan diliput oleh wartawan secara utuh tanpa mengurangi atau menambahkan salah satu detail yang terjadi di lapangan. Konsepsi positivis bertentangan dengan konsepsi konstruksionis, fakta atau relitas bukanlah sesuatu yang tinggal mengambil, ada dan menjadi bahan dari berita, fakta adalah hasil dari konstruksi.

Berikut tabel perbandingan antara konsepsi konstruksionis dan positivis dalam melihat realitas atau fakta:

Bagan 1.1

Konstruksionis	Fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran suatu fakta bersifat relatif, berlaku sesuai dengan konteks tertentu.
Positivis	Ada fakta yang "riil" yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku secara universal.

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:20)

Oleh karena fakta diproduksi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas tergantung pada bagaimana realitas tersebut dilihat dan dikonstruksi.

*Kedua* media sebagai Agen Konstruksi. Pandangan konstruksionis melihat bahwa media cetak bukanlah sekedar saluran yang bebas, media cetak juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakannya.

Konstruksionis melihat bahwa media adalah sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Berita yang dibaca oleh khalayak umum bukan hanya menggambarkan realitas, dan bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, akan tetapi telah terjadi konstruksi dari media cetak tersebut. Berbeda dengan pandangan positivis, dalam pandangan positivis media dilihat sebagai saluran. Positivis menganggap bahwa media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan oleh komunikator ke komunikan atau penerima (khalayak). Misal ada berita menyebutkan ada kelompok tertentu menggambarkan realitas dengan citra tertentu, maka gambaran tersebut merupakan hasil dari sumber berita (komunikator) yang menggunakan media untuk mengemukakan pendapatnya (Eriyanto, 2002:23).

Kedua konsepsi antara konstruksionis dan positivis sangat bertolak belakang. Konstruksi melihat bahwa media cetak hasil konstruksi realitas yang terjadi melalui berbagai instrument media masing-masing, sedangkan positivis menganggap bahwa media cetak adalah hasil pesan dari komunikator yang disampaikan ke penerima pesan (pembaca).

Bagan 1.2

Konstruksionis	Media sebagai agen konstruksi pesan
Positivis	Media sebagai saluran pesan

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:23)

*Ketiga* berita adalah konstruksi dari realitas.

Pandangan positivis berita adalah refleksi dan pencerminan dari realitas (*mirror of reality*), karena berita harus mencerminkan realitas yang hendak diberitakan. Sedangkan sudut pandang konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial dimana berita selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan. Bagaimana realitas dijadikan suatu berita tergantung bagaimana fakta tersebut dipahami dan dimaknai oleh wartawan.

Bagan 1.3

Konstruksionis	Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas.
Positivis	Berita adalah cermin dan refleksi dari kenyataan. Oleh karena itu, berita haruslah sama dan sepadan dengan fakta-fakta yang hendak diliput.

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:25)

*Keempat* berita bersifat subjektif. Hasil kerja jurnalistik tidak bisa dinilai dengan menggunakan sebuah standar yang *rigrid*, hal ini terjadi karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas peristiwa.

Pandangan konstruksionis melihat pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa saja berbeda, sebab ukuran yang baku dan standar tidak bisa dipakai. Kalau ada perbedaan antara berita dengan realitas yang sebenarnya maka hal tersebut bukan dianggap sebagai kesalahan, akan tetapi memang seperti demikian pemaknaan realitas. Sedangkan pada konsepsi positivis, positivis lebih memperhatikan pada titik kekeliruan atau bias berita. Artinya, bila terjadi bias pada pemberitaan hal ini dianggap sebagai suatu kesalahan, dan wartawan harus menghindari bias tersebut. Seandainya terjadi bias pada berita, positivis memandang harus cepat menyelesaikan dan menemukan dimana letak terjadinya bias tersebut. Oleh karena terjadinya bias berita dapat ditelusuri dengan mencari sumber-sumber kesalahan, seperti waktu peliputan yang terbatas bagi wartawan, keterbatasan ruang, kekeliruan wartawan dalam penulisan dan sebagainya (Eriyanto, 2002:27).

Hal inilah titik perbedaan antara konsepsi konstruksionis dan konsepsi positivis, seperti penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan sumber berita yang lain, liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak yang lain, kesemuanya konsepsi konstruksionis dianggap bukan suatu kesalahan atau bias, melainkan memang demikianlah praktik yang dijalankan oleh wartawan dalam menuliskan suatu berita. Hal seperti ini justru dimaknai sebagai bentuk kekeliruan atau bias oleh konsepsi positivis.

Bagan 1.4

Konstruksionis	Berita bersifat subjektif: opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif
Positivis	Berita bersifat objektif: menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pembuat berita

*Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media (Eriyanto 2002:27)*

*Kelima*, wartawan bukan pelapor. Pesan adalah realitas itu sendiri.

Seorang jurnalistik yang baik adalah memiliki kemampuan untuk memindahkan realitas kedalam bentuk berita. Wartawan dapat menyajikan realitas secara benar, apabila wartawan tersebut profesional.

Pandangan konsepsi positivis berita dilihat sebagai cerminan dari realitas. Wartawan yang profesional bisa menyingkirkan keberpihakan sehingga apa yang diungkapkan adalah murni fakta, bukan penilaian individu wartawan. Tetapi hal demikian ditentang oleh pandangan konstruksionis, sebab dalam pandangan konstruksionis wartawan dianggap tidak dapat menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakan, sebab wartawan adalah faktor yang ikut andil dalam terbentuknya sebuah berita. Pandangan konstruksionis juga melihat berita bukan hanya produk individual, melainkan bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawan dengan media tersebut. Oleh karena itu pandangan konstruksionis disebut juga sebagai agen konstruksi, sebab wartawan bukan hanya melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefinisikan peristiwa (Curran dalam Eriyanto, 2002:28).

Bagan 1.5

Konstruksionis	Wartawan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial
Positivis	Wartawan sebagai pelapor atau <i>Observer</i>

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:29)

*Keenam*, Etika, Pilihan Moral, dan Keberpihakan Wartawan adalah bagian yang Integral Dalam Produksi Berita. Subjektivitas wartawan akan mempengaruhi berita yang ditulisnya.

Pendekatan positivis menekankan agar nilai, etika, dan keberpihakan wartawan dihilangkan dalam proses pembuatan berita. Realitas haruslah didudukan dalam fungsinya sebagai realitas yang faktual, yang tidak boleh dikotori oleh pertimbangan subjektif. Wartawan hanya berfungsi sebagai pelapor yang hanya menjalankan tugas untuk memberikan fakta, dan tidak diperkenankan munculnya pertimbangan etika, moral atau nilai tertentu. Pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat membelokkan wartawan menjauhi realitas yang sesungguhnya. Berita ditullis hanyalah untuk

fungsi penjelas dalam menjelaskan realitas atau fakta. Sebaliknya, pendekatan konstruksionis justru menilai bahwa aspek etika, moral dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Etika dan moral yang dalam banyak hal berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu adalah bagian yang integral dan tidak terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas. Wartawan disini bukan hanya pelapor, karena disadari atau tidak wartawan menjadi partisipan dalam keragaman penafsiran dan subjektivitas dalam publik. Karena fungsinya tersebut, wartawan menulis berita bukan hanya sebagai penjelas, tetapi mengkonstruksi peristiwa dari dirinya sendiri dengan realitas yang diamati. (Eriyanto, 2002:31-32 )

Bagan 1.6

Konstruksionis	Nilai, etika, atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa.
Positivis	Nilai, etika, opini, dan pilihan moral berada diluar proses peliputan berita.

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:32)

*Ketujuh*, Nilai, Etika, dan Pilihan Moral Peneliti Menjadi Bagian yang Integral dalam penelitian. Ada atau tidaknya keberpihakan atau pilihan moral peneliti dalam penelitian akan mempengaruhi realitas yang hadir.

Pandangan konstruksionis menyatakan peneliti bukanlah subjek yang bebas nilai. Pilihan etika, moral atau keberpihakan peneliti menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses penelitian. Pilihan moral atau keberpihakan sukar dihilangkan dalam penelitian. Peneliti adalah entitas dengan berbagai nilai dan keberpihakan yang berbeda-beda. Karenanya, bisa jadi objek penelitian yang sama akan menghasilkan temuan yang berbeda di tangan peneliti yang berbeda. Peneliti dengan konstruksi masing-masing akan menghasilkan temuan yang berbeda pula. Bertolak belakang dengan paradigma positivistik. Dalam pandangan positivistik, peneliti haruslah bebas nilai, etika dan pilihan moral peneliti tidak boleh ikut dalam penelitian karena akan mempengaruhi hasil penelitian. Pandangan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari asumsi yang dipegang teguh oleh positivistik, karena realitas dipandang ada dan penelitian dimaksudkan untuk menghadirkan dan mengenalkan realitas tersebut, supaya realitas itu bisa hadir apa adanya maka keberpihakan atau pilihan moral peneliti tidak boleh ada dalam penelitian. Hal itu sedikit-banyaknya

akan mempengaruhi bagaimana realitas itu dipahami dan dimaknai. Pilihan moral dan keberpihakan peneliti dibatasi dalam pandangan positivisik, karena diandaikan subjektivitas dapat dihilangkan. Ketika subjektivitas dapat dihilangkan maka antara peneliti yang satu dengan yang lainnya kalau melakukan penelitian dengan topik atau objek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama pula (Eriyanto,2002:33-34).

Bagan 1.7

Konstruksionis	Nilai, etika, dan pilihan moral bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian
Positivis	Nilai, etika, dan pilihan moral harus berada di luar proses penelitian

*Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:35)

*Kedelapan.* Khalayak memiliki penafsiran tersendiri atas berita. Menurut (Hall, dalam Eryanto, 2002:36). Konstruksionis mempunyai pandangan bahwa khalayak bukanlah subjek yang pasif, melainkan juga sebagai subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dibacanya.

Makna dari suatu teks berita bukan terdapat dalam suatu pesan atau berita yang dibaca oleh pembaca. Makna selalu mempunyai banyak arti (*polisemi*), makna lebih tepat dipahami bukan sebagai transmisi atau penyebar dari pembuat berita ke pembaca. Khalayak lebih tepat dipahami sebagai suatu aktor penandaan, karena setiap orang memiliki pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Kemudian pandangan positivis melihat berita sebagai suatu yang objektif, sehingga konsekuensinya adalah apa yang diterima oleh khalayak pembaca seharusnya sama dengan apa yang disampaikan oleh pembuat berita. Pandangan positivistik memberikan kesan bahwa pembuat berita dinyatakan sebagai pihak yang pasif.

Bagan 1.8

Konstruksionis	Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri yang memungkinkan penafsiran tersebut berbeda dengan pembuat berita
Positivis	Berita diterima sama dengan apa yang dimaksudkan oleh pembuat berita

*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Eriyanto 2002:35).

### E.2.2. Pendefinisian Realitas

Media cetak mempunyai andil yang besar dalam mendefinisikan realitas. Bagaimana wartawan membingkai realitas dengan pilihan-pilihan kata akan mempengaruhi bagaimana fakta yang ditampilkan wartawan tersebut dapat dipahami dan dimaknai. Oleh karena itu, bagaimana media cetak memaknai peristiwa yang diangkat menjadi seperangkat fakta yang dikemas menjadi berita, menurut Fairclough ada dua cara yang akan dilakukan oleh media. Pertama, pemilihan fakta, kedua adalah menuliskan fakta.

“Proses pemilihan fakta didasarkan pada asumsi bahwa wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta terkandung dua kemungkinan : apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Dalam proses menuliskan fakta berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan ke khalayak. Gagasan tersebut diungkapkan dengan kata, kalimat, proposisi dan bantuan aksentuasi foto dan gambar” (Fairclough, 1992:89).

Bagaimana mendefinisikan realitas tidak jauh dari bagaimana subjektifnya wartawan yang meliput dilapangan. Pendefinisian ini berkaitan erat dengan bagaimana wartawan memandang peristiwa yang terjadi, bagaimana pilihan kata-kata yang akan dibahasnya dalam berita, atau pilihan gambar, foto yang akan memperkuat prasangka khalayak pada satu peristiwa yang akan diliput. Kemudian

yang tidak dapat ditinggalkan adalah bagaimana pemilihan narasumber yang akan memperkuat dugaan pada peristiwa yang terjadi.

Proses pemilihan fakta tidak terlepas dari bagaimana media cetak memaknai berita atau peristiwa tersebut. Wartawan-lah yang mempunyai andil besar dalam pemilihan peristiwa dan narasumber yang kemudian dituangkan kedalam bentuk berita. Peristiwa yang sama mungkin saja disajikan secara berbeda antara wartawan yang satu dengan wartawan yang lainnya, hal ini disebabkan karena realitas dipahami secara berbeda-beda.

Proses penulisan fakta sangat berhubungan dengan pemakaian bahasa di dalam menulis realitas. Kata-kata yang digunakan oleh media bukan saja mengikuti kode etik jurnalistik, akan tetapi tidak terkait dengan politik bahasa. Pemilihan bahasa dalam kata-kata tertentu dapat menciptakan realitas yang tertentu pula. Kata-kata tidak hanya memfokuskan perhatian khalayak pada masalah tertentu tetapi juga membatasi persepsi pembaca dan mengarahkan pada cara berpikir dan keyakinan tertentu "(Burke dan Kenneth, 1992:31).

Kalimat atau kata yang hadir pada khalayak mencoba memberikan gambaran peristiwa pada khalayak untuk mengetahui realitas. Hendaknya realitas tersebut dipahami sebagai sekedar kata yang mencoba didefinisikan oleh media, karena jika memahami realitas tersebut dengan gambaran yang diberikan oleh media maka akan ada realitas lain hadir berdasarkan persepsi dan konstruksi realitas individu lain. Misalnya kata restrukturisasi dan pergantian akan memiliki makna dan pemahaman yang berbeda. Kata restrukturisasi lebih terkesan sopan dan tidak menyinggung perasaan, lain lagi dengan kata pergantian yang terkesan angkuh dan egois.

Apa yang dilaporkan media seringkali merupakan hasil dari pandangan mereka (predisposisi perseptuil) wartawan ketika melihat dan meliput peristiwa

(Erriyanto, 2002:83), sehingga dengan menggunakan analisis framing akan dapat mengetahui sebuah peristiwa yang sama yang dikemas secara berbeda oleh wartawan yang menghasilkan berita berbeda.

### **E.2.3. Hal-Hal Yang Mempengaruhi Pendefinisian Realitas Suatu Media**

Sebuah berita tidak sama persis dengan apa yang terjadi di lapangan. Proses pembentukan sebuah berita diruang redaksi tidak dapat dibayangkan sebagai proses menulis realitas sebenarnya (*mirror of reality*), akan tetapi berita yang dimuat sudah melalui berbagai proses yang panjang dan rumit, dan telah dipengaruhi oleh banyak faktor.

Karena banyak kepentingan dan pengaruh yang dapat menginvestasi media, sehingga niscaya akan terjadi pertarungan dalam memaknai realitas dalam persepsi media (Sudibyo, 2001:7).

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

*Pertama*, faktor individual. Factor ini berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media. Latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, budaya akan mempengaruhi pola pemberitaan (Shoemaker dan Resse, 1996:102).

Factor ini menitikberatkan pada individu jurnalis. Ini berhubungan erat dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Latar belakang wartawan, jenis kelamin, tingkat pendidikan, latar belakang budaya dan demografis, orientasi keagamaan, dan prefensi partai politik sedikit banyak mempengaruhi pola pemberitaan. Dalam level individual seperti ini, sebuah berita akan dipengaruhi oleh aspek-aspek personal dari pengelola media untuk

mempertimbangkan peristiwa mana yang akan diliput dan diberitakan dan peristiwa mana yang tidak akan diliput dan diberitakan.

Aspek personal akan mempengaruhi bagaimana pengelola media menyajikan suatu berita. Latar belakang jenis kelamin menjadi salah satu factor yang menentukan bagaimana berita itu disajikan. Contohnya, majalah Femina yang merupakan majalah dengan segmentasi perempuan usia dewasa cenderung memberitakan perempuan secara baik dan memiliki keberpihakan kepada kaum perempuan. Jika masalah kekerasan terhadap perempuan terjadi oleh laki-laki, maka dapat dibayangkan bahwa setiap berita akan dikemas dari sudut pandang gender. Orientasi ini tidak mengherankan sebab dalam redaksi Femina, sebagian besar dari wartawan yang ada adalah wartawan perempuan yang peka dan dapat merasakan apa yang ingin diketahui oleh kaum perempuan.

Lain lagi pada wartawan dengan latar belakang perbedaan agama akan cenderung berpihak pada agama yang dianutnya. Pada peristiwa konflik SARA di Maluku yang terjadi tahun 1999, wartawan di Maluku yang beragama Kristen akan memberitakan hal yang berbeda dengan wartawan yang beragama Islam. Wartawan yang beragama Islam akan mengecam tindakan orang-orang Kristen yang membantai, membunuh dan merusak mesjid-mesjid di Maluku. Tetapi akan terjadi pola yang jauh berbeda ketika yang memuat berita adalah orang-orang yang beragama Kristen.

*Kedua*, 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 (Shoemaker dan Resse, 1996:137).

Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik atau apa criteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar dari pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Redaktur menentukan peristiwa apa yang selayaknya diliput, wartawan dilapangan memilih bagian mana yang seharusnya dibuang, editor bahasa menentukan bahasa apa yang dipilih sedangkan bagian artistik dan foto membuat dan mempertajam citra yang dihadirkan berita. Jika media menampilkan aspek tertentu bukan berarti media tersebut memerankan peran negatif dalam proses pembentukan produksi berita untuk mengelabui publik. Hal demikian bisa saja terjadi, namun semua proses seleksi terjadi karena rutinitas kerja keredaksionalan yang dianggap sebagai suatu bentuk rutinitas organisasi media. Kemudian disinilah seorang redaktur memegang sebuah kendali pemberitaan, redaktur memiliki otoritas penuh atas pemilihan suatu peristiwa yang layak atau tidak layak untuk dijadikan sebuah berita. Untuk itulah mekanisme rutinitas media ini akan menentukan bagian wujud akhir dari berita.

*Ketiga*, 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 (Shoemaker dan Resse, 1996:172-173).

Beberapa hal tersebut sangat mempengaruhi sebuah peristiwa untuk dijadikan berita. Di dalamnya juga terdapat factor ekonomi, seperti pemasaran, pengiklan, pemilik modal yang semuanya sedikit banyak menentukan apakah

suatu peristiwa perlu dimuat atau tidak dan kalau dimuat, itu dilakukan atas pertimbangan apa. Suatu peristiwa oleh satu media lebih sering dimuat karena peristiwa tersebut dapat mendongkrak pemasaran, sementara media lain tidak memuatnya karena peristiwa itu berhubungan dengan pemilik modal. Hal ini menunjukkan bahwa setiap bagian dari media tersebut tidak harus selalu sejalan bahkan bisa saja terjadi pertentangan antar bagian dalam organisasi media. Sebab setiap bagian mempunyai target, strategi dan tujuan yang berbeda-beda. Ini dapat dilihat ketika terjadi pertentangan antara bagian redaksi dan bagian sirkulasi atas suatu peristiwa. Redaksi memutuskan untuk memuat berita tersebut dengan pertimbangan-pertimbangan dari sisi jurnalisme, sementara sirkulasi tidak setuju atas berita tersebut karena mengakibatkan jatuhnya pemasaran, dan sebaliknya menginginkan penonjolan berita tertentu untuk menaikkan jumlah pemasaran.

Dalam setiap organisasi media, selain mempunyai banyak bagian, tetapi tetap mempunyai tujuan dan filosofi tersendiri yang mempengaruhi bagaimana proses kerja wartawan di lapangan, dimana idealisme dan aturan-aturan sangat menentukan bagaimana sikap, tindakan dan aturan main bagi setiap anggota institusi media.

*Keempat*, faktor yang memusatkan perhatian pada kekuatan eksternal di luar media. Pada tahapan ini media hanyalah bagian dari sistem besar yang kompleks yang sedikit banyak menentukan kehadiran suatu berita. Faktor eksternal sedikit banyak ikut menentukan pertimbangan suatu peristiwa harus diliput dan bagaimana seharusnya peristiwa itu ditulis.

Ada beberapa faktor di luar lingkungan media yang mempengaruhi pemberitaan media 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 memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya, dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya (Shoemaker dan Resse, 1996:219-220).

Sumber berita juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan, antara lain ia akan memberikan informasi kepada khalayak dengan membentuk citra positif agar khalayak turut aktif mendukung argumentasinya. Sumber berita tentu saja mempunyai kepentingan tersendiri, oleh sebab itu ia akan memberlakukan politik pemberitaan. Informasi yang diberikan tentu dengan citra yang baik tentang dirinya tanpa ada kesalahan, dan sebaliknya ia akan memberikan argumentasi-argumentasi yang dapat menjatuhkan lawan yaitu dengan memaparkan kesalahan-kesalahannya. Pengelola media tidak sadar dengan apa yang dilakukan oleh sumber berita, bahkan memberikan ruang yang cukup untuk memberitakan kebenaran versi sumber tadi.

b. Faktor sumber penghasilan media.

Ketika berbicara pada level ini, maka kelangsungan hidup sebuah media sangat tergantung pada sumber dana. Dana didapatkan dari pengiklan dan pelanggan yang menjadi factor penentu utama untuk kelangsungan hidup media tersebut. Akibat lebih jauh ketika pengiklan atau pelanggan ikut megintervensi pola pemberitaan, maka tingkat subyektifitas media akan terancam. Pada kasus teretntu, media akan tunduk pada apa yang menjadi kepentingan dari pengiklan.

Berita-berita buruk mengenai orang-orang ataupun organisasi iklan tentu tidak akan naik menjadi berita. Sebab pengiklan mempunyai hak untuk mengembargo berita buruk mengenai mereka. Lain lagi yang terjadi dengan pelanggan. Jika ada satu peristiwa yang menarik perhatian pelanggan, maka media tidak akan menyai-nyaiakan kesempatan itu.

c. Faktor pihak eksternal media. Seperti pemerintah dan lingkungan bisnis.

“Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi factor yang dominant 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 pemberitaan (Sudibyo, 2001:12).

Pada negara yang otoriter, jika media ingin tetap terbit harus selalu mengikuti aturan-aturan dan batasan-batasan dari pemerintah. Keadaan itu tentu saja berbeda dengan negara yang demokratis dimana tidak ada campur tangan negara, justru yang besar adalah pengaruh dari lingkungan pasar dan bisnis.

*Kelima*, level ideologi. Dalam konteks ini, ideology 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 (Shoemaker dan Resse, 1996:251).

Contoh kasus yang cukup mewakili masalah ideologi ini adalah pemberitaan media tentang Partai Komunis Indonesia. PKI pada zaman rezim Soeharto merupakan partai terlarang. Pengelola media akan menyesuaikan dengan keadaan zaman dan pandangan masyarakat yang telah mendarah daging tentang PKI ini dalam sebuah pemberitaan yang turut mendukung opini masyarakat.

Karena sejatinya media memang merupakan cerminan dari masyarakat (*mirror of society*).

#### **E.2.4. Realitas dan Ideologi**

Setelah mengetahui bagaimana system kerja media dalam menyajikan berita, maka yang tidak dapat dilepaskan adalah bagaimana media mendefinisikan realitas dan bagaimana pengaruh ideologi media dalam berita. Setiap mendefinisikan realitas individu tidak dapat melepaskan ideologinya dalam memandang fakta. Ideologi adalah konsep yang abstrak dimana pemahamannya terkadang berbeda antara orang yang satu dengan orang yang lain.

Pendapat Sargent dalam bukunya *Contemporary Ideologies* (Ideologi-ideologi Politik Kontemporer) (O'neil, 2002:32-33):

“...sebuah ideologi adalah sebuah sistem nilai atau keyakinan yang diterima sebagai fakta atau kebenaran oleh kelompok tertentu. Ia tersusun dari serangkaian sikap terhadap berbagai lembaga serta proses masyarakat. Ia menyediakan sebuah potret dunia sebagaimana adanya dan sebagaimana seharusnya dunia itu bagi mereka yang menyakininya. Dan, dengan melakukan itu, ia mengorganisir kerumitan atau kompleksitas yang besar di dunia menjadi sesuatu yang cukup sederhana dan bisa dipahami. Derajat organisasi atau penataan itu, juga penyederhanaan yang tampak pada potret tadi, cukup bervariasi dari satu ideologi ke ideologi lain, dan semakin meningkatnya kompleksitas dunia membuat potret tadi jadi kabur. Disaat yang sama, potret dasar yang disediakan oleh ideologi tampaknya tetap cukup mapan dan konstan”.

Menurut Sargent ideologi merupakan suatu nilai yang diyakini oleh suatu kelompok. Sistem nilai yang diyakini tersebut akan mengatur kelompok yang menyakininya. Suatu kelompok tersebut mempunyai standar nilai dan sikap dalam berinteraksi dengan kelompok lain.

Ideologi dianggap sebagai kesadaran palsu, sistem berpikir yang sudah terkena distorsi, entah disadari, entah tidak. Biasanya ideologi sekaligus dilihat sebagai sarana kelas atau kelompok yang berkuasa untuk melegitimasi kekuasaan secara tidak wajar (Magnis-Suseno dalam Sobur, 2001:66).

Menurut Magnis-Suseno, ideologi dianggap sebagai suatu pemikiran atau teori yang tidak lagi berorientasi pada kebenaran. Ideologi dianggap sebagai pemikiran atau teori yang memiliki orientasi kepada kepentingan dari pihak yang mempropogandakannya.

Louis Althusser yang merupakan filsuf sekaligus teoritis yang berasal dari Prancis mempunyai dua tesis tentang ideologi ([www.kunci.or.id](http://www.kunci.or.id) , diakses pada tgl 10 Agustus 2006). Tesis pertama Althusser mengenai ideologi ini adalah bahwa ideologi merupakan representasi dari hubungan imajiner antara individu dengan kondisi eksistensi nyatanya, contohnya seperti ideologi agama, politik, hukum dan sebagainya. Dalam hal ini, yang direpresentasikan adalah hal-hal yang menyangkut hubungan imajiner antara individu dengan kondisi atau keadaan nyata dimana manusia atau individu tersebut hidup di dalam keadaan tersebut. 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.

Media massa yang merupakan agen produksi pesan merupakan cerminan sebuah ideologi. Jika dikaitkan dengan ekonomi kapitalis maka media sangat dipengaruhi oleh ideologi dominan. Media menyebarkan gagasan-gagasan dominan yang diproduksi oleh kelas dominan yang sedang menguasai negara ([www.sosiologikomunikasi.blogspot.com](http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com), diakses pada tgl 10 Agustus 2006).

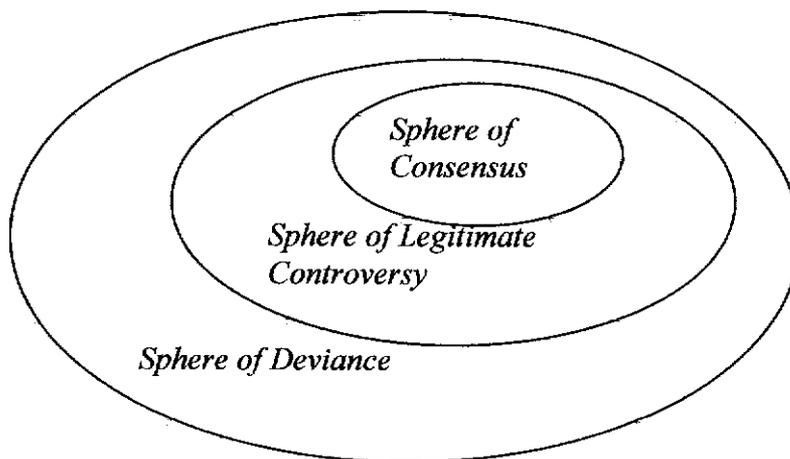
Media massa dianggap sebagai cerminan dari ideologi. Hal tersebut dikarenakan peran media massa sebagai agen produksi pesan. Jika dihubungkan dengan ekonomi kapitalis dimana kaum dominan yang menjadi penguasa. Maka media juga akan dipengaruhi oleh ideologi yang dianut oleh kaum atau kelompok dominan tersebut. Media akan menjadi sarana untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang dihasilkan oleh kelompok dominan tersebut.

Sebuah peristiwa menurut Hall dkk, hanya akan berarti jika ia ditempatkan dalam identifikasi cultural dimana berita tersebut hadir. Jika tidak, berita tersebut tidak akan berarti bagi khalayak pembacanya. Peristiwa yang tidak beraturan dibuat menjadi teratur dan berarti. Itu artinya wartawan pada dasarnya menempatkan peristiwa kedalam peta makna (*maps meaning*). Identifikasi sosial, kategorisasi dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting dimana peristiwa itu dibuat berarti dan bermakna bagi khalayak. Proses membuat berita agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial---menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Ia menjadi latar asumsi (*background assumption*) yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman wartawan dipandang bernilai bagi khalayak melalui mana peristiwa bukan hanya dipandang berarti tetapi juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang kira-kira bagi khalayak dan wartawan disepakati bersama bagaimana peristiwa seharusnya dipahami dan dijelaskan (Eriyanto, 2002:120).

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

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

Gambar 1.2  
Peta Ideologi



Sumber : Hall dalam Eriyanto,2002:127

Dalam mendefinisikan realitas, gagasan Stuart Hall yang menarik adalah bagaimana ia menghubungkan proses kerja dan ideologi profesional dengan ideologi. Proses kerja pembentukan dan produksi berita itu bukanlah sesuatu yang netral, tetapi ada bias ideologi yang secara sadar atau tidak sadar tengah dipraktekkan oleh wartawan (Eriyanto, 2002:136).

### E.3. Jurnalisme Media Online

Setiap segi kehidupan manusia pada saat sekarang ini tidak pernah terlepas dari yang namanya teknologi. Salah satu contohnya yaitu manusia mengakses informasi juga dengan adanya bantuan dari teknologi. Bisa dikatakan bahwa teknologi cukup berperan dalam kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, maka perkembangan teknologi juga semakin meningkat. Ada banyak faktor yang menyebabkannya, antara lain dengan meningkatnya kecerdasan manusia sebagai pencipta dan penggerak teknologi dan juga faktor meningkatnya kebutuhan manusia sebagai pengguna teknologi tersebut.

*“Communication technology is the hardware equipment, organizational structures, and social values by which individual collect, process, and exchange information with other individual”* (Roger, 1986:2).

Roger menjelaskan bahwa teknologi komunikasi adalah sebuah produk yang terstruktur secara organisasional, mempunyai nilai-nilai sosial dimana individu berinteraksi, berproses dan saling menukar informasi dengan individu yang lainnya.

Pendapat John Naisbitt tentang pentingnya 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 ever more rapid pace, as real-time multimedia communications on a global scale become ever more common* (Pavlik, 1996:306).

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.

Adanya teknologi akan menyebabkan cepatnya aliran informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu juga dapat menyebabkan munculnya segala macam produk baru serta aktivitas baru dari masyarakat. Hal tersebut terjadi dalam segala macam ruang lingkup hidup masyarakat.

Jurnalisme online juga dapat dikatakan sebagai produk dari teknologi informasi. Dulunya bentuk dari media yang dikenal hanyalah berupa media konvensional. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, maka muncullah media online yang dijadikan sebagai wadah bagi jurnalisme online.

Media online adalah sebuah media massa yang merupakan salah satu dari kecanggihan teknologi media baru dimana jurnalisme media berada dalam dunia maya atau lebih sering dikenal sebagai jurnalisme *superhighway*. Seperti halnya jurnalisme konvensional, disana terdapat proses komunikasi antara komunikator dan audien melalui berita yang tidak bisa terlepas dari proses konstruksi. Jika dilihat dari segi proses konstruksi sebuah realitas, jurnalisme media online tidak ada bedanya dengan jurnalisme media konvensional. Letak perbedaannya adalah bahwasanya jurnalisme media online merupakan kecanggihan teknologi dimana jurnalisme tersebut menggunakan *tools* atau perangkat teknologi komunikasi ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), diakses pada tgl 27 April 2006).

Perkembangan teknologi komunikasi mempengaruhi perkembangan beberapa media konvensional, termasuk surat kabar. Sebagai media informasi, surat kabar harus memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi. Manfaat yang akan diperoleh dari hal tersebut antara lain adalah surat kabar dapat meningkatkan pelayanan kepada para pembacanya dan dapat mengurangi biaya produksi. Teknologi itu mulai dari pemanfaatan cetak jarak jauh, online communication, WWW dan e-mail. Hingga saat ini banyak surat kabar yang membuka situs di WWW, bahkan surat kabar-surat kabar elektronik juga mulai bermunculan.

Roger Fidler pernah menawarkan nasehat pada para industrialis pers di abad digital ini bahwa hanya surat kabar yang secara kredibel bisa menggabungkan isi, informasi kualitas tinggi yang penuh daya tarik dan menawarkan interaktivitas akan mempunyai kesempatan tumbuh dan hidup lebih lama (Pavlik, 1996 :199). Ada tiga kata kunci dari pernyataan Fidler tersebut, yaitu kualitas isi, multimedia dan interaktivitas. Maka dalam mendesain sebuah produk media baru. Hal inilah yang kemudian menentang perkembangan jurnalisme online pada saat ini.

Seluruh produksi jurnalisme online dilakukan dalam digital environment di mana teks non-linear, image dan suara menjadi bagiannya. Inilah yang menjadi daya tarik pesan dari jurnalisme online. Ketika kita mengkonsumsi sebuah berita, kita akan dapat menikmatinya dalam bentuk tulisan, gambar dan suara sekaligus. Kelebihan yang lain adalah informasi yang ditawarkan adalah sangat banyak dan selalu up-date. Hal ini akan sangat memanjakan audiens dalam mengkonsumsi

informasi. Pembaca dapat memperoleh segala macam informasi yang dia inginkan. Lewat hypertexts dan hyperlinks, pembaca dapat menelusuri informasi yang dibutuhkan ke sumber-sumber lain. Misalnya Kompas Cyber Media ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)) memberitakan akuisisi yang dilakukan oleh Adidas terhadap Reebok untuk menyaingi Nike di pasar produksi sepatu di Amerika. Pada berita tersebut akan kita temui hypertexts yang dapat menghubungkan kita dengan situs perusahaan-perusahaan tersebut.

Jurnalisme online sesungguhnya adalah jurnalisme yang kita jumpai ketika kita sedang online atau berada di dunia maya. Ada dua hal penting yang membedakan jurnalisme online dengan jurnalisme offline, (1) jurnalisme online telah mendefinisikan 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*. Surat kabar elektronik adalah salah satu contoh dari jurnalisme online ([www.pertekom.blogspot.com](http://www.pertekom.blogspot.com), diakses pada tgl 6 September 2006). Situs online Kompas dan situs online Republika merupakan salah satu contoh dari surat kabar elektronik atau jurnalisme online.

Berikut ini adalah keuntungan (karakteristik) jurnalisme online (dbu, [www.google.com](http://www.google.com), diakses pada tgl 9 Agustus 2006) :

1. **Audience Control.** Jurnalisme online memungkinkan audience untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya
2. **Nonliability.** Jurnalisme online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami

3. **Storage and retrieval.** Online jurnalisme memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audience
4. **Unlimited Space.** Jurnalisme online memungkinkan jumlah berita yang disampaikan / ditayangkan kepada audience dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
5. **Immediacy.** Jurnalisme online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audience
6. **Multimedia Capability.** Jurnalisme online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audience
7. **Interactivity.** Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita.

Media online secara sederhana dapat diartikan sebagai media massa yang dapat ditemukan di internet. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Jika dibandingkan dengan media konvensional, tidak terdapat perbedaan yang terlalu signifikan. Perbedaan yang terlalu mencolok adalah terletak pada mediumnya. Hal tersebut dapat dilihat dimana media online menggunakan medium virtual sedangkan media konvensional menggunakan medium tercetak. Oleh karena itu secara teknis ada hal-hal tertentu yang membuat media online dan media konvensional menjadi berbeda.

Bagan 2.1  
Tabel Perbedaan Teknis Media Cetak dengan Media Online

Unsur	Media Cetak	Media Online
Pembatasan panjang naskah	Biasanya panjang naskah telah dibatasi, misalnya 5 – 7 halaman kuarto diketik 2 spasi.	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
Prosedur	Naskah biasanya harus di-ACC	Sama saja. Namun ada

naskah	oleh redaksi sebelum dimuat	sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk meng-upload sendiri tulisan-tulisan mereka.
Editing	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah online, masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya
Tugas desainer atau layouter	Tiap edisi, desainer atau layouter harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut	Desainer dan programmer cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs web. Selanjutnya, tugas mereka hanya pada masalah-masalah maintenance atau ketika perusahaan memutuskan untuk mengubah desain dan sebagainya. Setiap kali redaksi meng-upload naskah, naskah itu akan langsung "masuk" ke desain secara otomatis.
Jadwal terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan, dua mingguan, dan sebagainya).	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.
Distribusi	Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai sebelum melalui proses distribusi.	Begitu di-upload, setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang di seluruh dunia yang memiliki akses internet.

Sumber: Jonru, [jurnalisme.wordpress.com](http://jurnalisme.wordpress.com), diakses pada tgl 9 Agustus 2006

Dari tabel diatas dapat dilihat secara jelas bahwa perbedaan antara jurnalisme media cetak dan media online tersebut hanyalah terletak pada masalah-masalah teknisnya. Dari segi sifat, ada kemiripan antara media online dengan media elektronik seperti radio dan televisi yaitu mereka selalu dituntut untuk menyajikan berita yang selalu *up to date* secepat mungkin. Mereka juga biasanya

tidak perlu menunggu sampai seluruh data terkumpul. Begitu ada data, walaupun hanya sedikit, mereka akan langsung melaporkannya. Jika ada perkembangan baru mengenai peristiwa tersebut, mereka langsung melaporkannya. Begitu seterusnya. Karena itu aturan penulisan di dalam media online cenderung lebih bebas, tidak terlalu terpaku pada kaidah-kaidah bahasa dan jurnalistik yang berlaku umum.

Sedangkan mengenai teknik penulisannya, gaya bahasa pada media online harus secara ringkas, padat dan menarik. Biasanya pada halaman pertama media online terdapat tampilan berita-berita terbaru yang terdiri dari judul dan *lead*. Umumnya *lead* ini adalah alinea pertama dari artikel berita tersebut, walau tidak mesti demikian. *Lead* tersebut harus dibuat semenarik mungkin agar para *netter* dapat tergoda untuk membaca artikel tersebut. Jika alinea pertama tidak menarik untuk dijadikan *lead*, maka harus disiasati dengan mencari bagian-bagian lain yang lebih menarik. Atau dibuat *lead* khusus yang berbeda. Hal tersebut sah-sah saja dilakukan dalam jurnalisme media online, yang paling penting adalah isinya masih sejalan dan harus *full* artikel.

#### **E.4. Analisis Framing**

Secara sederhana framing dapat diartikan sebagai bingkai atau *frame*. Framing ini digunakan untuk mengetahui bagaimana sebuah media membingkai sebuah realitas atau peristiwa dengan konstruksi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana media online Kompas.com dan Republika.co.id membingkai suatu peristiwa. Dan nantinya juga akan terlihat bagaimana perbedaan dari kedua media online tersebut dalam membingkai suatu

peristiwa atau realitas tersebut.

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada tahun 1955 (Sudibyo dalam Sobur, 2001:161). Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca 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*” (Griffin, 2000:360). Media dipandang memiliki kemampuan untuk memindahkan unsur-unsur yang menonjol dari agenda beritanya kepada agenda publik.

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* (Griffin, 2000:367).

McCombs menjelaskan bahwa *agenda setting* merupakan proses transfer obyek-obyek yang ditonjolkan oleh media massa ke 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.

Etman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas/isu tersebut. Pada prakteknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain: dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana-penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline*, di depan atau dibagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk

mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak (Nugroho, Eriyanto, Sudiarsis, hal 21).

Resse mengungkapkan *"framing has been particularly useful in understanding the media's role in political life"* (Resse, 2001:7). Framing memiliki peranan atau berguna dalam memahami media khususnya dalam dunia politik. Media digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi publik yang dengan kata lain media digunakan sebagai alat politik.

*"Framing is concerned with the way interests, communicators, sources, and culture combine to yield coherent ways of understanding the world, which are developed using all of the available verbal and visual symbolic resources"* (Resse, 2001:11).

Dalam framing tidak terlepas dari unsur-unsur kepentingan, komunikator, sumber-sumber dan budaya yang mana keempat komponen tersebut akan menghasilkan sebuah cara bagaimana memahami dunia.

Terdapat empat model analisis framing yaitu model Murray Edelman, model Robert N. Entman, model William A. Gamson, model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Masing-masing model framing tersebut memiliki karakter dan ciri yang berbeda satu sama lainnya dalam menganalisis teks atau berita dalam suatu media.

Menurut Edelman, apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan mengkonstruksi/menafsirkan realitas (Eriyanto, 2002:155). Realitas yang kita tafsirkan ini nantinya akan beranekaragam dan berbeda-beda. Hal tersebut

tergantung pada bagaimana setiap individu tersebut dalam memahami dan menafsirkan realitas yang ada.

*“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”* (Edelman dalam Eriyanto, 2002:156).

(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 kedalam kategori tertentu.)

Dari penjelasan-penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Edelman lebih mengartikan framing pada bagaimana kita membingkai dan menginterpretasikan realitas serta memfokuskan kedalam kategori tertentu.

Konsep framing, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan-penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lainnya (Eriyanto, 2002:186).

Menurut Etnman *framing* didefinisikan sebagai berikut:

*“To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation”* (Resse, 2001:10).

(Untuk membingkai adalah seleksi isu dan mengambil suatu realitas dan membuatnya menonjol dalam teks berita, termasuk di dalamnya dengan jalan untuk memilih identifikasi masalah, evaluasi moral dan atau memberikan rekomendasi).

William A. Gamson menghubungkan wacana media dengan pendapat umum. Wacana media digunakan untuk melihat dan memahami pendapat umum yang berkembang terhadap suatu isu atau realitas tertentu. Sajian media tentang suatu isu akan menentukan bagaimana khalayak memandang isu tersebut. Menurut Gamson, wacana media terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui konstruksi atas suatu peristiwa. Gamson dan Modigliani menyebut frame sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna atau peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana (Gamson and Modigliani dalam Eriyanto, 2002:224). Kemasan atau *package* adalah skema atau truktur pemahaman yang digunakan untuk mengkonstruksi makna pesan yang disampaikan. *Package* bisa dilihat dari gagasan sentral/ide/pemikiran yang dikemukakan serta perangkat-perangkat wacana yang mendukung. Perangkat tersebut yaitu kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu, proposisi, dan sebagainya. Salah satu perangkat penalaran Gamson adalah efek atau konsekuensi yang di dapat dari bingkai.

Framing menurut Zhondang Pan dan Gerald M. Konsicki adalah suatu proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut (Pan and Konsicki dalam Eriyanto, 2002:252). Pan dan Konsicki membagi framing menjadi dua konsep yaitu konsep psikologi dan konsep sosiologi.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Terbitnya edisi perdana majalah Playboy versi Indonesia pada tanggal 7 April 2006 yang menimbulkan banyak pro dan kontra ini mendapat sorotan dari berbagai media cetak maupun elektronik. Isi pemberitaan di berbagai koran (termasuk media online) merupakan bentuk dari konstruksi atas realitas tersebut.

Jenis penelitian penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hal tersebut didasari atas penggunaan metode framing sebagai metode yang

menceritakan sebuah teks, maksudnya adalah bagaimana media mengkonstruksi, mengemas dan membingkai realitas untuk dijadikan berita.

Penelitian deskriptif yaitu menjelaskan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian mengenai fenomena atau kenyataan sosial dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi (Rahmat 1995:25).

## **2. Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah Kompas online dan Republika online. Pemilihan atas dua media online tersebut adalah berdasarkan adanya perbedaan yang signifikan pada Kompas.com dan Republika.co.id dalam mengkonstruksi realitas mengenai pemberitaan terbitnya edisi perdana majalah Playboy versi Indonesia khususnya dalam hal pemingkaiannya.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

### **a. Teknik Dokumentasi**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data primer yang diperoleh dari pemberitaan situs online Kompas dan situs online Republika mengenai terbitnya edisi pertama majalah Playboy versi Indonesia.

### **b. Studi Pustaka**

Teknik pengumpulan data dari literatur-literatur, majalah, surat kabar, situs online, internet dan sumber-sumber lain yang relevan dan mendukung penelitian.

## Jenis Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari sumbernya yaitu dengan mengumpulkan data situs Kompas.com dan Republika.co.id yang mengangkat tentang pemberitaan terbitnya edisi perdana majalah Playboy versi Indonesia pada tanggal 7 April 2006.

### b. Data Sekunder

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

## 4. Teknik analisis Data

### a. Framing

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing*.

Analisis framing yang mencoba menangkap segala bentuk pemberitaan dan bagaimana memperlihatkan suatu bentuk orientasi media dengan cara tertentu dalam memperlakukan fakta.

Framing ini digunakan untuk mengetahui bagaimana sebuah media mbingkai sebuah realitas atau peristiwa dengan konstruksi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana media online Kompas.com dan Republika.co.id mbingkai suatu peristiwa. Dengan menggunakan analisis

framing ini nantinya juga akan terlihat bagaimana perbedaan dari kedua media online tersebut dalam membingkai suatu peristiwa atau realitas tersebut.

Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan framing sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strip of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur,2001:161-162).

Framing pada dasarnya adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada cara melihat terhadap realitas yang dijadikan berita, cara melihat berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. "Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas, juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media" (Eriyanto, 2002:10).

Ada dua esensi utama framing, yaitu :

"*Pertama* , bagaimana peristiwa itu dimaknai, ini berhubungan dengan mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. *Kedua*, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan" (Eryanto, 2002:10).

#### **b. Metode Analisis William A. Gamson**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis *framing* dengan model yang dikemukakan oleh Gamson dan Modigliani. Alasan peneliti menggunakan metode Gamson dan Modigliani adalah sebagai pertimbangan data,

artinya dengan model tersebut peneliti bisa lebih memaksimalkan pengolahan data yang ada. Disamping itu karena gagasan mereka terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum di sisi lainnya. Dalam formulasi mereka, *frame* dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Lebih lanjut, mereka melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana konstruksi atas peristiwa dibentuk. Kemasan itu merupakan skema atau struktur pemahaman yang dipakai oleh seseorang ketika mengkonstruksi pesan-pesan yang dia sampaikan, dan menafsirkan pesan yang dia terima. (M.P.Mc.Cauley and R.Frederick, 1996:2, dikutip dari Eriyanto)

Dalam framing Gamson dan Modigliani, hal pertama yang dilakukan dalam membingkai suatu peristiwa adalah menentukan gagasan atau ide sentral dari berita atau peristiwa tersebut atau dikenal dengan element ini berita (*idea element*). Ide sentral ini, akan didukung oleh perangkat wacana lain sehingga antara satu bagian dengan bagian lain saling mendukung. Ada dua perangkat bagaimana ide sentral ini diterjemahkan dalam teks berita. *Pertama, framing device* (perangkat pembingkai). Perangkat ini berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat pembingkai ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora tertentu. Kesemua elemen tersebut dapat ditemukan dan ditandai serta merujuk pada gagasan atau ide sentral tertentu. *Kedua, reasoning devices* (perangkat penalaran). Perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan

koherensi dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu. Sebuah gagasan tidak hanya berisi kata atau kalimat, tapi juga selalu ditandai oleh pembenaar tertentu, alasan tertentu dan sebagainya, sehingga tampak benar, absah, dan demikian adanya.

Berdasarkan definisi di atas, maka data akan dianalisis berdasarkan skema *framing* Gamson dan Modigliani sebagai berikut:

Bagan 3.1  
Perangkat Framing Gamson dan Modigliani

<b>Frame</b> Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues	
<b>Framing Devices</b> (Perangkat framing)	<b>Reasoning Devices</b> (Perangkat penalaran)
<b>Methapors</b> Perumpamaan	<b>Roots</b> Analisis kausal atau sebab akibat
<b>Catchpharases</b> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.	<b>Appeals to principle</b> Premis dasar, klaim-klaim moral
<b>Exemplar</b> Mengaitkan bingkai dengan contoh uraian (bias teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai	<b>Consequences</b> Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai
<b>Depiction</b> Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
<b>Visual images</b> Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	

Sumber : William A. Gamson dan Andre Modigliani, dalam Eriyanto "Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media" LkiS Yogyakarta 2002 hal 225

### Operasionalisasi Perangkat Framing:

#### a. Framing Devices (Perangkat Framing) (Sobur,2001:179)

**Metaphors.** Secara sederhana *metaphors* dapat diartikan sebagai perumpamaan atau kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, sebagai umpama, laksana. Dengan adanya *Metaphors* maka teks yang ada akan membuat *sense* tertentu karena *metaphors* berasosiasi dengan asumsi atau penilaian.

**Catchphrases.** merupakan frase menarik yang menonjol dalam suatu wacana dan merujuk pada semangat tertentu. *Catchphrases* juga dapat diartikan sebagai suatu kalimat yang akan membangkitkan semangat.

**Exemplar,** merupakan salah satu dari perangkat *framing devices* yang bertujuan untuk mengemas fakta secara mendalam dan berposisi sebagai pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan suatu perpektif. *Exemplar* juga dapat dikatakan sebagai ilustrasi yang mendukung bingkai pada sebuah berita, bentuknya bisa berupa teori atau perbandingan.

**Depiction.** Merupakan gambaran fakta, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah kepada citra tertentu. Dalam sebuah berita, media menggunakan *depiction* untuk membentuk sebuah citra mengenai objek yang diberitakan.

**Visual Images.** *Visual images* seperti pemakaian foto, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya adalah upaya untuk mengekspresikan kesan. *Visual images* sangat mewakili realitas yang membuat erat ideologi pesan dengan khalayak, yang tujuan akhir dalam analisis kausal adalah membenarkan penyimpulan fakta berdasarkan hubungan sebab akibat yang digambarkan atau dibebaskan dalam bentuk tulisan. fungsi lain dari *visual images* adalah memanipulasi fakta agar bermakna dan dipercaya, sebab *visual images* lebih berdaya memindahkan realitas dalam wacana dibandingkan teks. Keberadaan *visual images* akan memperkuat bingkai dari berita.

#### b. Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)

**Roots** adalah analisis kausal atau sebab akibat. *Roots* dapat dikatakan sebagai pembenaran isu dengan menghubungkan suatu obyek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya hal yang lain. Tujuannya adalah untuk membenarkan penyimpulan fakta berdasarkan hubungan sebab akibat yang digambarkan.

**Appeal to Principle,** *Appeal to principle* dalam sebuah berita digunakan untuk menyerang argumentasi dari pihak lawan dengan cara memberikan klaim tertentu. *Appeal to principle* sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, dan lain sebagainya. *Appeal to principle* bertujuan membuat para khalayak atau pembaca tidak berdaya menyanggah argumentasi yang ada, karena fokus dari *appeal to principle* adalah

untuk memanipulasi emosi dari pembaca agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, cara tertentu, serta untuk membuat si pembaca tertutup dari penalaran yang lainnya.

*Consequences* (Eriyanto, 2002:225). Adalah efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai atau merupakan efek yang didapat dari *frame* sebuah berita. *Consequences* merupakan bagian akhir dari bingkai atau dapat juga dikatakan sebagai kesimpulan akhir yang didapat dari bingkai yang dibentuk pada sebuah berita. Contohnya, kalau kenaikan seperti BBM, Elpiji adalah upaya pemerintah agar masyarakat Indonesia bisa mandiri, maka yang ada dibenak pembaca adalah harus menerima konsekuensi kebijakan tersebut yang dimulai sejak awal Januari 2003.