

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

“...buktikan kepada apa yang dibawa Muhammad sekarang ini, tidak ada apa-apa hanya ajaran setan dan tidak manusiawi seperti ajarannya tentang penyebaran iman dengan pedang” (Republika, Senin, 18 September 2006, halaman 4).

Hal tersebut di atas adalah kutipan pidato Paus Benediktus XVI saat sedang mengisi kuliah teologi di Universitas Regensburg, Jerman. Alih-alih untuk menimbulkan dialog yang tulus antar umat beragama malah hal ini justru membuat sang Paus sukses menuai berbagai kritikan dan kecaman dari berbagai pihak.

Pro kontra dan reaksi sejumlah tokoh dari berbagai elemen juga ramai mengisi berbagai media di luar negeri terutama yang berbasis agama Islam dan tak ketinggalan pula media-media tanah air.

Sejumlah media di Iran menyatakan bahwa pidato Paus Benediktus XVI itu merupakan rencana yang dirancang AS dan Israel. Menurut harian *Jomhari Islam*, langkah ini bertujuan untuk mengalihkan perhatian umat Islam atas perlawanan Hizbullah terhadap Israel di Lebanon. Sementara, harian *Kayhan* menurunkan berita dengan memberi penekanan bahwa

campur tangan Israel yang bertujuan agar umat Islam dan Kristen saling berbenturan (Republika, Senin, 18 September 2006, hal 4).

Beberapa media di Timur Tengah lainnya, seperti harian Arab Saudi, Al Yom, menulis pernyataan Paus itu menguatkan gendang perang yang ditabuh AS. Di Doha, harian Ash – Sharq menolak pernyataan Paus dan mendesak permintaan maaf secara penuh.

Hal yang sebaliknya terjadi pada beberapa media Eropa, mereka justru mempertanyakan apakah sudah pada tempatnya kemarahan dan reaksi yang ditunjukkan umat Muslimin seluruh dunia. Selain itu, Komisi Eropa mengutuk aksi kekerasan yang mengikuti pernyataan Paus. Juru bicara Komisi Eropa, Johannes Laiten Berger, menyebut aksi itu tidak proporsional dan tidak dapat diterima (Republika, Selasa, 19 September 2006, hal 8).

Perbedaan mencolok terdapat pada *frame* media Timur Tengah dan Eropa dalam memberitakan pernyataan Paus Benediktus XVI tersebut. Kebanyakan media di Timur Tengah menyatakan sikap yang kontra terhadap pernyataan Paus Benediktus XVI dan Eropa menyatakan sikap yang melawan terhadap apa yang diberitakan oleh media Timur Tengah.

Selama rentang waktu pertengahan September (16- 26 September 2006) peneliti melakukan pengamatan pada Kompas dan Republika. Secara singkat dapat diceritakan, Kompas bahkan sejak 12 dan 15 September 2006 telah memuat berita tentang kunjungan Paus Benediktus XVI selama 6 hari di kota kelahirannya, Bavaria, Jerman.

Edisi 17 September 2006, Kompas menurunkan berita yang memuat informasi tentang tentang penyesalan Paus. Sedangkan, Republika sudah menurunkan berita ini 1 hari sebelumnya (16/9) dengan judul 'Mestinya Paus tak Memicu Konflik'. Selanjutnya, Kompas menurunkan berita tentang Paus ini pada edisi-edisi 17, 18, 19, 21, 26 dan Republika 16. 17, 18, 19, 21, 23 September 2006.

Pada konteks media cetak, ada 3 tindakan dalam mengkonstruksi realitas¹, yang hasil akhirnya berpengaruh kuat terhadap pembentukan citra suatu realitas. *Pertama*, pemilihan kata atau simbol. Sekalipun media cetak hanya melaporkan, tetapi pemilihan kata, istilah, atau simbol secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat, hal ini tentu akan mengusik perhatian masyarakat tersebut. *Kedua*, pembingkaiannya suatu peristiwa, pada media cetak, selalu ada tuntutan teknis seperti keterbatasan-keterbatasan kolom dan halaman. Jarang media memuat berita tentang peristiwa secara utuh dari awal terjadinya sampai menit terakhir kejadian. Atas nama kaidah jurnalistik, berita selalu disederhanakan melalui mekanisme pembingkaiannya atau framing, sehingga berita tersebut layak terbit. *Ketiga*, penyediaan ruang. Semakin besar ruang yang diberikan, semakin besar pula perhatian yang diberikan khalayak.

Berbagai sudut pandang dan konstruksi realitas disajikan secara berbeda oleh setiap media massa, pada satu sisi ada media yang

¹ Sudibyo, Agus, Politik Media dan Pertarungan Wacana, LKIS, Yogyakarta, (2001) hal 2 - 4

mengkonstruksi realitas – terlepas dari obyektif atau tidak serta pemberitaan, bahwasanya media massa telah membentuk opini publik menurut kehendak media tersebut. Setiap institusi media memiliki versi yang berbeda-beda dalam melakukan justifikasi terhadap suatu realitas. Hal seperti ini dapat terjadi dikarenakan setiap media memiliki ideologi yang berbeda-beda, sehingga pengambilan sudut pandang tentang pemberitaan disesuaikan dengan ideologi media tersebut.

Berita yang disajikan oleh kedua harian tersebut (Kompas dan Republika) tentu mampu menimbulkan persepsi yang beragam di tengah masyarakat Indonesia yang majemuk ini. Bahkan, tak ayal justru memicu tindakan anarkis oleh mereka yang kontra dengan pernyataan Paus Benediktus XVI. Pada akhirnya bukan tidak mungkin, kelompok pro dan kontra akan bentrok satu sama lain. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi masyarakat luas untuk memahami bagaimana sebuah berita sebenarnya merupakan hasil konstruk yang dibangun oleh suatu media yang mana hal itu tidak dapat dilepaskan dari hal-hal yang melingkupi keberadaan dari suatu media tersebut sehingga bagi masyarakat berujung pada pengambilan sikap yang tepat dan bijaksana.

Peneliti akan menggunakan analisis framing sebagai sebuah metode untuk menjabarkan bagaimana dan seperti apa bingkai berita mengenai kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad pada kedua harian tersebut. Sehingga, masyarakat luas akan dapat memahami berbagai faktor yang

mempengaruhi media dalam mengemukakan isi dan membingkai suatu berita serta bagaimana sebenarnya sebuah media bekerja dalam mengkonstruksi suatu berita sebelum berita tersebut disampaikan pada khalayak ramai.

Peneliti tertarik untuk mengungkap bagaimana pemberitaan pada media massa tanah air – Kompas dan Republika – yang merupakan dua media besar, berpengaruh, dan dipandang berbeda pula dari sisi ideologi.

B. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

“Bagaimanakah *frame* berita yang terdapat pada harian Kompas dan Republika, 16 – 26 September 2006 mengenai kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *frame* harian Kompas dan Republika mengenai kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan *frame* harian Kompas dan Republika mengenai kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad.

3. Untuk mengetahui berbagai faktor yang dapat mempengaruhi Kompas dan Republika dalam mengkonstruksi berita kontroversi yang mengikuti pidato Paus benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad sebelum disampaikan pada masyarakat luas.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi bagi pengkajian teori-teori sosial menyangkut media massa, khususnya kajian analisis framing yaitu tentang pembingkaiian berita yang dilakukan Kompas dan Republika terhadap kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad.

- Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum bagaimana Kompas dan Republika dalam mengkonstruksi berita mengenai pidato Paus Benediktus XVI dan Nabi Muhammad.

E. KERANGKA TEORI

1. Pendekatan Konstruksionis

Memilih Paradigma penting untuk dilakukan oleh peneliti agar penelitiannya dapat menempuh alur berfikir yang dapat mencapai tujuan

yang diinginkan. Melalui paradigma, seorang peneliti akan memiliki patokan yang memandunya selama melakukan proses penelitian.

Paradigma merupakan pandangan yang mendasar dari ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari oleh suatu cabang ilmu pengetahuan. Paradigma membantu merumuskan tentang apa yang harus dipelajari, persoalan-persoalan apa yang mesti dijawab, bagaimana harus menjawabnya, serta aturan-aturan apa yang harus diikuti dalam rangka menjawab persoalan-persoalan tersebut.

Secara umum terdapat dua paradigma besar yaitu pandangan efek media dan pendekatan konstruktivisme². Pandangan efek media adalah paradigma yang melihat komunikasi sebagai sebuah pandangan efek media dalam mentransmisikan pesan. Pandangan seperti ini lazim juga disebut dengan paradigma positivisme. Sedangkan pendekatan konstruktivisme adalah paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna (paradigma konstruksionis).

John Fiske mengatakan³:

"The structure of this book reflects the fact that there are two main schools in the study of communication. The first sees communication as the transmission of messages. It is concerned with how senders and receiver encode and decode...the second school sees communication as the production and the exchange of meanings. It is concerned with how messages or text interact with people in order to produce meanings: that is, it is concerned with the role of texts in our culture"

² Ann N, Crigler, "Introduction: Making sense of Politics: Constructing Political Message and Meanings" dalam Ann N, Crigler (ed), *The Psychological of Political Communication*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1996, hal 7-9

³ Fiske John, "Introduction to Communication Studies", Second Edition, London and New York, Routledge, 1990, hal 2

“Susunan buku ini menggambarkan fakta-fakta bahwa ada dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. Pertama, komunikasi dilihat sebagai proses pengiriman pesan. Ini berhubungan dengan bagaimana pengirim dan penerima pesan, mengirim dan menerima pesan...Kedua, ilmu komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Ini berhubungan dengan bagaimana pesan-pesan atau teks berinteraksi dengan khalayak dalam produksi makna, untuk itu titik perhatiannya dengan aturan teks itu dalam budaya kita”

Fiske melihat realitas dapat dipahami lewat dua cara yang berbeda. Perbedaan pandangan ini melahirkan dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan (paradigma positivis) yang menitikberatkan pada proses berlangsungnya pesan dari pengirim (komunikator hingga sampai kepada penerima (komunikan) melalui transmitter. *Kedua*, paradigma yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna (paradigma konstruksionis).

Menurut Fiske, dalam pandangan produksi dan pertukaran makna ini, penyampaian pesan tidak hanya dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan dari A ke B saja, tetapi pesan itu sudah dipengaruhi oleh realitas yang berada diluar pesan itu. Pesan tidak dilihat secara paralel atau linear semata, tetapi pesan itu sudah dinamis. Terdapat pengaruh lain yang membuat pemahaman tentang pesan menjadi beragam. Peneliti menggunakan paradigma produksi dan pertukaran makna atau yang biasa disebut sebagai paradigma konstruksionis dengan menggunakan analisis framing sebagai metode.

2. Memahami Media Cetak sebagai bagian dari Komunikasi Massa

Media massa ada bermacam-macam, ada media elektronik (televisi, radio, internet), dan media cetak (koran, majalah, tabloid, buku). Media massa dalam komunikasi massa dapat disebut juga sebagai komunikator massa, karena mereka menyampaikan makna, informasi, berita, atau peristiwa kepada komunikasi massa (khalayak luas).

Pada media cetak ada proses pertukaran informasi atau makna dalam berita, dalam hal ini komunikatornya adalah media cetak, sedangkan komunikannya adalah pembaca media cetak tersebut. Ada proses *feedback* (umpan balik) walaupun bentuknya tertunda – tidak langsung layaknya proses komunikasi pada umumnya. Pada media cetak *feedback* biasanya dapat diamati dalam rubrik surat pembaca. Adanya *noise* atau gangguan tak direncanakan yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. Oleh karenanya, media cetak dapat dikategorikan sebagai bagian dari komunikasi massa karena di dalam prosesnya terdapat berbagai unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, komunikan, media, pesan, *feedback*, dan *noise*. Oleh karena itulah, media massa dapat disebut sebagai bagian dari komunikasi massa.

Berbicara mengenai pengertian komunikasi massa itu pada hakekatnya tidak ada definisi yang benar maupun atau pun salah. Begitu juga tidak ada teori atau model komunikasi massa yang tepat maupun meleset. Kesemuanya itu harus dilihat dari konteks kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Adapun pengertian komunikasi massa⁴, dijelaskan bahwa komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas yang tujuan identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan yang sebenarnya). Masing-masing memiliki jaringan institusional tersendiri yang kadang kala sangat banyak berkaitan dalam proses transmisi atau tukar-menukar gagasan. Di samping itu, karena komunikasi tidak dapat melepaskan diri dari kehidupan masyarakat (bangsa) secara keseluruhan, maka mempelajari komunikasi massa secara menyeluruh sama dengan mempelajari masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986)⁵ secara umum, ciri-ciri komunikasi massa yang membedakan dengan komunikasi lainnya adalah:

a. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Tidak terdapat tanggapan langsung dari komunikan pada komunikator (arus balik), sehingga komunikator tidak mengetahui respons audiens terhadap berita (pesan) yang disampaikan.

⁴ McQuail, Dennis, *Komunikasi Massa*, Edisi Kedua, Erlangga, 1987, hal 7-8

⁵ Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble dalam Nuruddin, *Komunikasi massa*, Rosdakarya, 2003

b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Komunikator merupakan sebuah lembaga, institusi, atau organisasi yang didirikan demi mencapai sebuah tujuan. Komunikator dalam media massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak, kesejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator massa biasanya adalah media massa (surat kabar, jaringan televisi, stasiun radio, majalah, atau penerbit buku).

c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan pada komunikasi massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan untuk kepentingan umum. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan itu memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

d. Media pada komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Media massa menimbulkan keserempakan karena pada hakekatnya saat sebuah media naik cetak atau disiarkan dan sampai kepada audiens pada saat itulah terjadi sebuah keserempakan dalam hal penerimaan informasi dan tanggapan (respons) sebagai akibat dari proses produksi makna.

e. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan pada komunikasi massa terdiri dari berbagai kelompok masyarakat yang satu dan yang lainnya tidak saling mengenal. Masing-masing berbeda dalam berbagai hal, jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya.

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Keberadaan sebuah televisi dan radio tentu tidak dapat lepas dari sebuah pemancar (*relay*). Begitu juga dengan media cetak dengan mesin cetaknya. Peralatan teknis adalah sebuah keniscayaan yang sangat dibutuhkan media massa yang tak lain adalah agar proses pemancaran atau penyebaran pesan-pesan dapat lebih cepat dan serentak kepada khalayak yang tersebar.

g. Komunikasi massa dikontrol oleh sebuah *gatekeeper*

Gatekeeper (pentapis informasi/palang pintu) ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, dan mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. *Gatekeeper* antara lain reporter, editor film/surat kabar/buku, manajer pemberitaan, penjaga rubrik, kameramen, sutradara, dan lembaga sensor film yang semuanya

mempengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam sebuah pesan-pesan dari media massa masing-masing.

3. **Konstruksi Realitas Sosial (Berita) pada Sebuah media**

Fenomena atau sebuah peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat yang dianggap mempunyai nilai berita akan dikonstruksi ulang oleh media sebelum diberitakan kembali. Sudut pandang yang dimiliki wartawan dan editor, serta ideologi dari media itu sendiri turut berperan secara utuh dalam proses penyajian berita.

Apa yang disajikan media, ada dasarnya adalah akumulasi dari pengetahuan yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, meringkas berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan⁶. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi.

Pertama, Faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang ditampilkan kepada khalayaknya. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur, atau agama, sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Kenapa media tertentu cenderung memarginalkan wanita atau kenapa agama Islam di Maluku digambarkan secara buruk oleh media tertentu? Kalau pendekatan

⁶ Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message: Theories of Influences on Massa Media Content*, Second Edition, New York, Long Man, 1996 dalam Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Lkis, Yogyakarta, 2001, hal 7 - 13

individual yang diambil, penjelasannya adalah karena aspek personalitas dari wartawan yang akan mempengaruhi pemberitaan.

Kedua, level rutinitas media (media routine). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa yang penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja sebuah tulisan sebelum sampai ke proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya. Sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana berita diproduksi, rutinitas media karenanya mempengaruhi bagaimana wujud akhir sebuah.

Ketiga, Level Organisasi. Level organisasi ini berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media itu sendiri. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri, misalnya, selain bagian redaksi ada juga bagian pemasaran, bagian iklan, bagian umum, dan seterusnya.

Keempat, Level Ekstramedia. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan luar media, *sumber berita*, *sumber penghasilan media*, dan *Pemerintah*.

Kelima, level ideologi. Ideologi di sini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ideologi akan dilihat lebih kepada yang berkuasa dan bagaimana media menentukan.

4. Agenda Setting Theory (Teori penyusunan Agenda) pada media cetak

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kalinya memperkenalkan teori *agenda setting*. Teori ini muncul pertama kalinya sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul "*The Agenda setting function of the mass media*" *Public Opinion Quarterly* no. 37⁷.

⁷ Nuruddin, *Op. Cit.*, hal. 184

McCombs dan Shaw percaya bahwa⁸:

“The mass media have the ability to transfer the salience of items on their news agendas to the public agenda”

“Media massa memiliki kemampuan untuk memindahkan item-item yang menonjol pada agenda pemberitaan mereka ke dalam agenda publik”

Stephen W. Little John (1992) mengatakan *agenda setting* ini beroperasi dalam tiga bagian⁹:

“Pertama, agenda setting itu sendiri harus diformat. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali. Kedua, agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik melakukannya?. Ketiga, agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Dengan demikian, agenda setting ini memprediksikan bahwa agenda media mempengaruhi agenda publik, sementara agenda publik itu sendiri akhirnya mempengaruhi agenda kebijakan yang akan dilakukan oleh pemerintah”

Untuk lebih memperjelas tentang tiga agenda (agenda media, agenda khalayak, dan agenda kebijakan) dalam teori agenda setting ini ada beberapa dimensi yang berkaitan seperti yang dikemukakan oleh Mainheim (Severin dan Tankard Jr: 1992)¹⁰ sebagai berikut:

“pertama, untuk agenda media, dimensi-dimensinya: *visibility* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita, *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak, dan *valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.

⁸ Griffin, EM, A First look At Communication Theory, fourth edition, McGraw-Hill Companies, 2000, hal 360

⁹ Nuruddin, *Op.Cit.*, hal. 186

¹⁰ Ibid

Kedua, untuk agenda khalayak, dimensi-dimensinya: *familiarity* (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu, *personal salience* (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi, *favourability* (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang pada topik berita, dan Ketiga untuk agenda kebijakan, dimensi-dimensinya: *support* (dukungan), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu, *likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan, *freedom of action* (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan bahwa media (khususnya media cetak) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa.

Media selalu mengarahkan pada kita apa yang harus kita lakukan. Media memberikan pada kita agenda-agenda lewat pemberitaannya dan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini, media punya kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang kita lihat dan siapa tokoh yang kita dukung.

Mari kita perhatikan hal-hal yang kita anggap penting untuk dibicarakan dalam pertemuan antar pribadi. Hal-hal itu pulalah yang juga menjadi pusat perhatian media. Memang, kita dapat mengatakan bahwa tidak ada peristiwa penting dapat terjadi tanpa liputan media. Jika memang media tidak meliputnya, maka itu berarti tidak penting. Tetapi, apakah media memusatkan perhatian hanya pada peristiwa itu karena itu memang

benar-benar penting?. Sebenarnya, media mengarahkan kita untuk memusatkan perhatian pada subyek tertentu yang diberikan media. Ini artinya media menentukan agenda kita.

Mengikuti pendapat chaffe dan berger (1997) ada beberapa catatan yang perlu dikemukakan untuk memperjelas teori ini¹¹:

Pertama, teori itu mempunyai penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting isu,
 Kedua, teori itu mempunyai kekuatan memprediksikan bahwa jika ingin orang-orang mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting,
 Ketiga, teori itu dapat dibuktikan saiah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan punya kesamaan bahwa isu itu penting.

Jika agenda media adalah pemberitaan tentang operasi pemulihan keamanan di Aceh untuk menumpas Gerakan Aceh Merdeka (GAM), maka agenda atau pembicaraan masyarakat juga sama seperti yang diagendakan media tersebut. Ini berarti, jika pemberitaan mengenai media massa tentang kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) yang kontroversial, maka yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat juga tentang kenaikan harga BBM itu.

Republika menurunkan berita kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI tentang umat Islam dan Nabi Muhammad untuk pertama kalinya pada (16/9) dengan judul 'Mestinya Paus tak Memicu Konflik' di halaman depan, kemudian berlanjut pada (17/9) dengan judul 'Umat Islam harus Jaga Kerukunan', (18/9) sebagai headline 'Paus

¹¹ Ibid

Menyesal Tanpa Minta Maaf', 'Sinisme Paus Benediktus XVI', 'Menyikapi Pernyataan Paus Benediktus XVI', 'Langkah Berbeda Paus Benediktus', 'Presiden Rusia: Paus Harus Bertanggung Jawab', (19/9) halaman depan dengan judul 'KWI Prihatinkan Pernyataan Paus', 'Penyesalan Saja tidak Cukup', 'Vatikan Lancarkan Diplomasi', 'Pernyataan Paus dan Ketakutan yang menjalar', (20/9) 'Semoga tak Ada Lagi Pernyataan Menyakitkan', 'Dunia Konservatif', dan berakhir pada (23/9) Paus Mengundang Para Diplomat Islam.

Republika benar-benar serius dalam memberi porsi tentang Paus tersebut. Apabila diamati, terdapat agenda yang dibangun oleh Republika untuk membentuk opini atau sikap dalam diri khalayak (pembacanya). Sebuah sikap yang menyatakan agar Paus menarik pernyataannya tentang Islam dan Nabi Muhammad dan meminta maaf kepada umat Islam yang terluka hatinya

Kompas berbeda dalam memberitakan kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI yang dianggap menyinggung umat Islam tersebut. Sebenarnya, Kompas bahkan telah memuat berita tentang Paus sejak edisi (12 dan 15/9) yang memuat informasi tentang kunjungan Paus ke tempat kelahirannya di Bavaria, Jerman. Secara khusus, untuk pertama kalinya Kompas memuat kontroversi tentang Paus tersebut pada (17/9) dengan judul berita 'Paus Benediktus XVI Menyesal', kemudian berlanjut pada (18/9) 'Paus Minta Maaf', 'Ormas Islam Tanggapi Pernyataan Paus Benediktus XVI', (19/9) Ketua PBNU: Wajib Beri Maaf bagi Kekhilafan,

(21/9) 'Paus Benediktus XVI Mengormati Islam', dan berakhir pada (26/9) 'Paus Bertemu 22 Wakil Muslim'.

Berbeda dengan Republika, dalam membangun agenda berita. Kompas tampak berusaha membentuk opini atau sikap memaafkan Paus Benediktus XVI atas pernyataannya itu. Paus oleh Kompas dianggap telah melakukan kekhilafan mengingat kapasitasnya sebagai manusia biasa. Porsi yang diberikan Kompas untuk berita ini tidak sebanyak yang dilakukan oleh Republika. Secara tersirat Kompas tidak ingin berita tentang Paus itu dapat memicu konflik antar umat beragama.

5. Analisis *Framing*

Ide tentang *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Baterson (1995). *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, dan yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas¹².

Framing sering disebut dengan *frame* atau bingkai yang secara sederhana dapat dikatakan sebagai salah satu cara atau teknik untuk melihat bagaimana realitas dibingkai media, realitas yang hadir di tengah media telah mengalami konstruksi realitas sosial. Dengan kata lain, realitas yang sebenarnya telah mengalami perubahan makna, arti dan kadang-kadang kehilangan bentuk asli dari realitas sebenarnya.

¹² Sudibyo, Agus (1999) *Citra Bung karno. Analisis Berita Pers Orde Baru*, Yogyakarta, BIGRAF Publishing, hal 23

Secara garis besar, terdapat beberapa metode analisis *framing* yang sering dijadikan acuan dalam sebuah penelitian, yaitu :

Model William A. Gamson

Formulasi yang dibuat oleh Gamson dan Modigliani tentang analisis *framing* difokuskan pada bagaimana media mengembangkan dan mengemas suatu realitas menjadi beragam realitas lain melalui cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisasi. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*)¹³. Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk merekonstruksi makna pesan-pesan yang dia sampaikan serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang dia terima.

Gamson kemudian menganalogika frame dengan dua hal, yaitu :

First, as in a picture frame, is a rim for encasing, holding, or bordering something, distinguishing it from what is around it. A frame, in this sense specifies what is relevant and what is not.

(Sebagai bingkai lukisan yang membatasi dan membedakan atau memisahkan lukisan dari apa-apa yang ada disekelilingnya. Di sini frame merincikan apa yang relevan dan apa yang tidak).

Second, as in building frame is a basic or skeletal structure, designed to give shape or support. The frame of a building covered by walls an insulation, is invisible once construction is completed. Although we don't actually see it, we can presence in the finished product from us visible manifestations.

(Sebagai struktur dasar atau kerangka, dirancang sebagai pemberi bentuk dan dukungan yang tidak terlihat ketika pekerjaan konstruksi telah selesai. Walau tak benar-benar melihatnya kita dapat menyimpulkan kehadirannya dalam produk akhir dari manifestasi yang tampak).

¹³ William A. Gamson and Andre Modigliani "media Discourse and Public Opinion on Nulear Power: A Constructionist Approach, *American Journey of Sociolgy*" dalam Eriyanto, op.cit., hal 223-224

Framing analysis model Gamson dan Modigliani

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

Sumber: diadopsi dari William A Gamson dan Andre Modigliani, "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power A Constructionis Approach", *Journal of Sociology*, Vol. 96, No.1, July 1989, hal.3, dalam Eriyanto, *Analisis Framing, Konstruksi, politik, dan ideologi media*, Lkis, 2002, hal 225

Model Robert M. Entman

Framing didefinisikan sebagai¹⁴ :

"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"

"Framing sebagai "seleksi dari berbagai aspek realitas" yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi, dalam banyak hal itu berarti menyajikan secara khusus definisi masalah, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral, dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah itu digambarkan"

ELEMEN-ELEMEN FRAMING ROBERT M. ENTMAN

<i>Defines problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgment</i> (Membuat Keputusan Moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menyelesaikan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, ideologi, dan Politik Media, Yogyakarta: LKIS Yogyakarta, 2004, hal.188

¹⁴ Eriyanto, *Op.Cit.*, hal 186

Defines Problem merupakan hal yang akan ditemui pertama kali ketika kita melihat framing dalam suatu media massa. Peristiwa yang sama akan dipahami berbeda-beda bagi setiap orang. Pada saat peristiwa tersebut dipahami dengan pemahaman tertentu, maka pada saat itu pula seseorang akan melakukan *define problems*.

Setelah peristiwa didefinisikan, elemen framing yang berikutnya adalah siapa yang dianggap sebagai faktor/penyebab dari peristiwa yang ada atau *diagnose clauses*. Penyebab di sini dapat berarti apa atau siapa saja. Bagaimana sebuah realitas dipahami akan menentukan apa atau siapa saja yang dianggap sebagai sumber masalah. Ketika penentuan pelaku sumber masalah dilakukan, secara otomatis akan ada pihak yang disebut korban. Secara luar *defines problems* menentukan siapa pelaku sekaligus siapa yang akan menjadi korban. Penyebab masalah yang dipilih merupakan hasil dari seleksi terhadap berbagai kemungkinan aktor yang ada. Aktor dipilih tentunya akan mendapat porsi yang lebih besar dalam penonjolan aspek-aspeknya.

Setelah pendefinisian masalah dan penentuan penyebab masalah sudah dilakukan, diperlukan alasan-alasan yang diwujudkan dalam bentuk argumen untuk mendukung gagasan yang sudah disampaikan atau *make moral judgement*, yaitu tahap pemilihan moral terhadap penyebab masalah yang akan disajikan seperti apa dalam wacana media nanti. Pilihan moral yang diberikan kepada penyebab masalah akan menentukan kesan yang timbul tentang permasalahan dalam wacana media nanti.

Terakhir, elemen framing berikutnya adalah penentuan penyelesaian masalah atau *treatment recommendation*. Cara seperti apa yang dipilih sebagai penyelesaian masalah akan sangat tergantung pada bagaimana peristiwa dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebabnya.

Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Mereka berdua berasumsi bahwa *framing*¹⁵ adalah

“Setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam suatu teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks berita secara keseluruhan...frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks”

Menurut pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi menjadi 4 struktur besar, yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.

Perangkat framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	Skema berita	<i>Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber berita, penutup</i>
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	Kelengkapan berita	5 W + 1 H
TEMATIK Cara wartawan menuliskan fakta,	Detail Koherensi	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar

¹⁵ Eriyanto. *Op. Cit.*, Hal 225

	Bentuk kalimat Kata Ganti Nominalisasi	kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	Leksikon Grafis Metafora Gaya	Kata, Idiom, gambar/foto, grafik

Sumber : Eriyanto, Bimo Nugroho, Frans Sudiarsis, Politik Media Mengemas Berita, ISAI, hal 30-31

KETERANGAN PERANGKAT ANALISIS :

STRUKTUR SINTAKSIS

Struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa pernyataan, opini, kutipan, dan pengamatan atas peristiwa ke dalam susunan umum berita. Sintaksis berusaha mengkaji hubungan tanda-tanda dan cara bagaimana cara tanda bekerja sama untuk menjalankan fungsinya. Keberadaan struktur sintaksis ini dapat dilihat dengan cara mengamati bagan suatu berita yang meliputi *headline*, *lead* yang dipakai, latar, atau kutipan yang diambil. Berikut keterangan dari unit-unit struktur sintaksis :

- **Headline**

Headline atau judul dibuat sedemikian rupa oleh sebuah media. Ada yang hurufnya kapital semua atau kecil semua. Tergantung kebijakan dari redaktur untuk menilai mana yang dianggap paling pantas. Dari sisi posisi *headline* dan hurufnya juga berbeda-beda, ada yang tebal (*bold*), miring (*italic*), dan lain sebagainya.

- **Lead**

Lead atau teras berita merupakan intisari berita yang mempunyai 3 dimensi :

- a. Menjawab rumus 5 W + 1 H (*Who, When, Where, Why, When + How*).
- b. Menekankan *newsfeature of the story* dengan menempatkan pada posisi awal.
- c. Memberikan identifikasi cepat tentang orang, tempat, dan kejadian yang dibutuhkan bagi pemahaman cepat berita konsumen¹⁶.

- **Latar**

Latar merupakan bagian berita yang dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks¹⁷. Latar ini dipakai untuk menyediakan latar belakang hendak kemana suatu teks dibawa. Ini merupakan cerminan ideologis, di mana komunikator dapat menyajikan latar belakang dan dapat pula tidak, bergantung pada kepentingan mereka.

- **Kutipan sumber berita**

Kutipan sumber berita merupakan usaha wartawan untuk berusaha membangun objektivitas – prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Kutipan sumber berita itu sendiri adalah salah satu unsur yang terdapat dalam tubuh tulisan sebuah berita. Tubuh tulisan merupakan bagian di mana pokok bahasan dibahas secara lengkap dan menyeluruh, serta menguraikan berbagai masalah yang dibahas yang disusun secara rumit

¹⁶ Sobur, Alex, Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk analisis Wacana, Analisa Semiotik, dan Analisis Framing, Bandung, Remaja Rosdakarya, (2001), hal 77

¹⁷ Assegaff, Dja'far H., Jurnalistik Masa Kini, Jakarta, Ghalia Indonesia, (1983), Hal. 79

dan logis. Semua argumentasi yang mendukung penjelasan mengenai pokok pikiran disajikan pada bagian ini. Menurut Ashadi Siregar, pada bagian ini pula sejumlah bukti (data numerik, kutipan sumber berita atau fakta berdasarkan hasil pengamatan) yang diangkat untuk dapat memperkuat argumentasi tersebut¹⁸. Pengutipan sumber berita ini menjadi perangkat *framing* yang kuat atas tiga hal, yaitu :

1. Mengklaim validitas atau sumber kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan memdasarkan diri pada klaim otoritas akademik dan profesi.
2. Mengutamakan poin tertentu dari pandangannya kepada pejabat yang berwenang.
3. Mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan klaim dan pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut nampak sebagai menyimpang¹⁹.

STRUKTUR SKRIP

Struktur Skrip berhubungan dengan bagaimana seorang wartawan mengisahkan fakta dengan menggunakan unsur-unsur, yaitu :

What : apa berita yang dilaporkan kepada khalyak.

Who : siapa pelaku utama dalam sebuah berita itu.

When : kapan (waktu) terjadinya berita tersebut.

Where : di manakah terjadinya berita tersebut.

¹⁸ Siregar, Ashadi (1998) *Bagaimana Meliput dan Menulis Untuk Media Massa*, Yogyakarta, Kanisius, Hal. 146

¹⁹ Nugroho, Bimo. Eriyanto. Surdias. Frans. , *Politik Media mengemas Media*, Yogyakarta, LKiS, (1999) hal. 32

Why : mengapa peristiwa itu sampai terjadi.

How : bagaimana proses jalannya suatu berita tersebut.

STRUKTUR TEMATIK

Struktur tematik merupakan proses pengaturan tekstual yang diharapkan pembaca sedemikian rupa sehingga dia dapat memberikan perhatian pada bagian-bagian terpenting dari isi teks²⁰. Menurut Alex Sobur, struktur tematik lebih menitikberatkan pada bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan²¹.

Berikut keterangan elemen dari struktur tematik, yaitu :

- **Detail**

Detail merupakan elemen yang berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator)²². Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah yang sedikit jika hal itu merugikan kedudukannya.

- **Koherensi**

Koherensi merupakan pengaturan kenyataan dan gagasan, fakta, dan ide menjadi suatu untaian yang logis sehingga mudah memahami pesan yang dikandungnya²³. Koherensi ini secara mudah dapat dipahami dari kata hubung yang dipakai untuk menghubungkan fakta atau proposisi. Kata

²⁰ Budiman, Kris, *op.cit*, hal 116

²¹ Sobur, Alex. *Ibid*, Hal 75

²² Sobur, Alex. *Op.cit.*, Hal 75

²³ Tarigan, Henry G., *Pengajaran Wacana*, Bandung, Angkasa, (1993), Hal. 42

hubung yang dipakai (dan, akibat, tetapi, lalu, karena, meskipun) menyebabkan makna yang berlainan ketika hendak menghubungkan proposisi. Misalnya dalam peristiwa penjarahan massal, pemakaian kata hubung seperti. “karena tingkat pendidikan mereka rendah”, dapat memberi kesan bahwa rendahnya pendidikanlah yang menyebabkan mereka melakukan penjarahan.

- **Bentuk kalimat**

Bentuk kalimat yang harus diperhatikan adalah kalimat yang berhubungan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Logika kausalitas ini kalau diterjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. *Tata bahasa Indonesia* menjelaskan bahwa kalimat merupakan bagian terkecil dari ujaran atau teks (wacana) yang mengungkapkan pikiran secara utuh²⁴.

- **Kata ganti**

Kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif²⁵. Adalah suatu gejala universal bahwa dalam berbahasa sebuah kata yang mengacu kepada manusia, benda, atau hal tidak akan dipergunakan berulang kali dalam sebuah

²⁴ Septiawan Santana Kurnia, Meneliti Nilai Puitika di dalam Esai Jurnalistik, http://www.depdiknas.go.id/Editorial_Pendidikan_dan_Kebudayaan_Edisi_39.htm, diakses 11 Oktober 2006

²⁵ Sudarwati D. Jupriono, Betina, Wanita, Perempuan : Telaah Tematik Leksikal, Semantik Historis, Pragmatik, <http://www.angelfire.com/Journal/fsulimelight/betina.html>, diakses 11 Oktober 2006

konteks yang sama. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan di mana posisi seseorang dalam wacana.

- **Nominalisasi**

Elemen nominalisasi berhubungan dengan pertanyaan apakah komunikator memandang obyek sebagai sesuatu yang tunggal berdiri sendiri ataukah sebagai kelompok (komunitas). Misalnya ada peristiwa bentrok antara mahasiswa yang berdemonstrasi dengan aparat polisi. Dari bentrok ini meninggal seorang mahasiswa bernama Jono. Peristiwa ini dapat dikatakan dengan membuat kalimat "Jono meninggal di tangan polisi. Dapat juga dikatakan dengan kalimat lain. "Mahasiswa meninggal di tangan polisi". Bentuk kalimat kedua ini adalah bentuk nominalisasi. Dengan bentuk kalimat kedua, karena yang dicitrakan banyak mahasiswa yang meninggal. Di samping itu, dengan kalimat seperti itu seakan-akan mahasiswa dan polisi saling berhadapan, terbunuhnya Jono itu tidak semata kecelakaan belaka.

Nominalisasi dapat memberi sugesti kepada khalayak adanya generalisasi. Pemakaian kalimat "polisi melakukan pemukulan terhadap mahasiswa" memberi kesan semua polisi yang menjaga demonstrasi melakukan hal sama. Ini akan berlainan kalau tidak dilakukan nominalisasi, misalnya dengan mengatakan. "Bripda John Ismoyo Sakti Yudhoyono memukul Jono, mahasiswa IKIP yang sedang berdemonstrasi".

STRUKTUR RETORIS

Struktur retorik ini berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu pola²⁶.

Berikut beberapa elemen dari struktur retorik yang dipakai oleh wartawan, yaitu :

- **Leksikon**

Leksikon merupakan elemen yang menandakan bagaimana seseorang memilih kata dari berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Pilihan kata-kata yang dipakai menunjukkan sikap atau ideologi tertentu. Peristiwa yang sama dapat digambarkan dengan pilihan kata-kata yang berbeda, menurut Jan van Luxemburg, "kata-kata dipilih dengan mempertimbangkan makna, komposisi, serta kedudukan katanya di tengah kata lain dan keseluruhan tulisan. Tiap kata menjadi konkrit dan memiliki arti khusus"²⁷.

- **Grafis**

Grafis merupakan elemen yang digunakan untuk menekankan atau menonjolkan sebuah isu melalui foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya. Misalnya, perhatian atau penolakan, dibesarkan atau dkecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta pemakaian warna.

²⁶ Alex, Sobur, *op.cit.*, hal 85

²⁷ Luxemburg, Jan Van (1989) *Teori Sastra*, Jakarta, Intermassa, hal.34

Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen menyatakan, “penataan grafis pada halaman surat kabar bukan sekedar alasan estetika perwajahan, tetapi lebih merupakan proses mempengaruhi lewat efek dan fungsi pesan agar menancap di benak khalayak, termasuk aspek ideologi”²⁸.

- **Metafora**

Secara literal, “metafora dipahami sebagai cara memindah makna dengan merealisasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana”²⁹.

Dengan adanya penggunaan metafora dalam sebuah tulisan berita, Alex Sobur mengungkapkan, “pemakaian metafora tertentu bisa menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berfikir dan alasan membenarkan pendapat atau gagasan tertentu kepada khalayak”³⁰.

- **Gaya**

Elemen gaya berhubungan dengan bagaimana pesan yang disampaikan dibungkus dengan bahasa tertentu untuk menimbulkan efek tertentu kepada khalayak. Sebuah tulisan yang banyak berisi hukum ketika melaporkan satu peristiwa kemungkinan dimaksudkan agar pandangan yang ditulis wartawan diterima baik oleh khalayak, dan untuk menekankan bahwa pandangan di luar yang diungkapkan tidak benar karena tidak berdasar hukum. Sebuah tulisan yang dipenuhi oleh bahasa teknis yang

²⁸ Siahaan, Hotman M. (2001) *Pers yang Gamang. Studi Pemberitaan jajak Pendapat Timor Timur*, Jakarta, Institut Studi Arus Informasi (ISAI), hal 34

²⁹ Tarigan, Henry G. (1990), *Pengajaran Gaya Bahasa*, Bandung, Angkasa, Hal. 15

³⁰ Sobur, Alex, *op.cit.*, Hal 84

ditandai oleh pemakaian bahasa dan cara berpikir ilmiah kemungkinan ingin menekankan bahwa pandangan yang ditulis adalah ilmiah, dan didukung oleh otoritas ilmiah. Pandangan di luar itu secara tidak langsung dinilai tidak ilmiah, dan tidak teruji kebenarannya. Pemakaian bahasa ilmiah itu juga dimaksudkan untuk menyingkirkan partisipasi masyarakat dalam diskusi atau pendapat (misalnya: mengenai peran dan pengaruhnya). Oleh karena itu, peran masyarakat umum terbatas sebagai penerima dan pengirim pemakaian istilah yang makna dan cara pemakaiannya ditentukan oleh kelompok yang menciptakan dan mengatur kaidah pemakaian³¹.

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, kerangka teori, objek penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik yang digunakan maka metode penelitian yang dilakukan adalah analisis framing. Metode ini berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Peneliti memilih metode ini karena sesuai dengan kenyataan bahwa pada dasarnya *framing* merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa tertentu.

³¹ Eriyanto, Bimo Nugroho, Frans Sudiarsis, *Op.Cit.*, hal 44

37 Rakhmat, Jalaludin (1998) *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya, Hal 24-25

2. **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini akan dibatasi hanya pada berita-berita tentang kontroversi yang mengikuti pidato kontroversial Paus Benediktus XVI yang dimuat pada KOMPAS dan REPUBLIKA, selama rentang waktu 16 – 26 September 2006. Adapun alasan mengapa dipilih selama periode tersebut adalah karena pemberitaan mengalami puncaknya saat periode tersebut. Adapun alasan mengapa Kompas dan Republika dipilih sebagai objek penelitian adalah karena berita yang menjadi sorotan ini berda pada ranah agama (dalam hal ini Islam dan Kristen) dan dengan beberapa alasan kita semua tahu bahwa kedua media tersebut memiliki perbedaan yang mencolok dari segi pemberitaan khususnya yang menyangkut hal-hal agama.

3. **Jenis Data**

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :

a. **Data primer**

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya³². Sebagai data primer dalam penelitian ini adalah mengumpulkan berita pada harian Kompas dan Republika edisi 16-26 September 2006 yang berkenaan dengan masalah penelitian.

³² Hasan, Iqbal, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, 2002, hal 82

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis framing dengan metode dari Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Melalui metode inilah akan dapat terlihat bagaimana komunikator (Kompas dan Republika) menyampaikan pesan (baca: mengkonstruksi berita mengenai pidato Paus yang menyinggung umat Islam) kepada komunikan (khalayak luas).

Metode dari Zhondang Pan dan Robert M. Kosicki ini dianggap tepat karena di dalamnya terdapat berbagai struktur;

Struktur sintaksis yang dapat menjabarkan bagaimana cara wartawan menyusun fakta-fakta dalam berita melalui penulisan judul, *lead*, latar informasi, dan kutipan sumber pernyataan.

Struktur skrip dapat diperoleh penjelasan bagaimana wartawan mengisahkan fakta dalam berita melalui unsur 5 W 1 H (*what, who, when, where, why, how*) sehingga peneliti memperoleh kesimpulan ke arah mana sebenarnya berita yang diturunkan oleh Kompas dan Republika.

Struktur tematik dapat menjelaskan bagaimana cara wartawan menuliskan fakta melalui detil, koherensi, nominalisasi, bentuk kalimat, kata ganti yang terdapat dalam berita-berita yang diturunkan oleh Kompas dan Republika.

Struktur retorik dapat membantu peneliti dalam menjabarkan rumusan masalah. Pada struktur inilah secara jelas

akan terlihat cara wartawan menekankan fakta yang menjadi inti dalam sebuah berita. Hal ini dapat pula menjelaskan pesan terselubung yang disampaikan Kompas dan Republika lewat berita-berita yang diturunkan mereka yaitu melalui leksikon, grafis, metafora, dan gaya yang merupakan unsur dari struktur retorik. Penekanan dan penonjolan fakta dalam berita-berita yang diturunkan Kompas dan Republika mengenai kontroversi yang mengikuti pidato Paus Benediktus XVI yang dianggap menyinggung umat Islam tersebut akan terlihat.

5. Keterbatasan Penelitian Analisis Framing

Analisis framing merupakan teknik analisis data yang mengungkap bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Ada seleksi dan penekanan isu yang dilakukan media terhadap realitas yang akan ditampilkan lewat beritanya. Seleksi itu akan mengakibatkan ada isu yang di tampilkan, dan ada isu yang ditiadakan. Penekanan isu juga mengakibatkan suatu isu akan lebih ditonjolkan dan dibahas sedangkan isu yang lain dilupakan. Media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak³³.

Oleh karena itulah analisis framing merupakan analisis yang sangat terbuka bagi munculnya interpretasi-interpretasi

³³ Arie S. Soesilo dan Philo C. Washburn dalam Eriyanto, *op.cit.*, hal 67

alternatif dan baru. Dalam analisis ini, kelemahan sekaligus kekuatan peneliti ada pada interpretasinya sendiri. Jika, interpretasi-interpretasi lain muncul selama interpretasi peneliti cukup kuat untuk memberikan argumentasi yang meyakinkan maka interpretasi yang lain akan menjadi bahan masukan baru tanpa melemahkan interpretasi yang sudah ada.