

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kehadiran media massa merupakan pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan di lingkungan dunia usaha. Media massa pada masa awal ditandai oleh wujud yang tetap, bersifat komersial (dijual secara bebas), memiliki beragam tujuan (memberi informasi, mencatat, menyajikan advertensi, hiburan, desas-desus), bersifat umum dan terbuka.

Sejarah juga mencatat adanya kemajuan yang pesat dan menyeluruh dalam rangka mewujudkan kebebasan mekanisme kerja pers. Kemajuan itu kadang kala menimbulkan sistem pengendalian yang lebih ketat terhadap pers. Pembatasan hukum menggantikan tindak kekerasan, termasuk penerapan beban fiskal. Dewasa ini, institusionalisasi pers dalam sistem pasar berfungsi sebagai alat pengendali sehingga surat kabar modern sebagai badan usaha besar justru menjadi lebih lemah dalam menghadapi semakin banyak tekanan dan campur tangan (LP3ES, 2006: 36-37).

Penyampaian sebuah berita ternyata menyimpan subjektivitas penulis. Bagi masyarakat biasa, pesan dari sebuah berita akan dinilai apa adanya. Berita akan dipandang sebagai barang suci yang penuh dengan objektivitas. Namun, berbeda dengan kalangan tertentu yang memahami betul gerak pers. Mereka akan menilai lebih dalam terhadap pemberitaan, yaitu dalam setiap penulisan

ideologi/latar belakang penulis. Seorang penulis pasti akan memasukkan ide-ide mereka dalam analisis terhadap data-data yang diperoleh di lapangan.

Peristiwa yang sama dapat diberi bingkai yang berbeda. Karakteristik tidak terbentuk begitu saja, tetapi melalui proses yang bertahap. Dari proses mengenal masyarakat sebagai konsumen media merupakan hal yang berpengaruh terhadap penentuan karakteristik media, yang hasilnya apa yang penting bagi media yang satu belum tentu penting bagi media yang lain, yang akan menghasilkan pemberitaan yang berbeda dari suatu peristiwa.

Media menjadi arena sosial, tempat bertemunya pihak-pihak dengan kepentingan, latar belakang, serta sudut pandang yang beragam. Masing-masing pihak berusaha menonjolkan pendapat, pemikiran atau klaim tertentu agar diterima oleh khalayak. Media telah menjadi arena penting simbolik pihak-pihak yang berkepentingan. Isi media adalah hasil para pekerja mengonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya (Sobur, 2006: 166).

Misalnya mengenai kepastian Sri Sultan Hamengku Buwono X bertarung dalam pemilihan calon Presiden tahun 2009. Kontroversi ini menjadi sorotan dan berita hangat di beberapa media nasional dan lokal antara lain Koran Tempo, Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat, ketiganya merupakan media yang sudah mempunyai nama di Indonesia. Koran Tempo dan Majalah Tempo merupakan media massa yang kritis dalam menyajikan pemberitaan, dan selama ini terkenal sering bermasalah dengan pemerintah. Sebagai contoh dibrendelnya Majalah Tempo di masa pemerintahan Orde Baru (Siregar dalam Susilo, 2008: 9).

Beberapa kasus lain yang menimpa Koran Tempo dan Majalah Tempo antara lain, perseteruan dengan Tomi Winata dalam kontroversi pemberitaan pembakaran pasar Tanabang (Tanah Abang) yang mengakibatkan pihak Tempo mengalami kekalahan, vonis bersalah kepada wartawan Tempo Binsar Pangaribuan yang menulis tentang jaksa-jaksa yang korup, dan kasus terbaru yang diputuskan oleh PN Jakarta Pusat pada tanggal 9 September 2008 pihak Tempo dijatuhi hukuman denda sebesar Rp. 50 juta dan diharuskan meminta maaf kepada PT. Asia Agri yang dimuat di media nasional (Kompas, Koran Tempo dan Majalah Tempo) (<http://www.tempointeraktif.com>, 30 September 2008).

Berbeda dengan Koran Tempo, Media Indonesia tidak pernah bersinggungan dengan pemerintah, hal ini disebabkan karena pemilik Media Indonesia yaitu Surya Paloh dekat dengan pemerintah dan menjadi salah satu orang penting dalam partai Golkar. Media Indonesia sebagai salah satu media cetak nasional mempunyai latar belakang sebagai koran yang dekat dengan Partai Golkar. Hal ini karena salah satu orang penting dalam Partai Golkar yaitu Surya Paloh, yang menjabat sebagai Ketua Dewan Penasehat Partai Golkar merupakan Direktur Utama Surat Kabar Harian Media Indonesia dan pemilik Stasiun TV Swasta Metro TV. Saat ini direktur utama Media Indonesia dijabat oleh Rahni Lowhur-Schad, tetapi kepemilikan saham masih dikuasai oleh Surya Paloh (Media Indonesia, Rabu 29 Oktober 2008).

Sedangkan Kedaulatan Rakyat atau sering disingkat "KR" oleh masyarakat Yogyakarta. Merupakan koran yang lahir di Kota Yogyakarta pada tanggal 27 September 1945, merupakan salah satu saksi bersejarah bangsa

Indonesia dan kini menjadi salah satu koran nasional (*Company Profile* "Kedaulatan Rakyat", 29 November 2008).

Sesuai dengan umurnya sebagai koran tertua di Indonesia memiliki tempat paling spesial di hati masyarakat, meskipun banyak koran-koran baru yang bermunculan namun KR tetap memiliki kelas tersendiri bagi masyarakat Yogyakarta. Karena dinilai selalu mengerti kebutuhan masyarakat.

Koran Tempo, Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat melihat dan menyajikan realitas kedalam bentuk berita, yang mana ketiganya memiliki komposisi pemberitaan yang berlainan dan cara tersendiri dalam membingkai dan mengkonstruksi suatu pemberitaan mengenai kesiapan Sri Sultan menjadi calon Presiden 2009. Hal ini disebabkan wartawan Koran Tempo, Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat mempunyai konstruksi pemberitaan yang berbeda.

Dalam menunjukkan realitas tentang Kesiapan Sri Sultan turut pemilu 2009 media memiliki penekanan yang berbeda dalam setiap pemberitaannya. Setiap media selalu ingin membentuk opini untuk memaknai berita menurut apa yang dikehendakinya.

Sejalan dengan pandangan diatas kaum konstruksionis memandang bahwa fakta atau realitas bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan, realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan, dan menurut James W Carey bahwa : "realitas bukanlah suatu yang terberi, seakan-akan ada, realitas sebaliknya diproduksi (Eriyanto, 2005: 72).

Pada akhir Oktober 2008 masyarakat Indonesia dikejutkan dengan pernyataan Sri Sultan Hamengku Buwono X, bahwa ia menyatakan diri siap menjadi salah satu calon Presiden Republik Indonesia pada pemilu 2009. Dan menjadi *headline* beberapa media massa di Indonesia terutama media cetak. Koran Tempo, Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat merupakan salah satu dari sekian media di Indonesia yang konsisten memberitakan tentang pro kontra. Koran Tempo misalnya pada Rabu 29 Oktober 2008 menurunkan berita **”Sultan Maju Sebagai Calon Presiden”**. Menurut Agung Laksono yang menjabat Wakil Ketua Dewan Pengurus Pusat Partai Golkar, Sultan termasuk delapan nominasi calon Presiden dari Partai Golkar (Koran Tempo, 29 Oktober 2008: A4).

Gambar Berita 1.



Sumber : Koran Tempo Rabu, 29 Oktober 2008

Media Indonesia pada Kamis 30 Oktober 2008 menurunkan berita dengan judul **”Petinggi Golkar Apresiasi Sri sultan”** menurut Jusuf Kalla yang

menjabat sebagai Ketua Umum Partai Golkar semua orang mempunyai hak untuk mencalonkan diri menjadi presiden (Media Indonesia 30 Oktober 2008: 1).

Gambar Berita 2.



Surya menyatakan selamat berjuang kepada Sri Sultan. "Karena kedudukan saya sebagai Ketua Dewan Penasihat Partai Golkar dan Sri Sultan adalah anggota saya, saya ingin juga menyatakan selamat kepada Sri Sultan atas pencalonan beliau. Selamat berjuang. Mudah-mudahan apa yang didambakan, apa yang diharapkan, akan bisa berhasil," kata Surya. Surya menjelaskan Partai Golkar akan membicarakan persoalan Sultan secara internal. "Saya mengutamakan persatuan dan kesatuan yang ada di Partai Golkar harus tetap terjaga sedemikian rupa. Kita pasti bisa membayangkan dengan pencalonan Sri Sultan sebagai calon presiden ini akan memberikan suatu manfaat tersendiri di dalam dinamika Partai Golkar." Mengenai sikap sejumlah parpol lain yang mendukung Sri Sultan, Surya melihat secara positif. "Secara spontan saya bisa nyatakan setiap kader Golkar yang didukung oleh lebih banyak oleh berbagai elemen dan kalangan masyarakat, termasuk partai-partai politik yang ada di DPR, itu merupakan sinyal yang baik," tegas Surya. Yang pasti, pengajuan diri Sri Sultan sebagai calon presiden, "Seperti yang diamanatkan dalam Rapimnas IV Partai Golkar. Itu nanti setelah hasil pemilu legislatif berakhir," kata Surya. Meski sudah mendeklarasikan

Sumber : Media Indonesia Kamis, 30 Oktober 2008

Sedangkan Kedaulatan Rakyat pada waktu yang sama yaitu 29 Oktober 2008 menurunkan berita dengan judul "Sultan Siap Jadi Presiden". Teka-teki tentang sikap Sri Sultan Hamengku Buwono X sebagai calon Presiden 2009 akhirnya terjawab, Sultan menyampaikan kesiapannya pada acara Pisowanan Agung (Kedaulatan Rakyat 29 Oktober 2008: 1).

Gambar Berita 3.



Sumber : Kedaulatan Rakyat Rabu, 29 Oktober 2008

Namun dibalik itu semua, media sebagai penyampai pesan kepada khalayak pembaca mempunyai peranan yang penting dalam membentuk persepsi masyarakat yang bervariasi terhadap suatu berita, begitu juga terhadap berita kesiapan Sri Sultan Hamengku Buwono X menjadi calon Presiden 2009.

Seperti diungkapkan oleh Murray Edelman bahwa realitas yang dipahami oleh khalayak adalah realitas yang telah terseleksi, khalayak didikte untuk memahami realitas dengan cara tertentu. Media adalah subjek yang menyeleksi dan membingkai realitas tersebut. Cara media menyeleksi, membingkai dan mengkonstruksi inilah yang dimaksud dengan analisis framing (Eriyanto, 2002 : 155).

Framing berkaitan dengan *opini publik*, karena isu ketika dikemas dengan bingkai tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas sebuah isu. Dalam peristiwa ini misalnya, kesiapan Sultan bertarung di pemilu 2009, akan berbeda sesuai dengan media yang menyampaikan informasi kepada mereka. Sudut pandang permasalahan juga akan berbeda karena cara pandang setiap individu masyarakat berbeda-beda, yang akhirnya nanti solusi yang ditawarkan bagi setiap individu akan berlainan.

Umumnya proses produksi berita dalam suatu institusi media mempertimbangkan prinsip-prinsip nilai berita. Bahkan sebagian institusi media memiliki kriteria khalayak berita yang menjadi panduan jurnalis dalam mengemas berita. Itulah sebabnya mengapa muncul adanya variasi *content* berita dalam sebuah media massa dan bagaimana pengelola menerapkan prinsip-prinsip nilai

berita tersebut akan berimplikasi pada kualitas berita yang diproduksi dan akan mempengaruhi hasil konstruksi suatu pemberitaan.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisi tersendiri terhadap isi berita sehingga akan diketahui latar belakang seorang penulis dalam menulis berita. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap pembaca itu sendiri. Pembaca akan lebih memahami mengapa seorang penulis Koran Tempo, Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat menulis berita sehingga seminimal mungkin menghindari terjadinya respon yang reaksionis.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan asumsi di atas, maka bisa dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut : Bagaimana Media Indonesia, Koran Tempo dan Kedaulatan Rakyat dalam membingkai atau mengkonstruksi berita mengenai Sri Sultan Hamengku Buwono X maju sebagai calon presiden 2009?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui bagaimana Media Indonesia, Koran Tempo dan Kedaulatan Rakyat dalam membingkai Pencalonan Sri Sultan Menjadi Presiden 2009.
2. Mengetahui faktor-faktor apa yang melatarbelakangi Media Indonesia, Koran Tempo dan Kedaulatan Rakyat membingkai Pencalonan Sri Sultan Menjadi Presiden 2009.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta dapat menjadi bahan bacaan dan kajian referensi bagi khalayak yang meminati studi analisis framing.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak umum untuk lebih mengetahui bagaimana media melakukan pemilihan fakta terkait peristiwa, isu dan fenomena yang muncul dan ditampilkan kepada khalayak pembaca media surat kabar serta dapat memahami bagaimana sudut pandang pengemasannya.

E. KERANGKA TEORI

1. Perspektif Interpretatif dalam Komunikasi

Teori bukan hanya dipahami sebagai penjelasan semata, melainkan teori merupakan sebuah sistem mengenai cara berfikir dan bagaimana memahami atau melihat sesuatu, lebih dari itu teori merupakan jalan untuk mengemas realitas dan bagaimana cara memahaminya. Dengan memakai teori, maka kita akan mampu menjelajahi dan memahami dunia beserta dengan fenomena–fenomena yang terjadi didalamnya (Littlejohn, 2004: 4).

Griffin membagi dua perspektif utama dalam memahami teori, khususnya dalam kajian ilmu komunikasi, yaitu *perspektif obyektif* dan *perspektif interpretatif* (Griffin, 2000: 6).

Baik itu perspektif obyektif maupun perspektif interpretatif, sama-sama berada dalam jalur ilmu sosial yang menurut Littlejohn ditandai dengan adanya sebuah pemahaman atau interpretasi yang kreatif dari peneliti yang artinya juga membuka sisi-sisi subyektifitas peneliti. Dikarenakan ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu yang berada dalam jalur ilmu sosial, maka kedua perspektif ini secara langsung memberikan pengaruh yang cukup besar dalam kajian ilmu komunikasi (Littlejohn, 2004: 4).

John Fiske menyatakan komunikasi dapat dilihat dari dua pendekatan. *Pertama* adalah pendekatan *positivism*, yaitu komunikasi sebagai transmisi pesan. Pandangan *positivisme* atau *obyektif* melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, bagaimana pesan terkirim dari pengirim ke penerima, sehingga yang menjadi perhatian bagaimana pesan dari komunikator sampai ke komunikan.

Pendekatan *kedua* adalah *konstruksionisme* atau *interpretatif* pendekatan ilmu komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna, ini berhubungan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan khalayak dalam produksi makna, untuk itu titik perhatiannya dengan aturan teks dalam budaya (Fiske, 1990: 2). Para penganut aliran ini meyakini bahwa kebenaran bersifat subjektif dan makna dapat dipahami dari hasil interpretasi subyektif, serta meyakini bahwa teks memiliki makna yang beragam tergantung dari subyek yang menginterpretasikannya (Littlejohn, 2004: 8-14).

Meskipun kedua perspektif ini dapat diterapkan dalam penelitian komunikasi, akan tetapi baik itu perspektif obyektif maupun perspektif

interpretatif memiliki sejumlah perbedaan dalam beberapa hal, antara lain dalam hal metode penelitian yang digunakan, pengambilan kesimpulan penelitian serta bagaimana posisi peneliti ketika memulai penelitian (Griffin, 2000: 9).

Melalui interpretasi wartawan, sebuah peristiwa, isu ataupun fenomena dapat menjadi sebuah berita yang menarik. Wartawan dapat membentuk dan menentukan apakah suatu peristiwa atau realitas dapat dijadikan berita. Secara garis besar pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri mengenai fakta, media, berita dan wartawan. Kita dapat melihat adanya perbedaan penilaian tersebut dalam tabel di bawah ini :

Skema 1.
Perbedaan Paradigma Positivis dan Paradigma Konstruksionis

| | Paradigma Positivis/Obyektif | Paradigma Konstruksionis/Interpretatif |
|---|---|---|
| Perbedaan Ontologis “Sifat dari kenyataan” | Ada fakta yang riil yang diatur kaidah-kaidah tertentu yang berlaku Universal | Fakta merupakan konstruksi atas realitas |
| | Berita merupakan cermin dan refleksi dari kenyataan | Berita tidak mungkin merupakan cermin dari realitas karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi realitas |
| Perbedaan Epistemologi “Sifat dari hubungan antara penyelidik dan sesuatu yang dikenal” | Ada suatu realitas obyektif, diluar diri wartawan. Wartawan meliput realitas yang tersedia dan obyektif | Realitas bersifat subjektif. Realitas merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan |
| | Wartawan membuat jarak dengan objek yang hendak diliput, sehingga yang tampil bisa obyektif | Wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan realitas. Realitas merupakan produk transsionis antara wartawan dengan objek yang hendak diliput. |

| | | |
|--|--|--|
| | Realitas sebagai hasil liputan wartawan harus bersifat objektif, dalam arti memberitakan yang terjadi apa adanya | Realitas sebagai hasil liputan wartawan bersifat subjektif. Realitas yang terbentuk merupakan olahan dari pandangan atau perspektif dan pemaknaan wartawan ketika meliput suatu peristiwa |
| Perbedaan Axiologis | Nilai, etika, opini dan pilihan moral berada di luar proses peliputan berita | Nilai, etika atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa |
| | Wartawan berperan sebagai pelapor | Wartawan berperan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial |
| | Tujuan peliputan dan penulisan berita : ekplanasi dan menjelaskan apa adanya | Tujuan peliputan dan penulisan berita : rekonstruksi peristiwa secara dialektis antara wartawan dengan peristiwa yang diliput |
| Perbedaan Metodologis "Bagaimana seharusnya penyelidik mengenali sesuatu yang dapat dikenal" | Kualitas pemberitaan : liputan dua sisi. Objektif dan kre5dibel | Kualitas pemberitaan : interaksi antara wartawan dan objek yang diliputnya, intensitas |
| | Menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pemberitaan dan memakai bahasa straight, tidak menimbulkan penafsiran yang beraneka | Opini dan subjektifitas tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif dan bahasa selalu menimbulkan penafsiran yang beraneka |

Sumber : Guba & Lincoln. (1994) *Competing Paradigm Qualitative Research*. Disadur dari Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial, Agus Sudibyo, hal 78

Paradigma konstruksionis atau interpretatif melihat fakta ataupun berita merupakan realitas yang dihadirkan dalam konsep wartawan yang merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan terhadap objek yang

diliput. Wartawan yang meliput berita tidak dapat menghilangkan nilai, etika, opini, pilihan moral dan keterpihakannya dalam proses penyusunan berita. Sebaliknya dalam paradigma positivistik atau obyektif memandang bahwa berita atau realitas yang muncul dari liputan wartawan merupakan realitas yang sesungguhnya dan apa adanya. Berita dalam pandangan positivis haruslah sama dengan fakta yang hendak diliput. Opini dan pandangan subjektif dari wartawan ditiadakan agar tidak menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda.

2. Relevansi Tradisi Kritis dalam Ilmu Komunikasi

a. Tradisi Kritis Dalam Ilmu Komunikasi

Dalam tradisi kritis wacana yang menjadi fokus kajiannya adalah kekuasaan, dominasi dan ideologi. Teori kritis merupakan paradigma dalam sosiologi pengetahuan. Teori kritis menolak segala teori sosial yang bersifat penciptaan atau filsafat positivis. Karena teori kritis merupakan bagian dari sosiologi pengetahuan maka teori kritis berupaya untuk membebaskan ilmu sosial dari pengaruh ilmu alam dalam menggagas teori-teori sosial (Fanani, 2008 : 42).

Tradisi kritis dalam rangka membebaskan masyarakat dari pengaruh internal dan eksternal dalam dirinya, harapan teori kritis agar masyarakat lebih memahami diri dan dunianya, teori dan praksis yang tidak pernah berhenti melalui upaya refleksi diri sehingga seseorang dapat terbebas dari pasungan dogma, ideologi, dan dominasi yang berasal dari luar dirinya.

Dalam teori tindakan rasional bertujuan dan tindakan komunikatif dalam tradisi kritis yang disumbangkan oleh Habermas. Dalam pandangan Habermas, interaksi merupakan kesamaan dari komunikasi ia berpendapat bahwa “Tindakan komunikasi itu ditentukan oleh norma-norma konsensual yang mengikat, yang menentukan harapan-harapan timbal balik mengenai tingkah laku dan yang harus dimengerti dan diketahui sekurang-kurangnya oleh dua subyek yang bertindak. Norma-norma sosial diberlakukan lewat sanksi-sanksi. Makna dari norma-norma itu diobyektifkan lewat komunikasi, lewat bahasa sehari-hari. Sementara kesahihan aturan-aturan teknis dan strategi-strategi tergantung pada kesahihan proposisi-proposisi yang secara analitis tepat dan secara empiris benar, kesahihan norma-norma sosial didasarkan pada intersubyektivitas saling pemahaman maksud-maksud dan diamankan oleh pengetahuan umum mengenai kewajiban-kewajiban” (Hardiman, 2003 : 98).

Tindakan rasional bertujuan maupun tindakan komunikatif adalah tindakan dasar manusia dalam kehidupannya. Yang pertama adalah tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan alamnya sebagai objek manipulasi. Yang kedua merupakan tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan sesamanya sebagai subyek. Tindakan manusia terhadap alam bersifat monologal, sedangkan tindakan pada sesamanya bersifat dialogal karena manusia berinteraksi melalui simbol-simbol yang dipahami secara intersubjektif, seperti nampak pada penggunaan bahasa sehari-hari (Hardimam, 2003 : 99).

Teori tindakan rasional dan komunikatif Habermas pada dasarnya di arahkan pada kritik ideologi Marx, dimana Marx selalu memberikan tekanan yang berlebihan pada kerja, interaksi dalam pandangan Habermas adalah komunikasi, namun dalam pandangan Marx, interaksi itu tidak dipahami Marx secara epistemologi, bagi Marx kerja merupakan satu-satunya praksis hidup manusia. Oleh karena itu dalam dataran epistemologi bidang interaksi Marx telah mereduksi interaksi kedalam bidang kerja, akhirnya interaksi mengalami penyempitan makna oleh Marx. Dalam konteks pandangan yang timpang ini dapat dipahami Marx memandang proses-proses sosial kerja kemasyarakatan sebagai proses-proses kerja yang sebenarnya menganut, menyangkut hubungan manusia dengan alamnya, dengan kata lain Marx memandang masyarakat sebagai alam yang memiliki hukum-hukum tetap (Hardiman, 2003 : 101).

Lebih lanjut dalam pandangan Habermas, dalam masyarakat modern yang di tunggahi oleh kapitalisme bidang kerja mengalami perluasan ini ditandai dengan perluasan subsistem-subsistem tindakan rasional bertujuan melalui intitusionalisasi pasar, tenaga kerja dan permodalan swasta dalam mendorong kekuatan-kekuatan produksi. Dengan perluasan bidang kerja ini, lama-kelamaan struktur-struktur sosial dalam kehidupan tradisional yang diwarnai dengan tindakan-tindakan komunikatif diganti dengan hubungan-hubungan yang tunduk pada syarat-syarat rasionalitas instrumental dan strategis, lantas pada gilirannya legitimasi-legitimasi tradisional itu menjadi kritik terhadap dogmatisme tradisi, dan penataan kembali unsur-unsur tradisi

yang dibebaskan kedalam bentuk hukum formal kaum borjuis, sebagai pemilik kekuatan-kekuatan produksi dan hubungan-hubungan produksi. Sehingga masyarakat tradisonal berubah ke masyarakat moderen, namun perubahan sosial memiliki muatan kesadaran yang palsu (McCarthy, 2006 : 478).

Dalam dunia kapitalis tidak terlepas dengan kekuatan-kekuatan produksi dan hubungan-hubungan produksi yang selalu mengalami revolusi, mendikte masyarakat dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan tujuan-tujuan teknis. Atas dasar itu komunikasi merupakan sarana yang efektif untuk mengubah interaksi masyarakat yang condong pada dimensi lingustik menuju masyarakat yang berwatak rasional bertujuan. Oleh karena itu komunikasi mengalami perluasan instrumental, dengan menekankan pada alat-alat penyampaian pesan yang efektif dan lebih memikat perhatian masyarakat, karena komunikasi merupakan hasil dari tekanan kreativitas individu dalam memberikan pesan-pesan sosial, untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap dunia lama dibawah kategori tindakan-tindakan rasional bertujuan dan tingkah laku yang adaptif. Kesadaran jenis baru ini yang muncul pada masyarakat kapitalis maju disebut Habermas sebagai kesadaran teknokratis. Kesadaran teknokratis itu menurut Habermas, mencerminkan suatu penindasan atas dimensi etis manusia yang terkait langsung dengan kehidupan sosial politisnya. Kesadaran teknokrasi ini berwatak ideologis dan watak ideologisnya ditujukan pada penghapusan perbedaan antara yang praktis dan yang

teknis. Dengan menghapus perbedaan itu, kepentingan-kepentingan praktis manusia ditundukan dibawah kepentingan teknis (Hardiman, 2003 : 111).

b. Represif Aparatus Negara (RSA) dan Aparatus Ideologi Negara (ISA)

Membahas Represif Aparatus Negara dan Aparatus Ideologi Negara tidak terlepas dengan konsep negara yang di teorikan oleh Marx dan penerus Ideologi Marx. Dalam teori negara Marx berpendapat bahwa negara merupakan alat dari kelas yang berkuasa, yakni kelas bangsawan dinegara feodal dan pemilik modal pada negara kapitalis. Negara secara eksplisit dipandang sebagai aparatus represif yang memungkinkan kelas-kelas penguasa untuk mendominasi kelas buruh (eksploitasi kapitalis).

Tokoh dalam teori ini adalah Louis Althusser, seorang penganut Marxisme klasik pada saat ini. Menggunakan model RSA dan ISA pada dasarnya melakukan kegiatan penyelidikan terhadap kelas-kelas yang mendominasi yang menggunakan aparatus-aparatus negara untuk mencapai tujuannya.

Represif Aparatus Negara (RSA) terdiri atas : Pemerintahan, Birokrasi, Tentara, Polisi, Peradilan, Penjara dan sebagainya. Represif disini menyatakan bahwa Aparatus Negara menjalankan fungsinya dengan kekerasan (karena ada represif, sebagai misal represif administratif, yang mengambil bentuk-bentuk non-fisik).

Aparatus Ideologi Negara (ISA) dimana realitas-realitas itu akan terlihat dengan begitu gamblang bagi pengamat langsung dalam bentuk-bentuk institusi-institusi yang berbeda-beda dan terspesialisasi. Daftar

empiris dari institusi-institusi ini adalah antara lain : Institusi keagamaan, institusi pendidikan (sistem persekolahan negeri dan swasta yang bermacam-macam), keluarga, institusi hukum, institusi politik (sistem politik, termasuk partai-partai politik yang beraneka ragam), serikat buruh, institusi komunikasi (pers, televisi dan lain sebagainya) dan institusi kebudayaan (Althusser, 2007: 165-166).

Represif Aparatus Negara dan Aparatur Ideologi Negara memiliki perbedaan yang esensial dilihat dari fungsinya, perbedaan RSA dan ISA adalah : Aparatus Represif Negara menjalankan fungsinya dengan kekerasan sementara Aparatus Ideologi Negara menjalankan fungsinya dengan ideologi.

Peran Aparatus Reperesif Negara, sepanjang dia menjalankan perannya sebagai aparatus yang represif, pada esensinya terdiri dari pelanggaran secara paksa (baik bersifat fisik maupun tidak) kondisi-kondisi politik yang diperlukan bagi reproduksi relasi-relasi produksi, yang pada intinya merupakan relasi-relasi eksploitasi. Bukan hanya Aparatus Negara itu turut terlibat dengan senang hati dalam reproduksi dirinya sendiri (karena negara kapitalis terdiri atas atau menguasai dinasti-dinasti politik, dinasti-dinasti militer, dan sebagainya), namun juga terutama Aparatus Negara melanggengkan dengan represif, (dari mulai dengan kekuatan fisik yang paling brutal, via sekedar komando dan larangan administrasi, sampai dengan tindakan penyensoran secara terbuka maupun diam-diam) kondisi-

kondisi politik bagi pelaksanaan aksi Aparatus Ideologis Negara (Althusser, 2007 : 170).

Sedangkan peran dari Aparatus Ideologi Negara, apapun intitusinya menjalankan dan turut berperan atas hasil yang sama yaitu, reproduksi relasi-relasi produksi, yang tak lain adalah eksploitasi kelas dominisasi. Setiap aparatus tersebut menjalankan peranannya masing-masing. Aparatus politik menjalankan peranannya dengan cara menduduki individu-individu dalam ideologi politik negara. Aparatus kebudayaan menjalankan peranannya dengan memberikan kelulusan sensor pada produk-produk kapital yang sebenarnya masih tabu dengan kultur budaya lokal, dan Aparatus pendidikan menjalankan peranannya dengan memasukkan ilmu pengetahuan positivisme dalam rangka mencapai rasional bertujuan.

Sedangkan yang menjadi sentral dalam pembahasan skripsi ini adalah peranan Aparatus institusi komunikasi dengan cara memberikan doktrin faham-faham idologi melalui alat-alat komunikasi, seperti sarana-sarana pers, radio, dan televisi, yang dapat mempengaruhi subyektivitas terhadap pandangan dunia sosialnya. Ini didukung dengan karakter pers yang relatif dalam artian pers tidak bisa bersifat independen dalam pembuatan beritanya, selalu terdapat intervensi ideologis dalam mengkonstruksi realitas, lebih-lebih pers dipegang oleh elit sosial yang mempertahankan status quo.

Dalam pelaksanaan fungsi ganda, dengan cara represif dan dengan cara ideologi, entah itu yang dijalankan oleh Aparatus Represif Negara

ataupun Aparatus Ideologi Negara menurut pandangan Althusser, memperlihatkan dengan jelas bahwa bisa jadi ada kombinasi yang eksplisit atau diam-diam yang sangat halus muncul dari *interplay* antara Aparatus Represif dengan Aparatus Ideologi Negara (Althusser, 2007: 171). Dalam kehidupan sehari-hari memberikan begitu banyak mengenai hal itu.

3. Media dan Konstruksi Realitas Sosial

Media massa merupakan sebuah institusi yang memainkan peran dalam lingkungan publik sebagai sarana menyampaikan informasi yang dapat dijangkau masyarakat secara luas. Media tidak hanya dapat mempengaruhi apa yang seseorang ketahui tetapi media juga dapat mempengaruhi bagaimana seseorang belajar tentang dunianya dan berinteraksi satu sama lain.

Dalam kehidupan sosial, media massa seharusnya berada pada posisi yang netral dan jauh dari tekanan politik dan elite penguasa. Tetapi pada kenyataannya media massa tidak lagi menampilkan realitas yang objektif. Realitas yang ditampilkan oleh media cenderung berpihak pada orang-orang yang memiliki kepentingan-kepentingan. Sehingga media dalam mengemas berita tidak hanya menampilkan realitasnya saja, tetapi juga mengkonstruksi realitas itu menjadi berita yang cenderung bermuatan.

Dalam proses pembentukan realitas, ada dua titik perhatian Stuart Hall. Pertama bahasa, bahasa sebagaimana dipahami oleh kalangan strukturalis, merupakan sistem penandaan. Realitas dapat ditandakan secara berbeda pada peristiwa yang sama. Makna yang berbeda dapat dilekatkan pada peristiwa yang sama (Hall dalam Eriyanto, 2001: 29).

Kedua, politik penandaan, yakni bagaimana praktik sosial dalam membentuk makna, mengontrol, dan menentukan makna. Titik perhatian Hall di sini adalah peran media dalam menandakan peristiwa atau realitas dalam pandangan tertentu, dan menunjukkan bagaimana kekuasaan ideologi di sini berperan: ideologi menjadi bidang di mana pertarungan dari kelompok yang ada dalam masyarakat. Akan tetapi, posisi demikian juga menunjukkan bahwa ideologi melekat dalam produksi sosial, produksi media, dan sistem budaya. Setiap budaya memberikan bentuk episode pemikiran tertentu, dan menyediakan anggota dari komunitas tersebut sebuah pemikiran atau gagasan tertentu sehingga mereka tinggal menerima (*taken for granted*) dalam pengetahuan mereka. Gambaran bagaimana sesuatu ditandakan untuk kita, tergantung pada proses penandaan itu sendiri. Efek dari ideologi dalam media itu adalah menampilkan pesan dan realitas hasil konstruksi tersebut tampak seperti nyata, natural, dan benar. Pengertian tentang realitas itu tergantung pada bagaimana sesuatu tersebut ditandakan dan dimaknai (Hall dalam Eriyanto, 2001: 31).

Menurut paradigma kritis, titik penting dalam memahami media adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan. Menurut Hall, makna tidak tergantung pada struktur makna itu sendiri, tetapi pada praktik pemaknaan. Makna adalah suatu produksi sosial, suatu praktik. Bagi Hall, media massa pada dasarnya tidak mereproduksi, melainkan menentukan (*to define*) realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Makna, tidaklah secara sederhana dapat dianggap sebagai reproduksi dalam bahasa, tetapi

sebuah pertentangan sosial (*social struggle*), perjuangan dalam memenangkan wacana (Hall dalam Eriyanto, 2001: 37)

Berger menjelaskan bahwa proses konstruksi realitas ada tiga tahapan: *Pertama* eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. *Kedua* Objektifikasi adalah hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari hasil suatu kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. *Ketiga* proses internalisasi yang lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu di pengaruhi oleh struktur dunia sosial (Berger dalam Eriyanto, 2001: 14).

Ketiga tahapan diatas saling berkaitan misalnya melalui usaha manusia dalam mengekspresikan diri, manusia menghasilkan bahasa. Kemudian bahasa yang telah dihasilkan tersebut kembali dipelajari dan digunakan oleh manusia. Dapat dikatakan disini bahwa melalui eksternalisasi manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya.

Dalam perspektif konstruksi sosial, Berger memandang bahwa realitas itu dibentuk dan dikonstruksi. Realitas bukanlah sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan dan dibentuk secara alamiah. Oleh sebab itu setiap orang dapat mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas realitas yang sama.

Pada konteks media cetak, ada tiga tindakan dalam mengkonstruksi realitas, yang hasil akhirnya berpengaruh terhadap pembentukan citra suatu realitas (Sudibyo, 2001: 2-4). *Pertama* adalah pemilihan kata atau simbol. Sekalipun media cetak hanya melaporkan, tetapi jika pemilihan kata istilah atau simbol yang secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat, tentu akan mengusik perhatian masyarakat tersebut. *Kedua* adalah pembingkaiian suatu peristiwa. Pada media cetak selalu terdapat tuntutan

teknis, seperti keterbatasan kolom dan halaman. Atas nama kaidah jurnalistik, berita selalu di sederhanakan melalui mekanisme pembingkaiian atau framing. *Ketiga* adalah penyediaan ruang. Semakin besar ruang yang diberikan maka akan semakin besar pula perhatian yang akan diberikan oleh khalayak.

4. Proses Produksi Berita

Pendefinisian berita secara umum adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui surat kabar, radio, televisi, atau media online.

Berita pada dasarnya dibentuk lewat proses aktif dari pembuat berita. Peristiwa yang kompleks dan tidak beraturan disederhanakan dan dibuat bermakna oleh pembuat berita. Semua proses tersebut melibatkan proses lewat skema interpretasi dari pembuat berita, karena peristiwa adalah sebuah fenomena atau kejadian yang diinterpretasikan berdasarkan sesuatu yang diorganisasikan dalam pikiran, ucapan dan tindakan (Eriyanto, 2002: 91).

Dalam produksi berita ada dua tahap dalam proses produksi dilihat. Tahap pertama sering disebut sebagai seleksi berita (*selectivity of news*). Intinya proses produksi berita adalah proses seleksi dari wartawan di lapangan yang akan memilih mana yang penting dan mana yang tidak. Setelah berita itu masuk ke redaktur, akan di seleksi kembali dan disunting dengan menekankan bagian mana yang perlu dikurangi dan bagian mana yang perlu ditambah. Pandangan ini mengandaikan seolah-olah ada realitas yang nyata yang akan diseleksi oleh wartawan untuk kemudian dibentuk dalam sebuah berita (Eriyanto, 2002: 102).

Tahap kedua adalah pembentukan berita (*creation of news*). Perspektif ini menggambarkan, peristiwa bukan seleksi, melainkan sebaliknya. Wartawanlah yang membentuk peristiwa, mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi melainkan dikreasi oleh wartawan (Eriyanto, 2002: 102).

Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke, dan Brian Roberts, melihat proses produksi berita sebagai berikut :

1. Rutinitas Organisasi

Ada banyak faktor yang menentukan mengapa peristiwa disebut sebagai berita. Proses seleksi itu merupakan bagian tugas organisasi media yang dibagi kedalam beberapa kelompok wartawan yaitu, departemen ekonomi, hukum, politik, pendidikan sampai olah raga. Sehingga terjadi spesifikasi dalam menghasilkan laporan. Praktek organisasi semacam inilah yang di maksud sebagai pembagian kerja, efektivitas dan pelimpahan wewenang kemudian berubah menjadi bentuk seleksi. Peristiwa mereka lihat dalam masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan dan bidang kerja dengan perspektif tertentu, sesuai dengan bidang dan tanggung jawab wartawan. Akhirnya dalam produksi berita peristiwa ditarik dan dikonstruksi oleh masing-masing wartawan sesuai dengan bidang kerja mereka.

2. Nilai Berita

Organisasi media tidak hanya mempunyai struktur dan pola kerja tetapi juga mempunyai ideologi profesional. Ideologi profesional wartawan tentu

saja apa itu berita? Berita apa yang baik? Nilai berita bukan hanya menentukan peristiwa apa yang akan diberitakan melainkan bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Dalam nilai berita, peristiwa digambarkan dengan piramid terbalik, dimana peristiwa disebut berita pada ujung piramid. Makin banyak nilai berita itu diletakkan, makin berada runcing dari ujung piramid. Nilai berita tersebut merupakan produk dari konstruksi sosial yang menentukan apa yang bisa dan layak disebut berita. Semakin aneh, unik dan jarang peristiwa tersebut semakin kuat kemungkinan disebut berita. Nilai-nilai dalam kerja dan rutinitas organisasi berita ini terinternalisasi dan menjadi bagian penting dari kesadaran wartawan (Hall dalam Eriyanto, 2002: 103).

Apa yang disajikan media, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, sebagaimana dikutip Agus Sudibyo dalam buku *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, meringkas berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada 5 faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi yaitu :

- a. *Pertama*, faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media. Latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, budaya akan mempengaruhi pola pemberitaan. Media dalam menurunkan sebuah berita selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan dan pengelola media.

- b. *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. Jika media menampilkan aspek tertentu bukan berarti media tersebut memerankan peran negatif dalam proses pembentukan produksi berita untuk mengelabui publik.
- c. *Ketiga*, institusi media. Sebuah pembentukan berita dipengaruhi oleh institusi media. Wartawan, *editor*, *layouter* dan fotografer, adalah bagian kecil dari institusi media. Pengelola media dan wartawan bukanlah orang tunggal yang menentukan sebuah berita, lebih dari itu, ada aspek lain yang mempengaruhi seperti bagian pemasaran, pengiklan dan pemodal. Beberapa hal tersebut sangat mempengaruhi sebuah peristiwa untuk dijadikan berita. Kepentingan ekonomi seperti pemilik modal, pengiklan dan pemasaran selalu mempertimbangkan sebuah peristiwa yang dapat menaikkan angka penjualan atau oplah media.
- d. *Keempat*, eksternal media. Pada level ini, kenyataannya sebuah media hanya bagian dari sistem yang besar, kompleks yang sedikit banyaknya dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Ada tiga faktor di luar lingkungan media yang mempengaruhi pemberitaan.
 - 1. Sumber berita. Sumber berita tidak dilihat sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi berita. Sumber berita tentu saja memberlakukan politik pemberitaan.

2. Sumber penghasilan media. Pada bagian ini sebuah media dalam menjaga keberlangsungannya membutuhkan dana sebagai sumber untuk menghidupi dirinya. Iklan adalah salah satu sumber dana tersebut. Akibatnya, akan terjadi ketergantungan media pada iklan yang menyebabkan sehingga berimplikasi pada objektivitas media dalam memberitakan suatu masalah.
 3. 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 faktor yang dominan dalam menentukan berita apa yang disajikan. Ini karena dalam negara yang otoriter, negara menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Keadaan ini tentu saja berbeda dengan negara yang demokratis, campur tangan negara praktis tidak ada, justru yang besar adalah pengaruh dari lingkungan pasar dan bisnis.
- e. *Kelima*, level ideologi. Dalam konteks ini, ideologi diartikan sebagai kerangka pikir yang dipakai oleh setiap individu untuk melihat realitas dan bagaimana individu tersebut menghadapinya. Ideologi pada tataran ini adalah suatu konsep yang abstrak, yang berhubungan dengan konsep individu dalam menafsirkan suatu realitas. Ideologi yang abstrak diartikan sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik. Pada level ideologi, media berhak menentukan apa yang akan ia sajikan kepada publik, pada saat itu media

akan menerapkan kekuasaannya untuk membentuk opini khalayak sesuai dengan keinginannya (Shoemaker dan Reese dalam Sudibyo, 2001: 7).

5. Nilai Berita

Menulis berita adalah melaporkan seluk beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Melaporkan disini berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar atau dialami seseorang atau sekelompok orang, Mengapa suatu peristiwa layak diberitakan.

Secara praktis layak berita merupakan gabungan antara nilai berita dan tujuan media massa. Nilai berita merupakan titik awal untuk meliput sebuah peristiwa. Sedangkan tujuan media merupakan saringan yang menentukan apakah peristiwa yang sudah memiliki nilai berita pantas di tampilkan dalam bentuk berita atau tidak. Menurut Shoemaker dan Reese kaitan nilai berita dan *framing* adalah elemen orientasi media yang berhubungan dengan khalayak. Nilai berita adalah elemen yang ditujukan kepada khalayak disamping media menyampaikan informasi (Shoemaker dan Reese dalam Eriyanto, 2002: 105).

Nilai berita adalah produk dan konstruksi wartawan. Dari setiap juta peristiwa yang terjadi setiap hari, semuanya potensial dibentuk berita. Namun hanya peristiwa dan sisi tertentu saja yang ditulis oleh wartawan. Semua proses ini ditentukan oleh apa yang disebut sebagai nilai berita. Karenanya, nilai berita dapat dianggap sebagai ideologi profesional wartawan, yang memberi prosedur bagaimana berita yang begitu banyak disaring dan ditampilkan kepada khalayak (Eriyanto, 2002: 106).

Dalam sebuah pemberitaan, peristiwa akan disebut berita bila memenuhi kriteria nilai berita. Nilai berita merupakan produk dari konstruksi wartawan. Dari setiap juta peristiwa semua berpotensi dijadikan berita dan dapat mempengaruhi nilai berita. Secara umum, nilai berita dapat digambarkan sebagai berikut :

1. *Timelines*

Apakah peristiwa yang terjadi merupakan perkembangan peristiwa terkini atau hanya merupakan berita yang lalu. Berita seperti es krim yang gampang meleleh, bersama dengan berlalunya waktu nilainya akan semakin berkurang.

2. *Proximity*

Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik ataupun emosional dengan khalayak. Karena masyarakat akan lebih tertarik membaca berita yang dekat dengan diri mereka. Baik kedekatan geografis, kultural, sosiologis, maupun psikologis.

3. *Conflict*

Masyarakat akan lebih memperhatikan berita yang mengandung konflik dan drama. Karena itu konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi dengan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari-hari antar penduduk pribumi.

4. *Eminence and Prominence*

Ialah nilai berita diukur dari kebebasan peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang di pandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukan berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan penumpang satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang lebih dipandang berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.

5. *Consequence and Impact*

Yaitu seberapa luas pengaruh suatu peristiwa bagi khalayak. Berapa banyak manusia terkena dampaknya, seberapa luas, dan untuk berapa lama? Contoh: Berita tentang kenaikan harga BBM lebih luas pengaruhnya terhadap seluruh masyarakat Indonesia dibandingkan berita tentang gempa bumi di Jawa Tengah.

6. *Human Interest*

Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita jika peristiwa tersebut mampu menyentuh perasaan khalayak, lebih banyak mengandung unsur haru, sedih dan mengandung emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan abang becak yang mengayuh becaknya di Surabaya saja (Itule & Anderson, 2007: 15-18).

Pada saat ini merupakan tantangan bagi pekerja media bagaimana cara agar sesuai dengan keinginan pembaca, media harus lebih agresif dalam menjaring pembaca. Selain beberapa kriteria klasik yang mempengaruhi

sebuah nilai berita diatas, juga ditambahkan beberapa faktor yang juga mempengaruhi nilai berita, yaitu:

a. Instincts of Editor and Reporters.

Kemampuan yang dimiliki untuk menilai suatu kejadian apakah memiliki nilai berita atau tidak, apakah layak diberitakan atau sebaliknya. Seorang reporter yang memiliki insting yang kuat, akan mampu melihat suatu kejadian dari sudut pandang jurnalis dan kemudian mampu mengemasnya menjadi sebuah cerita yang memiliki nilai berita.

Seorang editor dan reporter yang berpengalaman mampu mengembangkan naluri tentang apa yang diinginkan pembaca. Survei terhadap pembaca dan faktor-faktor demografinya akan sangat membantu reporter dan editor dalam mengembangkan insting mereka dan membantu mereka dalam menentukan berita seperti apa yang bagus untuk pembaca.

b. Audience

Audiens atau pembaca menjadi bagian yang sangat penting dalam industri media massa. Merekalah yang akan menikmati berita yang kita buat. Relevansi berita dengan audiens akan sangat berpengaruh kepada nilai-nilai menariknya berita tersebut. Relevansi ini bisa dipertimbangkan dengan faktor kedekatan emosional pembaca dengan berita, misalnya dengan berdasarkan kepada kedekatan lokasi sumber berita dengan audiens.

c. News Holes

Berkaitan dengan jumlah tempat yang tersedia dalam sebuah media.

d. *Availability of News*

Ketersediaan sumber berita. Reporter dan editor dapat memilih berita mana yang akan dipilih diantara berbagai macam informasi yang tersedia di lingkungan masyarakat.

e. *Philosophy of The Medium*

Media massa yang berorientasi bisnis seperti *Wall-Street Journal*, akan memilih berita menurut basis kriteria yang tentu saja berbeda dengan majalah-majalah seperti *metropolitan arts* atau majalah untuk publikasi hiburan.

f. *Pressure From the Publisher*

Tekanan dari penerbit atau pemilik media. Sebagian besar penerbit atau pemilik media tidak terlalu mencampuri dalam urusan produksi berita, akan tetapi pada dasarnya para reporter dan editor sadar akan agenda politis dan agenda khalayak dari pemilik media.

g. *Influence of Advertisers*

Pengaruh dari para pengiklan. Editor atau reporter akan memberikan tempat yang lebih luas untuk narasumber tertentu yang berkaitan dengan posisinya sebagai pengiklan dalam media massa tersebut.

h. *News Mix*

Kombinasi berita. Media massa biasanya mengkombinasikan antara *soft news* (berita yang ringan) dan *hard news* (berita berat) serta menyediakan berita dengan isu lokal, nasional dan internasional.

i. Competition Among Media

Persaingan diantara industri media. Setiap media memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing dalam hal jangkauan berita dan komposisi berita. Tapi sebagian besar media, akan berusaha untuk lebih unggul daripada yang lainnya, hal ini sebagai konsekuensi dari adanya persaingan dan cara bagaimana memenangkan persaingan tersebut. Hal inilah yang kadang-kadang mempengaruhi produksi berita.

j. Changing Demographics

Demografi, mempengaruhi distribusi berita secara langsung. Demografi mencakup faktor-faktor ukuran, komposisi, keluasan dan penyebaran populasi di suatu wilayah, hal ini dapat berubah dari waktu-kewaktu, maka dari itu media harus menyesuaikan jangkauan berita sesuai dengan faktor-faktor tersebut (Itule & Anderson, 2007: 18-24).

6. Konsep Framing

Ide tentang *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955. *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman (1974) yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sudibyo, 1999: 23)

Pada perkembangannya, banyak para ahli komunikasi yang melakukan kajian mengenai *framing*, antara lain Robert N. Entman, William A. Gamson, Todd Gitlin, David E. Snow dan Robert Benford, Ami Binder, Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Robert N. Entman mendefinisikan *framing* sebagai proses seleksi dari aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Dalam banyak hal, itu berarti menyajikan secara khusus definisi masalah, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral, dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah itu digambarkan. Dan juga menempatkan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi yang besar daripada sisi yang lain (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999: 20).

Sedangkan William A. Gamson berpendapat bahwa *framing* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima (Eriyanto, 2002: 67).

Todd Gitlin juga salah satu ahli yang ikut mendefinisikan *framing*. Menurutnya *framing* adalah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak

pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas (Eriyanto, 2002: 67).

David E. Snow dan Robert Benfort mendefinisikan *framing* sebagai pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. *Frame* mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu (Eriyanto, 2002: 68).

Amy Binder juga mempunyai pemaknaan tersendiri tentang *framing*. Ia mendefinisikan *framing* sebagai skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi dan melabeli peristiwa secara langsung ataupun tidak langsung. *Frame* mengorganisir peristiwa yang kompleks. Kedalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa itu (Eriyanto, 2002: 68).

Sedangkan Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki berpendapat bahwa *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002: 68).

Realitas tidak seluruhnya ditampilkan oleh media. Media menyeleksinya terlebih dahulu sambil menonjolkan sisi yang relevan dengan

kepentingannya. Oleh karena itu, melalui *framing* ini khalayak diajak dan diarahkan oleh media hanya dari satu sisi tanpa diberi kesempatan untuk melihat sisi yang lain.

Eriyanto, dalam bukunya *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*, mengatakan bahwa ada dua aspek dalam *framing*. *Pertama*, adalah memilih fakta/realitas. Proses pemilihan fakta didasari pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas, bagian mana realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan. Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih sudut pandang tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya. Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lainnya (Eriyanto, 2002: 70).

Kedua, menulis fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan dengan proposisi, dengan bantuan eksentasi foto, gambar, dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu : penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian

label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan pemakaian kata yang mencolok, gambar dan sebagainya. Elemen penonjolan fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat, atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibanding aspek lainnya. Semua aspek itu dibuat untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Secara umum, teori *framing* dapat dilihat dalam dua tradisi, yaitu:

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

pesan dibingkai dengan kemasan tertentu yang menyebabkan pemahaman tertentu dalam benak khalayak.

2. Dimensi Sosiologis. Pada level ini, *frame* dilihat terutama untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita membentuk berita secara bersama-sama. Ini menempatkan media sebagai organisasi yang kompleks yang menyertakan di dalamnya praktik profesional. Berita adalah produk dari institusi sosial dan melekat dalam hubungannya dengan institusi lainnya (Eriyanto, 2002: 71-80).

F. METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Penelitian menggunakan tiga surat kabar harian nasional sebagai objek dari penelitian yaitu surat kabar Media Indonesia, Koran Tempo dan Kedaulatan Rakyat. Alasan memilih ketiga media cetak tersebut karena Media Indonesia, memiliki kedekatan emosi dengan pemeritahan yang di hubungkan oleh Surya Paloh sebagai pemilik saham Media Indonesia dan sekaligus Pimpinan Dewan Penasihat Partai Golkar, sedangkan Sri Sultan Merupakan Anggota Dewan Penasihat Partai Golkar. Alasan memilih Kedaulatan Rakyat karena memiliki ikatan sejarah dengan Keraton Yogyakarta khususnya karena secara geografis berlokasi dikota yang sama yaitu Yogyakarta. Berlainan dengan Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat, Koran Tempo tidak memiliki hubungan emosional dengan Sri Sultan Hamengku Buwono X sebagai pokok pembahasan dalam skripsi ini, namun dalam pemberitaannya

Koran Tempo menjadi pembanding dua koran tersebut karena Koran Tempo dalam pemberitaannya cenderung kontra dengan Media Indonesia dan Kedaulatan Rakyat.

Permasalahan yang akan dibahas hanya dibatasi pada pemberitaan ketiga media massa cetak tersebut mengenai kontroversi pencalonan Sri Sultan Hamengku Buwono X dalam pemilu 2009, edisi 29 Oktober–1 November 2008.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan jenis datanya adalah:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya, berupa pemberitaan mengenai kontroversi pencalonan Sri Sultan Hamengku Buwono X menjadi Presiden 2009 pada surat kabar Media Indonesia, Koran Tempo dan Kedaulatan Rakyat edisi 29 Oktober 2008-1 November 2008.

b. Data Sekunder

Data untuk melengkapi data primer berupa referensi lain seperti: buku, internet, jurnal, atau dokumentasi lain yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *framing* dari William A. Gamson dan Andre Modigliani. Alasan peneliti menggunakan metode Gamson dan Modigliani karena gagasan mereka menghubungkan

antara wacana media dan pendapat umum. dalam bukunya Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* disebutkan bahwa gagasan mereka yang melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana konstruksi atas peristiwa di bentuk. Kemasan itu merupakan skema atau struktur pemahaman yang dipakai seseorang ketika mengkonstruksi pesan-pesan yang di sampaikan, dan menafsirkan pesan yang diterima. Menurut Gamson dan Modigliani kemasan (*package*) merupakan wadah atau struktur data yang mengorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi kecenderungan, dan membentuk komunikator untuk menjelaskan sejumlah muatan-muatan dibalik suatu isu atau peristiwa. Keberadaan dari suatu *package* terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana seperti kata, kalimat, pemakain gambar atau grafik tertentu, proporsi dan sebagainya.

Menurut Mc. Cauley M. P dan Frederick, R. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Mc Cauley and Frederick ,1996 : 2-3). Proses *framing* adalah bagian tak terpisah dari bagaimana media mengkonstruksi realitas.

Dalam *framing* Gamson dan Modigliani, hal pertama yang dilakukan dalam membingkai suatu berita adalah menentukan gagasan atau ide sentral dari berita atau peristiwa tersebut atau dikenal dengan elemen inti berita (*idea element*). Ada dua perangkat bagaimana ide sentral ini diterjemahkan dalam teks berita. *Pertama, framing devices* (perangkat membingkai). 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. *Kedua, reasoning devices* (perangkat penalaran). Perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu.

Skema 2.
Framing Model Gamson dan Modigliani

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

Sumber : Eriyanto, Analisa Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, 2002: 225.

Core frames (gagasan sentral) pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan

mengarahkan makna isu yang dibangun *condensing symbol* (simbol yang "dimanfaatkan").

Condensing symbol adalah hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik (*framing devices* dan *reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain.

Struktur *framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depiction*, dan *visual images* menekankan aspek bagaimana "melihat" suatu isu. Struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara "melihat" isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeal to principle* (klaim moral).

Metaphors, secara literal dipahami sebagai cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana. Henry Guntur Tarigan menilai metafora sebagai sejenis gaya bahasa perbandingan yang paling singkat, padat, tersusun rapi. Di dalamnya terlihat dua gagasan: yang satu adalah suatu kenyataan, sesuatu yang dipikirkan, yang menjadi objek; dan yang satu lagi merupakan pembanding terhadap kenyataan tadi; dan kita menggantikan yang belakangan itu menjadi terdahulu tadi (Tarigan dalam Sobur, 2006: 179).

Exemplars mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya

menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

Catchphrases, istilah, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat tertentu. Dalam teks berita, *catchphrases* mewujudkan dalam bentuk jargon, slogan, atau semboyan.

Depiction, penggambaran fakta dengan memakai kata, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. *Depiction* dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.

Visual images, pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta pemakaian warna. *Visual images* bersifat sangat natural, sangat mewakili realitas yang membuat erat muatan ideologi pesan dengan khalayak.

Roots (analisa kausal), membenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain. Tujuannya, membenarkan penyimpulan fakta berdasar hubungan sebab akibat yang digambarkan atau dibebarkan.

Appeal to principle, pemikiran, prinsip, klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran, dan sejenisnya. *Appeal to principle* yang apriori, dogmatis, simplistik, dan monokausal (nonlogis) bertujuan membuat khalayak

tak berdaya menyanggah argumentasi. Fokusnya, memanipulasi emosi agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, cara tertentu, serta membuatnya tertutup/keras dari bentuk penalaran lain.

William A. Gamson terkenal dengan pendekatan konstruksionisnya untuk menganalisis suatu wacana komunikasi. Pendekatan konstruksionis melihat proses *framing* sebagai proses konstruksi sosial untuk memaknai realitas. Proses ini bukan hanya terjadi dalam level wacana, namun juga dalam struktur kognisi individu dengan adanya konsep *frame* dalam level individual. *Frame* dalam level wacana dan level individual ini merupakan dua sistem yang saling berkaitan dalam proses konstruksi sosial untuk memaknai realitas. Dalam konteks inilah Gamson melihat adanya wacana media dan opini publik yang terbentuk di masyarakat (Sudibyo dalam Eriyanto, 2002: 24).

Gamson mendefinisikan *framing* dalam dua pendekatan, yaitu pendekatan kultural yang menghasilkan *framing* dalam level kultural dan pendekatan psikologis yang menghasilkan *framing* dalam level individu.

a. Level Kultural

Frame pertama-tama dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstitusi yang tersebar dalam konstruksi wacana. Dalam hal ini, *frame* memberikan petunjuk elemen-elemen isu mana yang relevan untuk diwacanakan, *problem-problem* apa yang memerlukan tindakan politis, solusi yang pantas diambil, serta pihak mana yang legitimate dalam wacana yang terbentuk (Eriyanto, 2002: 24).

b. Level Individu

Dalam kaitannya dengan rutinitas dan konvensi jurnalistik, proses *framing* dapat menjelma menjadi strategi pengolahan dan penyajian informasi yang menempatkan wartawan pada posisi strategis (Eriyanto, 2002: 28). Di sisi lain, meskipun khalayak media tidak dapat digeneralisir sebagai *well informed* dan *cognitively active*, sulit untuk menyimpulkan bahwa mereka memaknai suatu berita secara seragam. Setiap khalayak mempunyai perspektif dan kecenderungan sendiri-sendiri dalam menghadapi realitas yang telah dikonstruksi oleh media. Lingkup pengalaman (*field of experience*) dan kerangka referensi (*frame of reference*) bagaimanapun berbeda-beda antara satu individu dengan individu lainnya (Eriyanto, 2002: 29).