

## **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Dunia Ketiga saat ini sedang bergerak menuju kemajuan jika kita menilik dari segi perkembangan ekonomi, Hal ini bisa dilihat dari betapa cepatnya pertumbuhan ekonomi di beberapa negara di Dunia Ketiga. Kutub perubahan ini merupakan tonggak bersejarah bagi perkembangan dunia terutama bagi negara-negara miskin yang selama ini berkiblat ke Barat yang diwakili oleh Amerika Serikat dan Eropa. Di antara sekian banyak hal yang bisa dijadikan tonggak bagi kemajuan Dunia Ketiga adalah keberhasilan Cina didalam menyelenggarakan Olimpiade Beijing pada 2008 silam. Cina dinobatkan sebagai penyelenggara Olimpiade termegah, terbaik dan termahal sepanjang masa. Lalu ada juga fenomena Abu Dhabi yang berawal dari sebuah tempat yang dianggap sebagai bagian dari gurun pasir lalu menjelma menjadi surga dunia, rumah bagi orang-orang super kaya. Kemudian Afrika Selatan yang baru saja menggelar Piala Dunia 2010, dan contoh terakhir adalah India yang mengalami kemajuan sepesat Cina.

Kemajuan ekonomi menjadi satu hal mutlak bagi sebuah negara di tengah percaturan dunia. Zaman sekarang ini, di era milenium ketika globalisasi menjadi jargon utama, maju atau tidaknya sebuah negara dilihat dari pendapatan perkapitanya. Apabila sebuah negara mampu memberikan pemerataan yang adil bagi rakyatnya dan mampu mensejahterakan rakyatnya maka negara tersebut dianggap layak digolongkan sebagai negara maju. Dan selama 100 tahun terakhir, negara-negara yang dianggap maju ini terkumpul disebuah benua kecil yaitu Eropa (ironisnya, Eropa terletak di bumi belahan timur karena menyatu dengan Asia). Lalu ada satu negara yang memiliki reputasi sebagai negara adidaya yaitu

Amerika Serikat. Maka tercetuslah sebuah idiom bahwa negara-negara di kawasan Barat (termasuk Amerika Serikat) merupakan pusat peradaban dunia modern, di mana semua hal yang terjadi di belahan Barat akan mempengaruhi dunia secara keseluruhan. Hal ini lalu mengendap di dasar paradigma dunia dan membentuk opini atau budaya bahwa negara-negara maju atau Eropa ditambah Amerika Serikat sebagai pemegang posisi dominan dalam percaturan politik dan ekonomi di dunia. Namun seiring waktu berjalan yang ditandai dengan berkembang pesatnya paham globalisasi dan merebaknya media baru seperti Internet, membuat dunia seakan-akan tidak mempunyai batas lagi, paradigma yang menyebutkan bahwa bumi belahan Barat merupakan pusat peradaban dunia mulai bergeser. Negara-negara di belahan Timur yang tadinya dianggap sebagai negara Dunia Ketiga mulai bergerak maju dan mulai merestrukturisasi sendi-sendi perekonomiannya. Dengan terjadinya pergeseran paradigma seperti ini membuat negara negara maju yang selama ini mendominasi pun mengalami ketakutan bahwa kekuatan mereka yang mendominasi dunia pun perlahan-lahan akan memudar.

Dewasa ini media berperan penting di dalam membentuk opini *audiens* terhadap sesuatu hal. Karena media memiliki peran dalam mengkonstruksi sebuah pesan ataupun berita. Ada banyak media yang bisa digunakan entah itu media audio, visual maupun media baru. Media-media ini merupakan sebuah alat penyampai pesan yang dibuat untuk menyampaikan maksud dan tujuan tertentu. Dan jika sebuah *image* telah terbentuk di dalam sebuah kasus maka paradigma publik pun secara otomatis akan terkunci oleh apa yang dibawakan oleh media

tersebut. Salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut adalah media cetak. Media cetak dalam hal ini adalah yang bersifat visual seperti majalah, koran dan lain lain. Dewasa ini globalisasi media merupakan sebuah hal yang lumrah di dalam membentuk sebuah opini publik. Menurut Marie Gillespie, “Globalisasi dihasilkan dari pergerakan masyarakat dan sirkulasi dari teks media yang bersifat transnasional” (dalam Devereux, 2003:43). Hal ini menjadi sebuah metode dari negara-negara Barat untuk mencoba mempengaruhi paradigma dunia terhadap hal hal yang mereka anggap membahayakan kepentingan yang mereka miliki. Jika pada zaman dahulu penjajahan memiliki bentuk yang nyata yaitu secara fisik maka pada era modern ini penjajahan memiliki bentuk yang berbeda. Salah satu bentuk dari hal ini adalah dengan menggunakan media-media untuk mempengaruhi paradigma khayalak dari media-media tersebut.

Salah satu contoh dari cara Barat memberikan pengaruh lewat media adalah melalui media massa yang bersifat visual. Karena media visual bisa diakses kapan saja tanpa harus mempunyai sebuah medium khusus seperti halnya media audio maupun audio visual dan tidak bersifat elektronik. Menurut Devereux, media merupakan *brand* terbaru dari kolonialisme (2003:30), jadi media menjadi salah satu bentuk penjajahan di mana negara-negara Barat memanfaatkan sistem globalisasi yang sedang menjadi trend saat ini sebagai agenda terselubung mereka. Seperti yang penulis perhatikan, negara-negara Dunia Ketiga, dalam hal ini negara Asia, Afrika, Amerika Tengah dan Selatan direpresentasikan sebagai dunia yang dianggap tertinggal dibandingkan negara-negara di Eropa dan Amerika Serikat. Adalah majalah *National Geographic* yang

menurut penulis sangat gamblang di dalam menampilkan kesenjangan antara Barat dan Timur pada artikel-artikel yang terdapat pada majalahnya. Pengkonstruksian oleh majalah *National Geographic* ini tidak terlepas dari usaha Amerika Serikat (sebagai perwakilan dari Barat) untuk mengaburkan pandangan khalayak tentang realitas yang terjadi. Kita dapat mengambil contoh bagaimana Amerika Serikat dan Eropa digambarkan sebagai “*Wonderland*” oleh majalah *National Geographic*. *National Geographic* menggambarkan Eropa dan Amerika Serikat sebagai pusat budaya modern dengan segala keefisienan dan kemajuan khas Dunia Barat, sementara negara-negara Asia dan lainnya digambarkan sebagai pusat ketertinggalan teknologi dan ekonomi. Oposisi biner ini secara tidak langsung membentuk paradigma yang buruk bagi Dunia Ketiga.

Majalah *National Geographic* adalah sebuah majalah yang secara khusus mendedikasikan dirinya meliput mengenai berita tentang alam, kebudayaan, lingkungan hidup serta flora dan fauna. Sejarah berdirinya majalah ini adalah ketika pada tahun 1888, sekelompok pencinta lingkungan di Amerika Serikat mendirikan *National Geographic Society* yang berkonsentrasi di dalam bidang lingkungan hidup dan kemanusiaan. Berselang sembilan bulan kemudian Majalah *National Geographic* edisi pertama dipublikasikan untuk umum. Majalah ini sendiri merupakan salah satu dari sekian banyak media penyampai pesan yang dimiliki oleh *National Geographic Society* sekarang ini seperti *National Geographic TV* dan media baru seperti internet. Dengan visi dan misi mengenai geografi, ilmu pengetahuan populer, sejarah, kebudayaan, dan kejadian terkini serta fotografi. Majalah *National Geographic* mempunyai skala liputan berkelas

dunia yang meliput hal-hal di seluruh dunia. Melalui majalah ini dunia bisa mengetahui apa yang terjadi di belahan dunia lain melalui kekuatan tulisan dan foto foto yang mengagumkan. Dengan sirkulasi skala dunia dalam 32 bahasa dan populasi pembaca mencapai 5 juta orang setiap bulannya ([http://.national-geographic-magazine.com/jonas\\_bendixsen.htm](http://.national-geographic-magazine.com/jonas_bendixsen.htm), diakses tanggal 30 Oktober 2009) maka majalah *National Geographic* ini mempunyai basis propaganda yang kuat di dalam menghadirkan sebuah paradigma kepada dunia. Atas dasar ini juga tercipta pertanyaan mendasar bagi penulis tentang bagaimana sebenarnya representasi dan konstruksi yang dibentuk oleh majalah *National Geographic* terhadap liputan atau artikelnya. Alasan penulis memilih majalah National Geographic sebagai objek penelitian karena majalah ini merupakan salah satu dari sedikit majalah internasional yang memiliki skala mendunia. Dan juga karena Majalah *National Geographic* dimiliki oleh Barat, dalam hal ini adalah Amerika Serikat. Dapat dipahami bahwa Amerika Serikat mempunyai kepentingan yang besar di Asia karena Asia merupakan pasar utama bagi Amerika Serikat. Paul Watson, salah seorang pendiri Greenpeace (organisasi lingkungan hidup) mengatakan bahwa “Konsep kebenaran yang dianut media massa bukanlah kebenaran sejati, tetapi sesuatu yang dianggap masyarakat sebagai kebenaran., ringkasnya kebenaran ditentukan oleh media massa” (Sobur, 2001:87).

Kesenjangan antara Barat dan Timur dapat dilihat pada majalah *National Geographic* edisi Oktober 2006 dan Mei 2007. Penulis memilih kedua edisi majalah *National Geographic* ini karena menurut penulis artikel pada kedua edisi ini dapat mewakili konstruksi yang dibawa oleh majalah *National Geographic*

untuk mempengaruhi paradigma khalayak. Pada majalah *National Geographic* edisi Mei 2007, kisah yang diangkat adalah mengenai sebuah kawasan *slum* (kumuh) yang terdapat tepat di tengah-tengah kota Mumbai. Nama kawasan kumuh tersebut adalah Dharavi. Mumbai (yang dulunya bernama Bombay) adalah ikon bagi kemajuan bagi India, sebuah kota megapolitan yang dirancang untuk menyaingi Shanghai di Cina. Dan sebagaimana kota-kota besar lainnya di negara Dunia Ketiga, Mumbai memiliki ciri khas yang sama dengan Shanghai, Mexico City, Rio de Janeiro maupun Jakarta yaitu kota dengan tingkat kepadatan di luar kewajaran, tingkat polusi lingkungan dan bahkan polusi suara melebihi ambang batas, kemacetan terjadi dimana-mana, tingkat kesenjangan yang begitu tinggi, kontras dengan tingkat kepedulian sosial yang begitu rendah dan kejahatan merupakan hal yang biasa terjadi. Ada sebuah persoalan yang kerap menjadi polemik yaitu mengenai *slum area* atau kawasan kumuh. Adalah Dharavi yang menjadi pusat permasalahan di kota Mumbai, daerah yang terletak tepat di jantung kota. Dharavi merupakan pemukiman kumuh yang ditempati oleh hampir satu juta jiwa. Jika dibagi dengan setengah hektar lahan maka akan ada 18.000 orang yang tinggal di area sesempit itu.

Dharavi sering disebut sebagai “area kumuh terbesar di Asia” namun Dharavi memiliki keterikatan emosional dan sejarah (dengan luas dua kilometer persegi), pusat segalanya baik secara geografis, psikologis dan spiritual. Lokasinya yang strategis juga menjadikannya sebagai incaran para investor menjadi kawasan hunian mewah di tengah tengah kota Mumbai. Sebuah kota yang mencerminkan harapan India untuk menyaingi Cina (Jacobson, Mark. (2007). “*Dharavi Bayangan*

*Kelam Mumbai*". National Geographic, 03, Tahun V, 32).

Majalah *National Geographic* mengangkat masalah ini ke dalam artikel utamanya yang berjudul "Dharavi : Bayangan Kelam Mumbai". Dari foto-foto karya Jonas Bendiksen yang mengisi halaman artikel tersebut, dapat dilihat bagaimana buruknya kualitas hidup di Dharavi. Sanitasi yang tidak memadai, ruang tinggal yang begitu sempit, pemukiman yang kotor dan tidak terawat serta kesenjangan antara Mumbai sebagai megapolitan dengan Dharavi. Bila penulis mengamati, *National Geographic* mencoba memberikan sudut pandang yang berbeda kepada pembaca terhadap kemajuan pesat yang dialami India. Negara berpenduduk satu milyar orang lebih ini mengalami peningkatan ekonomi yang mencengangkan. India menjelma menjadi salah satu pionir dan inspirasi bagi negara-negara Dunia Ketiga yang selama ini merasa ditindas oleh Barat. ([http://www.kompas.com/cetak/2009/062009/04/99 sinopsis htm](http://www.kompas.com/cetak/2009/062009/04/99_sinopsis.htm). Diakses tanggal 30 Oktober 2009). Kemajuan pesat yang terjadi di India ini seakan-akan menjadi ancaman tersendiri bagi negara negara besar seperti Amerika Serikat dan Eropa. Dengan jumlah penduduk hampir 1/6 dari total penduduk dunia, India bukan tidak mungkin mampu mendominasi dunia. Adapun indikator-indikator yang membuat India diperhitungkan oleh perekonomian dunia berhasil penulis dapatkan di situs milik Kedutaan Besar Indonesia untuk India. Menurut situs tersebut, India berhasil bertahan di dalam menghadapi resesi global pada tahun 2008 lalu. Resesi yang mengakibatkan beberapa negara di Eropa ambruk secara ekonomi. Dari situlah para pengamat ekonomi Barat mengkhawatirkan bahwa tampuk kekuasaan

ekonomi akan beralih kepada India dan Cina. Beberapa hal yang dapat dipaparkan di sini untuk memberikan sedikit gambaran kemajuan ekonomi India, antara lain:

1. pertumbuhan rata-rata yang mencapai 8 sampai 9 persen per tahun (rata-rata pertumbuhan tahun fiskal 2006-2007 mencapai 9,6 persen dan 2008-2009 mencapai sedikit di atas 6 persen akibat krisis)
2. Cadangan devisa India mencapai US\$ 311,79 milyar pada akhir Juni 2008
3. Meningkatnya arus masuk Foreign Direct Investment (FDI) dimana target tahun 2008 – 2009 adalah US\$ 35 milyar
4. Saat ini India adalah sebagai negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat kedua di dunia setelah Cina
5. Menurut studi oleh McKinsey Global Institute (MGI) pasar India diperkirakan akan menjadi ke lima terbesar di dunia tahun 2025 (saat ini India menduduki peringkat ke 12)
6. India adalah satu dari lima negara yang menguasai 50 persen angka produksi dunia (GDP)
7. Indian National Stock Exchange atau NSE) mendapatkan peringkat pertama pada stock futures dan peringkat kedua pada Index futures dunia.
8. Pendapatan per-kapita India meningkat dari sekitar US\$460 pada tahun 2001 menjadi US\$ 797 pada akhir tahun fiskal 2007 (catatan : penduduk India saat ini telah menembus angka 1,2 milyar).
9. Arus masuk FDI telah meningkat 185% dari US\$5,5 milyar (2006) menjadi US\$ 15,7 milyar (2007), target untuk tahun 2008 – 2009 adalah US\$ 35 milyar
10. India termasuk Rangking 41 dalam Industrial Competitiveness (sumber UNIDO)
11. Empat pengusaha India termasuk dalam 10 besar orang terkaya di dunia versi Majalah Forbes.
12. India memiliki tim balap yang berkecimpung di balap mobil paling bergengsi yaitu Formula 1, tim itu dinamai Force India.  
(<http://www.deplu.go.id/newdelhi/Pages/CountryProfile.aspx?IDP=2&l=id>, diakses tanggal 13 juni 2010).



Dengan kemajuan sepesat ini dunia boleh memiliki kekhawatiran, jika benar terjadi maka India mampu menguasai dunia. Amerika Serikat dan Eropa memiliki ketakutan-ketakutan di dalam menghadapi kemajuan perekonomian dari sebuah negara yang awalnya berada di bawah ketiak mereka. Hal ini dapat kita lihat ketika resesi global pada 2008 silam menghempaskan perekonomian sebagian negara Eropa, bahkan termasuk Amerika Serikat. Sementara bagi India, resesi global kemarin memiliki dampak yang tidak begitu buruk, India mampu bertahan dengan baik bersama Cina. Hal ini memberikan sinyal-sinyal negatif kepada negara-negara adidaya karena pengaruh mereka di panggung dunia bisa tergeser. Majalah *National Geographic* mencoba mengkonstruksi realitas yang terjadi di India dengan hanya memberikan sisi negatifnya, India mengalami perkembangan pesat dari segi ekonomi seperti yang penulis paparkan di atas, meskipun masalah kemiskinan masih mendera tetapi hal itu tetap tidak menghalangi India untuk terus bergerak maju. Namun *National Geographic* melalui majalahnya mencoba mengaburkan fakta-fakta tersebut dengan menampilkan Dharavi sebagai “penghalang” Mumbai di dalam mencapai kemajuan perekonomian (simbol bagi India).

Sedangkan kisah yang diangkat pada majalah *National Geographic* edisi Oktober 2006 adalah mengenai kota Paris, ibukota Prancis. Tema yang diangkat pada artikel ini adalah tentang taman-taman di kota Paris, taman-taman yang tetap membuat kota Paris teduh meski diiringi oleh pembangunan yang terjadi. Kontras dengan apa yang terjadi di Dharavi, foto-foto khas *National Geographic* yang terdapat di artikel ini menggambarkan Paris dengan megah. Amy Toensing

sebagai fotografer mencoba menggambarkan Paris sebagai kota yang maju, bersih dan tetap hijau, Sebuah lambang kemajuan bagi dunia Barat. Paris adalah salah satu kota terbesar di Eropa dan memiliki peran penting di dalam perkembangan dunia, banyak orang dari berbagai penjuru dunia menuju kota ini dengan alasan beragam, mulai dari yang ingin meneruskan pendidikan, berlibur maupun bekerja. Jika Jakarta merupakan tempat berkumpulnya semua suku yang ada di Indonesia, maka Paris memiliki peran yang sama dengan Jakarta namun dalam skala yang lebih besar. Seperti halnya kota-kota megapolitan lainnya di Eropa, Paris juga mengalami perkembangan yang pesat terutama dari segi pembangunan. Pertumbuhan angka penduduk yang terus naik membuat ruang di kota Paris semakin terbatas, namun Paris tetap merasa untuk menyediakan taman-taman di dalam kota agar Paris tetap asri dan segar meski dihadang laju pembangunan.

Paris adalah kota yang hijau. Dengan kebun dan taman di tengah kota, penduduk Paris bisa datang dan bercengkerama di sana. Dengan 450 taman dan kebun di Paris yang tersebar mulai dari Bois de Boulogne di Barat sampai Bois de Vincennes di Timur (meliputi hampir 30% permukaan kota) membuat Paris menjadi salah satu kota ter hijau di Eropa (Ackerman, Jennifer. (2006). “ De Parken Van Parijs”. National Geographic, 02, Tahun X, 117).

Dari artikel yang berjudul *De Parken van Parijs (Parcs a' Paris)* atau Taman di Paris inilah majalah *National Geographic* mencoba mengangkat bagaimana kehidupan di kota Paris merupakan contoh ideal dari kehidupan modern. Dengan foto-foto karya Amy Toensing yang mengisi artikel ini, dapat

terlihat bagaimana majalah *National Geographic* mengkonstruksi paradigma khalayak bahwa Paris adalah sebuah kota yang maju dan terawat. Padahal menurut penulis, Paris juga memiliki kawasan kumuh (seperti halnya Dharavi) seperti Canal d'Ourcq di pinggiran Paris, namun *National Geographic* tidak mengangkat masalah *slum area* ini ke permukaan. Paris yang digambarkan adalah Paris yang maju dan tetap hijau. Sebenarnya Paris memiliki permasalahan-permasalahan yang bersifat fundamental dan tak teratasi seperti permasalahan pendatang atau imigran yang memenuhi kota Paris. Masalah imigran ini merupakan sebuah konsekuensi yang harus diterima oleh Eropa, karena banyak orang-orang dari Dunia Ketiga (terutama dari daerah konflik) yang mencari suaka atau menyelamatkan diri dengan hijrah ke Eropa yang mereka anggap sebagai tempat yang lebih baik. Dalam kasus Perancis, imigran-imigran ini datang dari negara-negara bekas koloni Perancis di masa lalu seperti Aljazair dan negara Afrika lainnya. Para imigran ini umumnya bekerja di sektor “bawah” dan memiliki kualitas kehidupan yang tidak memadai dan penduduk Paris yang asli Perancis sendiri terlihat apatis terhadap keberadaan kaum imigran ini. Dan umumnya kaum imigran ini tinggal di daerah kumuh seperti Canal d'Ourcq dan Distrik B13, permasalahan dengan kaum imigran ini sangat berpotensi menimbulkan konflik karena kesenjangan sosial yang terjadi, tidak jarang para pendatang ini melakukan demonstrasi menuntut keadilan pada pemerintah Perancis, namun pihak pemerintah tidak begitu menanggapi hal tersebut. Masalah *slum area* di Paris tidak begitu terekspos karena Paris direpresentasikan sebagai pusat mode dan budaya dunia, ditambah lagi dengan potret-potret tentang Paris

yang ada di media membuat Paris seakan-akan menjadi contoh kota ideal. Hal ini berbeda sekali dengan apa yang terjadi di Mumbai.

Dari kedua contoh artikel di atas *National Geographic* terlihat ingin mengaburkan opini *audiens* di dalam melihat bagaimana Dharavi dan Paris dikonstruksikan lewat artikelnya. Barat yang diwakili Paris digambarkan dengan sangat baik di dalam artikel yang berjudul De Parken van Parijs (Parcs a Paris) sementara Timur yang direpresentasikan melalui Dharavi, digambarkan sebagai tempat kumuh dan masih mengalami berbagai ketertinggalan dalam artikel Dharavi : Bayangan Kelam Kota Mumbai. Secara tidak langsung majalah *National Geographic* ingin memberitahukan kepada dunia bahwa Paris (Barat) adalah tempat yang jauh lebih baik dibandingkan Mumbai, meskipun India mengalami kemajuan yang pesat di bidang ekonomi. Hal ini bisa membentuk paradigma pembaca atas konstruksi berita yang ditampilkan majalah *National Geographic*. Padahal masalah *slum area* ini juga mendera kota Paris bahkan New York, tetapi yang ditampilkan, terutama di film film Hollywood adalah Paris dan New York sebagai gambaran sempurna kota Gotham atau Metropolis di dalam benak DC Comics. Barat yaitu Eropa dan Amerika Serikat mungkin sedang mencoba untuk mengaburkan pandangan dunia terhadap India melalui propaganda media, agar dapat tercetak representasi India yang tidak bergerak maju secara ekonomi melainkan masih berkulat dalam kemiskinan. Selama penulis memperhatikan dan mengikuti perkembangan majalah *National Geographic* selama ini, majalah ini hampir selalu menampilkan Asia, Afrika ataupun Amerika Tengah dan Selatan hanya dari satu sisi saja, walaupun ada yang membahas

mengenai kemajuan dan perkembangan dari Dunia Ketiga, selalu disertakan berbagai polemik dan permasalahan yang dihadapi oleh Dunia Ketiga. Berbeda dengan ketika majalah *National Geographic* berbicara mengenai Eropa ataupun Amerika Serikat, Kanada dan Australia, sebagian besar hal yang diulas adalah mengenai hegemoni, kemajuan teknologi dan kejayaan masa lalu. Penulis merasa belum pernah menemui artikel pada majalah ini membahas permasalahan yang ada di Eropa seperti resesi global yang menghantam Eropa pada 2008 silam atau permasalahan kesenjangan sosial serta disintegrasikan antar suku.

Kesenjangan konstruksi berita ini memiliki dampak yang tidak kecil menurut penulis kepada khalayak karena baik secara langsung maupun tidak langsung, hal tersebut dapat mempengaruhi pola pikir khalayak terhadap konstruksi yang ditampilkan majalah *National Geographic*. Contoh bagaimana dampak dari pengkonstruksian media tersebut dapat dilihat pada kutipan berikut ini :

Penggambaran demikian menjadi penting bagi Eropa untuk menentukan strategi-strategi dan cara mengendalikan mereka (orang timur). Stereotipe demikian lumayan berhasil, karena tak sedikit kemudian warga pribumi (non Eropa) merasa dirinya rendah, dan tidak berani melakukan perlawanan. Pikiran mereka telah dihegemoni dan diracuni oleh orang-orang Eropa. (<http://www.english.emory.edu/Bahri/Orientalism.html>, diakses tanggal 29 Maret 2010).

Ada beberapa anggapan miring yang penulis amati mengatakan bahwa isi dari Majalah National Geographic tidak lepas dari usaha Barat untuk mempertahankan hegemoninya dan menahan pergerakan maju Cina, India dan negara Dunia Ketiga lainnya melalui media. Di tambah lagi dengan kekuatan foto-foto yang terdapat didalam artikelnya, semakin menambah kesan bahwa dunia Timur, (dalam hal ini adalah Dharavi) masih jauh tertinggal di belakang Barat (dalam hal ini adalah Paris). Atas dasar inilah mengapa penulis mencoba mengambil majalah National Geographic sebagai obyek penelitian, karena majalah National Geographic merupakan salah satu media cetak atau majalah yang menkonstruksikan Dunia Ketiga secara sepihak. Dalam hal ini, polemik Dharavi sebagai benalu di kota Mumbai (pusat perekonomian India) diangkat National Geographic menjadi isu penting mereka di dalam mengkonstruksi *image* India. Globalisasi, yang menjadi jargon utama pada abad 21 ini memiliki dua bilah mata pisau. Sisi pertama adalah globalisasi merupakan jalan untuk mewujudkan masyarakat global yang sebenarnya, sisi yang lain akan mengatakan bahwa globalisasi adalah alat baru dari kaum kapitalis Barat (Deveroux, 2003:31). Dan media, dalam kasus ini Majalah National Geographic, berperan penting di dalam memuluskan rencana globalisasi tersebut yaitu memproganda pandangan khalayak terhadap kemajuan ekonomi Dunia Ketiga, dalam hal ini melalui Dharavi.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian di dalam latar belakang permasalahan maka permasalahan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

Bagaimana *framing* majalah *National Geographic* dalam membingkai artikel mengenai Dunia Barat yang diwakili Paris dan Dunia Timur yang diwakili Dharavi pada edisi Oktober 2006 dan Mei 2007?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Dengan memperhatikan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui *framing* majalah *National Geographic* terhadap Timur yang direpresentasikan oleh Dharavi pada edisi Mei 2007
2. Mengetahui *framing* majalah *National Geographic* terhadap Barat yang direpresentasikan melalui Paris pada edisi Oktober 2006

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta bahan bacaan di dalam kajian yang berkaitan dengan analisis *framing*.

## 2. Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa mengetahui bagaimana ideologi dan pandangan yang digunakan oleh Majalah *National Geographic* di dalam mengemas sebuah berita.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menyadarkan khalayak bahwa sesuatu yang disampaikan oleh media belum tentu menjadi kebenaran sejati melainkan sebuah hal yang bisa direkonstruksi dan direpresentasikan untuk kepentingan berbagai pihak.



## **E. KERANGKA TEORI**

### **1. Paradigma Konstruksionis**

Paradigma konstruksionisme merupakan paradigma yang memiliki pandangan mengenai bagaimana sebuah realitas dilihat dan dikonstruksi oleh institusi media massa menjadi sebuah berita. Realitas dapat hadir, karena memang realitas tersebut dihadirkan oleh subyektivitas wartawan serta diciptakan melalui konstruksi, sudut pandang, dan opini dari wartawan (Eriyanto, 2002 : 19). Realitas yang sama dapat menjadi berita yang berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas tersebut dipahami oleh wartawan yang juga mempunyai pandangan berbeda pula. Paradigma konstruksionis memandang realitas sosial bukanlah sebagai realitas yang alami melainkan hasil dari konstruksi. Oleh sebab itu, fokus pada paradigam konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Paradigma konstruksionis lebih melihat komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna. Paradigma konstruksionisme cenderung membahas mengenai cara atau proses pembentukan makna seorang individu terhadap realitas yang diketahuinya. Di dalam paradigma konstruksionisme, ada dua karakteristik penting yaitu (Eriyanto, 2002 : 40) :

- a. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang suatu realitas. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang

ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah sesuatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.

- b. Pendekatan konstruksionis memandang komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan ini memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator, dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu dalam menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas.

Paradigma konstruksionisme sangat bertentangan dengan paradigma positivistik, karena keduanya memiliki pengertian yang berbeda dan berlawanan. Paradigma positivistik memandang berita sebagai informasi yang hadir dengan sendirinya, kemudian dihadirkan oleh wartawan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan yang telah terjadi, sebagaimana yang ada di lapangan. Kenyataan tersebut dituliskan kembali dan ditransformasikan melalui berita. Kita dapat melihat perbedaan antara paradigma konstruksionisme dan paradigma positivisme dalam tabel berikut ini (Salim, 1994 : 78) :

**Tabel 1.1**

**Perbedaan Paradigma Positivistik dan Paradigma Konstruksionis (Salim, 1994 : 78)**

	Paradigma Positivistik	Paradigma Konstruksionis
Perbedaan Ontologis	Ada fakta riil yang diatur kaidah-kaidah tertentu yang berlaku secara universal.	Fakta merupakan konstruksi realitas
	Berita merupakan cermin dan refleksi kenyataan	Berita tidak mungkin berasal dari cermin realitas karena bentuk berita yang terbentuk merupakan konstruksi realitas.
Perbedaan Epistemologi	Ada suatu realitas obyektif di luar diri wartawan. Wartawan meliputi realitas yang tersedia dan obyektif.	Realitas bersifat subjektif dan merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan.
	Wartawan membuat jarak dengan objek yang hendak diliput, sehingga bisa tampil obyektif	Wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan realitas. Dan realitas merupakan produk transaksionis antara wartawan dengan objek yang hendak diliput.
	Realitas sebagai hasil liputan wartawan harus bersifat obyektif, dalam arti memberitakan apa 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 Aksiologis	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 : eksplanasi dan menjelaskan apa adanya	Tujuan peliputan dan penulisan berita : rekonstruksi peristiwa secara dialektis antara wartawan dengan peristiwa yang diliput.
Perbedaan Metodologis	Kualitas pemberitaan : liputan dua sisi. Objektif dan kredibel	Kualitas pemberitaan : interaksi antara wartawan dan objek yang diliputnya, intensitas.
	Menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dan 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 yang subjektif dan bahasa selalu menimbulkan penafsiran yang beraneka ragam.

## 2. Definisi Majalah

Majalah merupakan sebuah media komunikasi massa yang tergolong ke dalam media konvensional. Seperti kita ketahui, majalah dan juga surat kabar merupakan media cetak yang sifatnya menyebarkan informasi. Tetapi disini majalah bersifat lebih mendalam terhadap sebuah objek yang diteliti. Jika bentuk media cetak lainnya seperti surat kabar hanya mengangkat berita secara sekilas dan akurat namun hanya di permukaan saja, maka majalah akan meneliti sebuah berita secara mendalam, fokus dan juga akurat. Majalah sebenarnya merupakan salah satu media komunikasi yang tertua, jauh sebelum media elektronik seperti radio dan televisi mengambil alih, majalah menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Dimulai di Inggris pada

abad ke 18, perkembangan majalah selama 200 tahun terakhir terkesan lamban dan tidak banyak perubahan. namun justru disitulah letak kekuatan majalah. Sama seperti buku, majalah memiliki sifat *timeless* yaitu tidak terikat waktu dan bagi beberapa orang dapat menjadi koleksi berharga. Majalah pada masa modern telah berkembang pesat, tidak seperti pada masa lalu di mana majalah menjadi media alternatif surat kabar, majalah pada zaman modern telah menjadi sebuah *lifestyle*, sebuah gaya hidup. Khalayak dapat memilih majalah apa yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dengan banyaknya jumlah majalah yang hadir maka membuat khalayak dapat dengan selektif memilih informasi apa yang ingin mereka dapatkan. Ditambah lagi dengan kehadiran media baru seperti internet, majalah memperluas ekspansinya ke dunia maya dengan menciptakan *online magazine*, sebuah alternatif bagi khalayak. Majalah seperti halnya media cetak lainnya seperti koran dan buku merupakan golongan dari komunikasi massa. Di dalam buku *Converging The Media*, Pavlik dan Mcintosh mengatakan bahwa ada tiga faktor utama dari majalah dan faktor-faktor ini secara tidak langsung membedakan majalah dengan media cetak yang lain seperti halnya surat kabar. Adapun faktor yang pertama adalah majalah menganalisa lebih dalam dan akurat terhadap sebuah berita. Hal ini disebabkan karena majalah mempunyai spesifikasi yang berbeda dibandingkan dengan surat kabar. Jika surat kabar lebih menonjolkan aktual atau tidaknya sebuah berita maka majalah menawarkan analisa mendalam terhadap berita tanpa terikat waktu. Faktor yang kedua adalah majalah diterbitkan secara berkala dengan frekuensi yang teratur, biasanya berbasis mingguan dan bulanan. Dengan adanya frekuensi penerbitan berjangka

waktu ini maka diharapkan kajian dan analisis terhadap sebuah berita dapat lebih akurat dan detail. Tidak seperti surat kabar yang terbit setiap hari dan menampilkan berita terkini namun dengan tingkat akurasi yang belum pasti. Adapun faktor yang ketiga adalah majalah mempunyai kualitas yang berbeda dibandingkan dengan surat kabar. Contohnya adalah kita bisa lihat pada kualitas kertas antara majalah dan surat kabar, majalah dirancang untuk jangka panjang dan tidak sedikit orang menjadikan majalah sebagai koleksi (2004 : 91-92).

Majalah merupakan sebuah media komunikasi massa yang sarat dengan muatan pesan, Majalah National Geographic merupakan salah satu dari sekian banyak majalah yang memiliki oplah mendunia dan mengedepankan kekuatan teks dan gambar di dalam majalahnya. Dan memang disinilah kekuatan sebuah majalah dibandingkan dengan media konvensional lainnya, majalah memberikan banyak opsi kepada pembacanya, seperti *artwork* yang berkualitas, foto-foto yang bagus dan mengandung makna serta berbagai macam iklan yang ditawarkan. Dimana jika kita melihat dari segi ekonomi, hal-hal tersebut adalah faktor krusial bagi kelangsungan hidup sebuah majalah. Hal ini dapat kita lihat pada buku *Media Now* yang ditulis oleh Staubhaart & La Rose :

*As Magazine compete with an even broader array of media that providemany options for readers, they are constantly required to think about what they do best in comparison to other media. Magazine can offer high quality imagery for artwork, photos and advertisements, which remains crucial for industries and readers. And they can offer greater depth than radio, tv or even newspaper, so people interested in an analysis of news and events. (2004 : 87).*

Dengan mengambil contoh majalah National Geographic, kekuatan dan keunikan yang dimiliki National Geographic untuk mengkonstruksi sebuah makna yang pada akhirnya akan menggiring khalayak untuk memaknai sendiri pesan apa yang disampaikan oleh National Geographic. Secara tidak langsung, majalah menggiring paradigma kita terhadap sebuah informasi melalui kekuatan teks dan gambarnya.

Majalah sekarang ada dimana-mana. Secara tidak langsung majalah telah menjadi trend bagi masyarakat kita atau sebagian orang menyebutnya *pop culture*. Menurut buku *Encyclopedia of Communication and Information*, kompetitor bagi majalah adalah televisi, namun majalah dapat mengakali tantangan ini. Terbukti sekarang ini banyak majalah yang memiliki program acara televisi. Ada banyak contoh yang dapat diambil, majalah National Geographic salah satunya. Tidak hanya memiliki program acara televisi, namun juga menjadi kompetitor terdekat Discovery Channel sebagai program ilmu pengetahuan unggulan. kompetitor bagi majalah lainnya adalah internet, media baru ini menjadi media yang diminati banyak khalayak karena praktis dan efisien. Sekali lagi, industri majalah dapat menyikapinya dengan menciptakan majalah online atau disebut *online magazine*. dengan mengambil contoh dua hal diatas, majalah memiliki keuntungan meraih khalayak baru melalui media yang pada awalnya sangat berlawanan dengan majalah. hal ini dapat dilihat pada buku *Encyclopedia of Communication and Information* :

*Magazines are everywhere. They are easily accessible and geared toward all facets of the population. Clearly, the magazine industry has gone through many changes that reflect the evolutions in society and in the technology that is used to produce magazine. However many magazines have already developed a television and a “new media” staff to produce an online version of magazine (2002 : 572).*

Seperti yang disebutkan pada kutipan di atas, industri majalah telah melalui berbagai macam perubahan yang merefleksikan masyarakat itu sendiri. Dan majalah pada saat ini telah mengikuti perkembangan teknologi dengan memiliki berbagai format majalah melintasi berbagai media. Hal ini berarti majalah mempunyai peran di dalam perubahan-perubahan yang terjadi pada masyarakat. Namun seperti halnya media-media informasi lainnya baik media cetak, elektronik maupun media baru, majalah juga merupakan sebuah alat pengkonstruksi pesan, dimana terdapat kepentingan-kepentingan atau pesan yang ingin disampaikan.

### **3.Orientalisme**

Orientalisme adalah tiruan atau penggambaran dari aspek-aspek ke-Timuran yang disajikan oleh penulis, desainer maupun seniman Barat ([http://.national-geographic-magazine.com/jonas\\_bendixen.htm](http://.national-geographic-magazine.com/jonas_bendixen.htm), diakses tanggal 30 Oktober 2009). Orientalisme merupakan kebiasaan yang dibentuk atau diorientasikan



terhadap dunia Timur oleh orang-orang berkulit putih di Eropa dan Amerika Serikat. Dan orientalisme merupakan sebuah prasangka Barat didalam memandang kebudayaan, adat istiadat, sejarah maupun faktor fisik dan ilmu pengetahuan yang dimiliki dunia Timur khususnya dunia Arab dan muslim. Dr. Qasim Assamurai di dalam buku "*Bukti-Bukti Kebohongan Orientalis*" mengutip perkataan dari Ernest Renan, bahwa fanatisme kebangsaan dan kebanggaan rasial yang meliputi Eropa pada masa lalu ditambah lagi dengan luasnya wilayah jajahan Eropa terhadap bangsa kulit berwarna telah menciptakan semacam kecongkakan dan rasa diri lebih unggul pada diri bangsa kulit putih terhadap bangsa kulit berwarna (1996 : 19). Jiwa rasialis seperti inilah yang pada akhirnya menghinggapi paradigma Eropa di dalam memandang bangsa-bangsa yang mereka anggap tertinggal. Adalah Edward Said, seorang orientalis (atau orang yang mempelajari orientalisme) berkebangsaan Palestina yang menjadi salah satu tokoh yang berperan didalam menyebarkan paham orientalisme. Ia menggunakan wacana orientalisme *post colonialism* dalam menulis bukunya pada 1978 silam. Buku yang dianggap kontroversial itu berjudul *Orientalism*. Di dalam menulis bukunya Edward Said menganggap bahwa bangsa-bangsa di negara Dunia Ketiga memiliki derajat lebih rendah dibandingkan Eropa dan Amerika Serikat. Ironisnya Edward Said dibesarkan di Palestina dan Mesir sebelum hijrah ke Amerika Serikat. Dalam bukunya, Edward Said mengatakan bahwa orientalisme merupakan konstelasi dari asumsi palsu dari sikap dunia Barat terhadap Timur Tengah.

Inti dari pemahaman ini adalah ditandai dengan tidak konsistennya prasangka dunia Barat terhadap Arab-Islam. Edward Said juga berargumentasi bahwa gambaran yang digunakan oleh kebudayaan Barat tentang romantisme Asia dan Timur Tengah telah memberikan pembenaran yang implisit kepada pihak kolonialis seperti Eropa dan Amerika Serikat mengenai ambisi penjajahan. Dimaksudkan disini adalah rasa superior yang mereka miliki membuat mereka berambisi untuk menjajah suku bangsa yang dianggap lebih rendah dibanding mereka. Bahkan secara kasar Edward Said mengatakan bahwa sejujurnya Amerika Serikat memandang Arab dan Islam hanya sebagai penyuplai minyak dunia dan juga tempat berkembangnya teroris. Edward Said sepertinya ingin menyebarkan paham bahwa orientalisme merupakan kebenaran yang harus diketahui oleh masyarakat Barat. Definisi dari orientalisme menurut Edward Said sendiri adalah “*the Orient was almost a European invention, and had been since antiquity a place of romance, exotic beings, haunting memories and landscapes, remarkable experiences*” (1978 : 1). makna dari kata tersebut adalah orientalisme dapat dianggap sebagai sejenis penemuan oleh bangsa Eropa yang sejak dulu telah menjadi sebuah wadah romantisme, seperti keberadaan yang eksotis, kenangan yang sangat membekas dan pengalaman yang sangat luar biasa. Maksudnya adalah Said secara eksplisit menyebut bahwa paham orientalisme itu sendiri telah muncul ketika Eropa memasuki masa-masa penjelajahan. Penjelajahan yang berujung pada penjajahan tersebut mengusung jargon *gold, gospel, and glory*, dimana secara tidak langsung hal tersebut menjadi awal mula dari paham orientalisme itu sendiri. Akibat dari penjajahan dunia Barat tersebut sekaligus

mengintervensi kebudayaan-kebudayaan yang sebelumnya belum tersentuh dunia Barat seperti Maya dan Aztek di Amerika Latin. Dan Eropa menanamkan idiom bahwa mereka adalah bangsa yang lebih unggul dan lebih baik dibandingkan bangsa yang lainnya. Meskipun pemahaman orientalisme pada masa modern ini telah berbeda namun inti dari pengertian yang menganggap bahwa Barat itu lebih baik daripada Timur tetap tertanam hingga kini. Buku berjudul *Orientalism* yang ditulis oleh Edward Said ini merupakan sebuah buku kontroversial yang pada awalnya lebih menekankan pada paradigma bahwa Barat lebih superior dibanding Arab maupun Islam. Namun seiring berjalannya waktu, pemahaman mengenai orientalisme itu sendiri meluas ke Afrika, Amerika Latin dan Asia secara keseluruhan yang dianggap miskin dan terbelakang.

Patrick Williams dan Laura Chrisman dalam bukunya yang berjudul *From Orientalism : Colonial Discourse and Post-colonial Theory* mengatakan bahwa penyimpangan konstruksi tentang dunia Timur sangatlah mungkin karena hubungan antara oksidentalisme (paham atau orang yang mempelajari kebudayaan Barat) dan orientalisme tidak sejajar. Dalam *statement* Edward Said yang dikutip di dalam buku karya Williams dan Chrisman, ia berpandangan bahwa orientalisme seharusnya dipahami sebagai hubungan yang tidak seimbang antara satu kekuatan besar dengan kekuatan yang lebih lemah. Dalam kasus ini adalah Eropa sebagai kekuatan besar dan Dunia Ketiga sebagai kekuatan yang lebih lemah. Williams dan Chrisman berpendapat bahwa Said bermaksud mengatakan bahwa kebudayaan Barat dan Timur tidak sederajat sehingga terjadi ketidakcocokan

asimilasi budaya. Hal ini termasuk menggambarkan mengenai *image* Barat memandang orientalisme dari segi fisik yang inferior.

*Said underscores that the discursive construction of the East is possible because the relationship between Occident and Orient is an asymmetrical one, a relationship of power, of domination, of varying degrees of a complex hegemony. Orientalism must be understood in relation to the imbalance of power, in this case, that which has existed between Europe and the rest of the world for the last few centuries (Williams & Chrisman, 1993: 132)*

Trend orientalisme juga menjadi hal yang diperhatikan pada dunia seni dan budaya di Amerika Serikat pada pertengahan abad 19 hingga awal abad ke 20. Adalah Mari Yoshihara yang mengangkat topik orientalisme di mata perempuan Amerika dalam bukunya yang berjudul *Embracing The East : White Women and American Orientalism* (2003). Di dalam bukunya ini Mari-san mengangkat fakta-fakta mengenai bagaimana pandangan dan pendekatan yang dilakukan oleh perempuan terpelajar Amerika mengenai budaya orientalisme terutama Jepang dan Cina. Fakta yang dapat diambil dari buku tersebut adalah kesenian dan kebudayaan dari Asia sangat menarik perhatian perempuan-perempuan Amerika Serikat dan bagi mereka yang berkecimpung di bidang seni, eksotisme Asia seakan-akan menjadi daya tarik imajinasi tersendiri di dalam menghasilkan karya-karya mereka. Namun sayangnya, apa yang ditampilkan oleh seniman-seniman perempuan Amerika ini lebih bersifat rasisme dan isu gender (yang menjadi topik utama). Pada satu sisi, mereka mencoba memperkenalkan budaya Asia kepada Amerika Serikat. Bahkan tidak sedikit yang mencoba berbisnis dan berinvestasi

dengan media seni dan budaya orientalisme. Namun di sisi lain, apa yang mereka tampilkan atau mereka hadirkan kepada khalayak di Amerika Serikat bersifat menyudutkan dan menganggap bahwa budaya orientalisme (dalam hal ini Jepang dan Cina) tidak setinggi budaya mereka sendiri. Hanya sisi eksotisme saja yang ditampilkan kepada khalayak Amerika. Hal ini dapat dilihat dalam kutipan berikut ini :

*Both these social conditions and the gendered nature of artistic production—where women artists were compelled and geared to focus on “feminine” themes of women and children—shaped the two artists’ portrayals of Asia in their works. On the one hand, they both depicted Asian subjects and scenes with warmth and sympathy and produced visual iconography for the mythic and folkloric Asia for the American audience. On the other hand, their work also inherited and reproduced the racialized and gendered language of popular Orientalism, creating exotic, feminized archetypes of Asia. (Yoshihara, 2003 : 77)*

Orientalisme ini pada masa sekarang cenderung mengarah pada pembentukan paradigma yang mendiskreditkan dunia Timur, contoh ringan yang dapat kita lihat adalah pada film India berjudul *Slumdog Millionaire* yang diproduksi oleh Inggris. Film ini sarat dengan nilai propaganda, dimana meski kemajuan India tetap ditampilkan namun film ini lebih menampilkan Dharavi dan sisi kelamnya ketimbang kemajuan yang dicapai Mumbai. Dharavi yang menjadi obyek penelitian penulis juga disinggung di dalam film ini. Trend orientalisme ini juga menggejala tidak hanya di Eropa atau Amerika Utara saja, jika dilihat berdasarkan situasi terkini maka dapat terlihat bahwa orang-orang di Asia,

khususnya penulis dan seniman yang berasal India, China dan Jepang terpengaruh oleh budaya Barat. Perbedaannya adalah terjadi penyimpangan makna dimana budaya Barat dipandang lebih tinggi daripada budaya Timur. Seperti yang ada pada novel *The Inheritance Loss*, karya Kiran Desai. Seorang perempuan India yang besar di Amerika. Ia menulis sebuah novel yang menjadi pemenang *Man Booker Prize for Fiction 2006*. Dalam novelnya ia menceritakan bagaimana Biju, anak seorang juru masak di daerah Kanjenchunga (Himalaya), mengadu nasib ke Amerika Serikat. Dan dapat terlihat dengan jelas Kiran melukiskan India sebagai negara yang jauh tertinggal bila dibandingkan dengan Amerika seperti yang dikutip melalui perkataan Biju yaitu “Oh Amerika Serikat, negeri yang sangat indah, dan penduduknya adalah orang-orang yang paling menyenangkan (Desai, 2006 : 204)”. Pada akhirnya Edward Said mengatakan dalam bukunya bahwa hasil dari orientalisme itu sendiri telah menjadi semacam konsensus. “*Orientalism can thus be regarded as a manner of regularized (or Orientalized) writing, vision, and study, dominated by imperatives, perspectives, and ideological biases ostensibly suited to the Orient*” (Said, 1978 : 202). Artinya adalah orientalisme bisa dijadikan sebagai semacam peraturan mengenai penulisan, visi, dan pembelajaran yang didominasi oleh imperatif, perspektif, dan bias ideologis yang dibuat seolah-olah cocok dengan Timur. Hal ini seolah-olah mengkonstruksikan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan orientalisme memiliki bentuk yang harus dipahami oleh orang yang mempelajarinya. Dan kesenjangan dari orientalisme tersebut akan membuat dunia Barat dan dunia Timur tetap tidak akan berada pada sisi yang sama.

#### 4. Konstruksi Realitas Sosial

Menurut Peter L. Berger, konstruksi realitas tidaklah terbentuk secara ilmiah melainkan terbentuk dari konstruksi dan penafsiran manusia. Maksudnya adalah individu menciptakan secara berkelanjutan mengenai sebuah realitas yang dialami dan dimiliki secara subyektif. Dalam konstruksi realitas, bahasa menjadi unsur yang paling utama. Sebuah realitas akan dapat tergambar melalui bahasa sebagai instrument pokok dan bahasa akan bercerita tentang sebuah realitas. Berger bersama Thomas Luckman membuat konsep konstruksi yang mengemukakan bahwa tugas sosiologi adalah menekuni *social construction reality analysis* atau analisis pembentukan kenyataan oleh masyarakat (1990 : 4). Berger juga mengungkapkan bahwa kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna yang subyektif bagi mereka sebagai suatu dunia yang koheren (1990 : 28). Bagi Berger, realitas tidak terbentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang telah ditakdirkan. Akan tetapi realitas terjadi karena dibentuk dan dikonstruksi dan dibentuk oleh manusia. Adapun konstruksi sosial menunjukkan bahwa terjadi kesepakatan arti atau makna dalam masyarakat ketika memandang suatu realitas. Hubungan antara konstruksi sosial dan konstruksi realitas menjadi bagian utama untuk mengetahui bagaimana memahami realitas yang menjadi pesan kepada khalayak atau publik.

Setiap individu mempunyai penafsiran yang berbeda-beda mengenai realitas. Berger berpendapat bahwa konstruksi dibagi atas tiga bagian yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

#### 4.a Eksternalisasi :

Eksternalisasi merupakan usaha-usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia. Baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik.

#### 4.b Objektivasi :

yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dan hasil kegiatan eksternalisasi manusia tersebut.

#### 4.c Internalisasi :

Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran manusia sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Proses konstruksi realitas dapat dimulai ketika seorang yang boleh disebut sebagai konstruktor melakukan sebuah objektivasi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Selanjutnya, hasil dari pemaknaan melalui proses persepsi itu diinternalisasikan ke dalam diri seorang konstruktor tersebut. Pada tahap inilah dilakukan konseptualisasi atau yang disebut penerjemahan terhadap obyek yang dipersepsi. Pada langkah terakhir, seorang konstruktor melakukan eksternalisasi atas hasil dari proses perenungan secara internal tadi dengan melalui pernyataan-pernyataan. Alat yang digunakan untuk membuat pernyataan-pernyataan tersebut disebut sebagai kata-kata, konsep dan bahasa.



Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksikannya ke dalam dunia realitas dan memantapkan realitas itu berdasarkan subjektifitas individu lain di dalam intuisi sosialnya. Berger dan Luckman menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya di mana individu secara intens menciptakan sesuatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Berger dan Luckman memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang memiliki keberadaan dan tidak tergantung terhadap kehendak sendiri (Dalam Bungin, 2001 ; 10) yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung pada kepastian bahwa realitas itu nyata dan memiliki karakter secara spesifik. Dan sebuah konstruksi sosial pada era sekarang merupakan peliputan semangat historis baru, produk kultural baru mengenai dunia yang digambarkan dengan modernitas.

## **5. Konstruksi Realitas Media**

Realitas tidak dibentuk secara alamiah, realitas terjadi karena dibentuk dan dikonstruksi dan media mempunyai peran yang sangat penting dalam membentuk dan mengkonstruksikan realitas. Ibnu Hamad dalam bukunya yang berjudul *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa* menjabarkan bahwa konstruksi realitas , prinsipnya adalah menceritakan (konseptualisasi) sebuah

peristiwa atau keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas (2004 : 11). Dapat dikatakan bahwa menurut Hamad, proses konstruksi realitas berkaitan erat dengan media massa karena pekerjaan media massa sendiri adalah menceritakan peristiwa-peristiwa. Dan peristiwa-peristiwa yang diberitakan tersebut biasanya dikonstruksikan sesuai dengan keinginan media tersebut. Jadi bisa disimpulkan bahwa berita atau peristiwa yang disampaikan oleh atau melalui media adalah realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk wacana yang bermakna. Ibnu Hamad di dalam bukunya berpendapat bahwa terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan oleh pekerja media, khususnya oleh para komunikator massa di dalam melakukan konstruksi realitas, termasuk realitas politik. Namun untuk catatan, menurut Dennis Quail terdapat perbedaan pengertian antara pekerja media dan komunikator massa. Quail mengatakan bahwa pekerja media adalah orang yang bekerja pada sebuah organisasi media dan komunikator massa adalah sejumlah orang dari pekerja media yang bertanggung jawab atas editorial (Dalam Hamad, 2004 : 16).

Adapun ketiga tindakan menurut Hamad yang penulis ambil intisarinya adalah :

- a. Melakukan pemilihan kata atau simbol (2004 : 16), yang maksudnya adalah ketika media massa melaporkan sebuah peristiwa atau realitas yang terjadi, media massa cenderung menginterpretasikan (mengkonstruksikan) pesan-pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak melalui permainan kata, gambar maupun simbol.

- b. Melakukan pembingkai atau *framing*, yang menurut Hamad berarti peristiwa yang panjang, lebar, dan rumit, coba disederhanakan oleh pekerja media melalui mekanisme pembingkai (atau *framing*) fakta-fakta dalam bentuk berita sehingga layak terbit. Dan komunikator massa seringkali hanya menyoroti hal-hal yang penting saja. (2004 : 21).
- c. Menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa atau fungsi agenda *setting* (2004 : 23), yang artinya adalah pola *exposure* terhadap sebuah realitas atau peristiwa akan menentukan tingkat perhatian khalayak pada realitas tersebut. Semakin besar perhatian media terhadap sebuah realitas maka semakin besar pula perhatian khalayak, sehingga pesan pengkonstruksian dapat disampaikan dengan maksimal.

Dapat dilihat bagaimana media mampu mendefinisikan sebuah realitas yang nantinya akan dimengerti dan diinterpretasikan oleh khalayak. Dalam hal ini para pelaku media mempunyai andil yang besar di dalam pendefinisian realitas. Wartawan atau pekerja media dan komunikator massa sebagai *editor* membingkai realitas dengan pilihan kata-kata, pembingkai berita dan melakukan agenda *setting* yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana fakta dipahami dan dimaknai. Dapat diambil kesimpulan bahwa media massa memaknai peristiwa yang diangkat menjadi seperangkat fakta yang nantinya akan dikemas menjadi berita. Media merupakan bagian dari masyarakat, yang selalu membaur melalui informasi yang disajikannya. Pada satu sisi, media memiliki kekuasaan berupa

otoritas dalam memilih narasumber dalam keberpihakannya pada hal atau pihak tertentu. Pada akhirnya baik secara tidak langsung maupun tidak langsung, otoritas yang dimiliki media ini dapat menciptakan hegemoni sebagai paradigma yang dianut dan dipercaya khalayak sehingga media disebut memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas sosial. Konstruksi realitas yang digunakan di media mempunyai efek yang mengkhawatirkan, hal ini disebabkan karena realitas yang digambarkan oleh media dipahami secara terkotak-kotak. Oleh sebab itu sulit ditemukan esensi dari realitas yang sesungguhnya. Semua ini berhubungan dengan bagaimana proses terjadinya pemilihan sebuah peristiwa dan hal ini mengarahkan khalayak kepada bagian-bagian tertentu dari sebuah peristiwa. Akibatnya adalah akan terdapat beberapa fakta yang dihilangkan dari realitas yang sesungguhnya. Menurut Tuchman, fakta diproduksi dan ditampilkan secara simbolik, maka realitas tergantung pada bagaimana realitas tersebut dilihat dan dikonstruksikan.

Disebabkan sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya tak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita (dalam Sobur, 2001 : 88)

Contohnya dapat dilihat dalam penelitian penulis, majalah *National Geographic* merupakan majalah dengan skala global, peta distribusinya tersebar di seluruh dunia dan majalah ini berasal dari Amerika Serikat. Dharavi adalah

kawasan kumuh yang terletak di tengah kota Mumbai, sedangkan kota Mumbai sendiri merupakan kota utama bagi perekonomian India. India mengalami kemajuan pesat di bidang ekonomi dan bukan tidak mungkin dalam waktu beberapa tahun dari sekarang, negara-negara miskin akan memilih bergantung pada India daripada kepada Amerika Serikat dan Eropa. Majalah *National Geographic* mencoba mengaburkan kemajuan yang dialami India dengan menampilkan berita-berita yang membuat persepsi khalayak akan menjadi negatif di dalam menanggapi kemajuan India. Sedangkan sebaliknya, Eropa yang diwakili Paris dalam majalah *National Geographic* ditampilkan dengan keindahan sedemikian rupa, padahal Paris memiliki masalah hampir serupa dengan yang dihadapi Mumbai, hal ini terjadi karena Paris merupakan salah satu simbol hegemoni Barat. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh seorang peneliti yang bernama Noam Chomsky (ia melakukan penelitian yang berhubungan dengan orientalisme), Chomsky mengatakan bahwa “media barat telah terbiasa dan sengaja menggunakan istilah-istilah yang memutarbalikkan fakta (Dalam Hamad, 2004 : 14).

Dengan mengerti bagaimana strategi sebuah media di dalam mengkonstruksi realitas, kita akan memahami bagaimana media melakukan upaya untuk menanamkan realitas yang telah dirancang sedemikian rupa dan seringkali berlawanan dengan realitas yang sesungguhnya karena terdapat beberapa fakta yang dipilih untuk ditampilkan kemudian dimaknai oleh khalayak. Wartawan sebagai pekerja media dan komunikator massa sebagai pihak editorial mempunyai peran penting dalam proses penyajian sebuah realitas ke dalam bentuk berita.

Sebuah kejadian mungkin saja diberitakan secara berbeda antara media satu dan yang lainnya, hal ini disebabkan karena realitas diinterpretasikan secara berbeda-beda sesuai dengan kepentingan dan ideologi masing-masing media. Karena itulah suatu realitas yang sama berpotensi untuk disajikan secara berbeda oleh berbagai media .

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan perangkat analisis framing. Analisis framing adalah metode analisis teks yang tergolong dalam penelitian konstruksionis. Paradigma konstruksionis memiliki pandangan bahwa realitas sosial bukanlah sebuah realitas yang alami dan apa adanya, namun merupakan hasil dari konstruksi dari wartawan. Oleh karena itu, analisis framing bertujuan untuk menemukan cara bagaimana sebuah realitas dikonstruksi oleh media massa dan melalui cara yang bagaimana konstruksi realitas tersebut dibentuk. Apabila diperhatikan, proses framing atas sebuah peristiwa realitas tergantung pada bagaimana kinerja wartawan dan kebijakan redaksional dalam mengkonstruksi sebuah realitas. Adapun analisis framing sebenarnya merupakan sebuah versi yang baru dari analisis wacana, terutama mengenai analisis teks media.

Gagasan mengenai framing, pertama kali dikemukakan oleh Beterson pada tahun 1955 yang dimaknai sebagai perangkat kepercayaan untuk mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan pula kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Kemudian, memandang bahwa *frame* merupakan kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) untuk membimbing individu dalam membaca realitas yang ada (Sudibyo dalam Sobur, 2006 : 161).

Di dalam analisis framing, terdapat beberapa ahli komunikasi yang mengkaji mengenai framing, antara lain adalah William A. Gamson, Andre Modigliani, Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki serta Robert N Entman. Menurut Gamson dan Modigliani, framing adalah suatu cara bercerita atau kumpulan dari gugusan ide yang telah terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna yang berasal dari peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana tertentu. Adapun menurut Pan dan Kosicki, framing adalah suatu strategi konstruksi dan bagaimana cara memproses pembuatan berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan menghubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002 : 67-68). Adapun menurut Entman, framing digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media (Eriyanto, 2002 : 186). Pada kenyataannya framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Semua aspek isu tersebut digunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan mudah diingat oleh khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita (2002 : 187). Cara pandang atau yang disebut sebagai perspektif tersebut akan menentukan fakta apa yang dapat diambil sehingga layak dijadikan sebuah berita, lalu akan ditentukan pula bagian mana yang akan ditampilkan lalu ditentukan juga ke arah mana berita tersebut nantinya.



Majalah National Geographic merupakan sarana media komunikasi yang digunakan oleh negara Barat sebagai alat propaganda untuk menyamarkan citra Dunia Ketiga, dalam hal ini India yang sedang bergerak maju menekan dominasi negara Barat. Melalui kolonialisme jenis baru inilah Barat mencoba meracuni paradigma dunia dengan merepresentasikan kota Mumbai yang belum bisa lepas dari kemiskinan. Dharavi menjadi simbol bagi majalah National Geographic untuk menjatuhkan citra Mumbai yang sedang dalam proses menuju level kota megapolitan. Selain itu citra kota Paris ditampilkan dengan elegan dan modern. Hal ini membentuk paradigma khalayak bahwa dunia Barat lebih maju dan lebih beradab daripada Dunia Ketiga. Seperti yang diungkapkan oleh Kyong Kim (dalam Griffin, 2003: 362):

*Information delivered by mass media is no longer information. It is commodity saturated by fantasized themes. Mass audiences are nothing more than consumers of such commodities. One should not forget that, unlike nature, the media's reality is always political. The mass signification arising in response to signs pouring from the mass media is not a natural process. Rather it is an artificial effect calculated and induced by the mass media to achieve something else (Kyong Kim dalam Griffin, 2003 : 362).*

Dapat kita lihat bahwa Kyong Kim berpendapat bahwa informasi yang diberikan media massa saat ini bukanlah sebuah informasi lagi. Informasi merupakan sebuah hal yang telah direkonstruksi dan khalayak tidak lebih dari sekedar penikmat dari informasi yang disajikan. Tentu saja isi dari informasi yang disampaikan tidak akan pernah murni karena selalu ada unsur politik yang terdapat didalam informasi tersebut. Dengan meneliti fenomena Dharavi dan Paris

inilah, penulis mencoba menerapkan teori Gamson dan Modigliani ke dalam bentuk penelitian ini.

## **2. Obyek Penelitian**

Obyek didalam penelitian kali ini adalah majalah dengan sirkulasi mendunia yaitu majalah National Geographic. Sedangkan edisi yang oleh penulis dijadikan sebagai obyek penelitian adalah majalah National Geographic edisi Oktober 2006 dan Mei 2007.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

### **a). Dokumentasi**

Di dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode dokumentasi untuk melengkapi teknik pengumpulan data. Oleh karena itu penulis melakukan studi dokumentasi dimana bahan-bahan dokumentasi didapat dari majalah National Geographic edisi Oktober 2006 dan Mei 2007, ataupun data dari redaksi majalah National Geographic yang didapat dari situs resminya. Data juga didapat dari observasi dan semua hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **b). Studi Pustaka**

Disamping melakukan penelitian dengan teknik dokumentasi, peneliti juga menggunakan studi pustaka. Menurut Fajar Junaedi, studi pustaka dilakukan dengan cara mencari data atau informasi melalui buku-buku referensi, jurnal ilmiah dan bahan bahan lainnya yang terkait dengan penelitian ini (2007:31). Tujuan dari peneliti menyertakan studi pustaka adalah untuk melengkapi penelitian dengan teknik dokumentasi sebagai penguat dalam analisis.

#### 4. Teknik Analisis Data

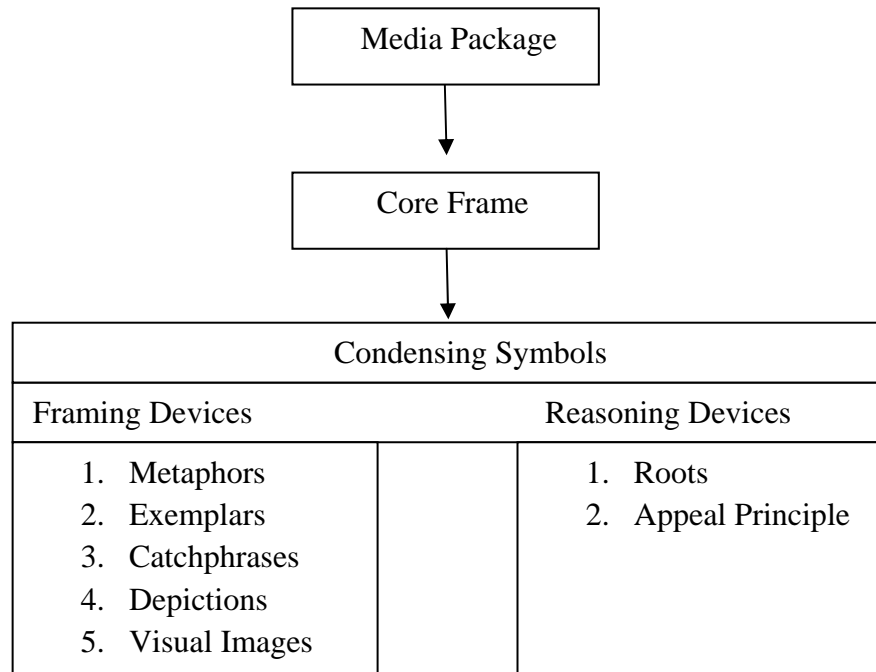
Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis *framing* atau sering disebut juga sebagai pembingkai. *Framing* adalah salah satu cara yang digunakan untuk menganalisis bagaimana sebuah fakta atau realitas dibingkai dan dikonstruksi oleh media. *Framing* dijalankan oleh media dengan mengambil beberapa fakta dan mengabaikan fakta yang lain dalam membingkai sebuah realitas, tentunya dengan strategi tertentu untuk menyampaikan beberapa pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Hal ini juga tergantung pada bagaimana wartawan memahami dan memaknai suatu peristiwa atau realitas untuk kemudian dikonstruksi dan disajikan dalam bentuk berita. Adapun tujuan dari analisis *framing* sendiri adalah mengungkap dan melihat bagaimana suatu realitas atau peristiwa dikonstruksi dan disajikan dalam bentuk berita.

Penulis memilih analisis *framing* karena teknik ini mendukung penulis untuk mengetahui dan membongkar faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi majalah *National Geographic* dalam membingkai konstruksi tentang dunia Barat dan Timur dalam pemberitaannya. Dalam penelitian yang penulis lakukan adalah antara Dharavi, Mumbai (India) dan Paris (Perancis). Dari beberapa teknik analisis *framing* yang ada, penulis memilih analisis *framing* yang digunakan oleh William A. Gamson dan Andre Modigliani. Model analisis yang dikembangkan oleh Gamson dan Modigliani ini memiliki perangkat *framing* yang sesuai untuk memaparkan konstruksi realitas media massa, dalam hal ini adalah majalah *National Geographic* yang dimiliki oleh Amerika Serikat.

Dalam formulasi yang dibuat oleh Gamson dan Modigliani, *frame* dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Gamson melihat wacana media (khususnya berita) terdiri atas sejumlah kemasan (*package*) melalui mana konstruksi atas sebuah peristiwa dibentuk (Eriyanto, 2002 : 223).

Menurut Gamson, wacana media dan berita terdiri dari sejumlah kemasan atau *packages* di mana sebuah konstruksi dari peristiwa dapat dibentuk. Dan yang dimaksudkan dengan kemasan adalah sebuah struktur pemahaman yang digunakan oleh media atau individu untuk membingkai pesan-pesan yang ingin disampaikan. Keberadaan suatu *package* dapat diketahui melalui gagasan sentral yang dilengkapi dengan perangkat wacana seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu atau preposisi dan sebagainya. Model *framing* yang dikembangkan oleh Gamson dan Modigliani ini didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media, yaitu berita dan artikel, yang terdiri dari *package interpretative* yang mengandung konstruksi makna tertentu (Sobur, 2001 : 176). Analisis *framing* yang dikembangkan oleh Gamson dan Modigliani dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 1.1 : Skema *Framing* Gamson dan Modigliani (Sobur, 2001 : 177)**



Rumusan yang digambarkan oleh Gamson dan Modigliani ini terdiri dari dua struktur yaitu *core frame* dan *condensing symbol*. *Core frames* atau gagasan sentral merupakan elemen-elemen inti yang memberikan pemahaman yang relevan terhadap sebuah realitas atau peristiwa dan mengarahkan kepada makna isu. Sementara *condensing symbol* merupakan pencerminan terhadap interaksi perangkat simbolik yang terdiri dari *framing devices* dan *reasoning devices*. Menurut Sobur, simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain (2001 : 178). Adapun *framing devices* yang disebutkan diatas mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depictions*, dan *visual images*. Sementara *reasoning devices* menemukan aspek pembenaran

terhadap cara melihat isu, yakni *roots*, *appeals to principle* dan *consequences*.

Adapun penjelasannya dapat dilihat di bawah ini (Eriyanto, 2002 : 225) :

1. *Metaphors* yaitu perumpamaan atau pengandaian.
2. *Catchphrases* yaitu frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.
3. *Exemplars* yaitu mengaitkan bingkai dengan contoh uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.
4. *Depictions* yaitu penggambaran atau pelukisan suatu isu yang konotatif. *Depiction* ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.
5. *Visual Images* yaitu gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.
6. *Roots* yaitu analisis kausal atau sebab akibat.
7. *Appeal to Principle* yaitu premis dasar atau klaim-klaim moral.
8. *Consequences* yaitu efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.

Teks dan foto-foto yang ada dalam artikel Dharavi : Bayangan Kelam Kota Mumbai dan De Parken van Parijs dimaksudkan untuk menumbuhkan *image* yang dapat membangun paradigma khalayak, terutama yang berada di Eropa dan Amerika Utara agar citra Dunia Ketiga yang direpresentasikan melalui India dapat dikonstruksi. Untuk mendapatkan data analisis ini maka penulis menggunakan pendekatan analisis framing dengan model Gamson dan Modigliani. Dengan menggunakan konsep inilah penulis mencoba untuk merepresentasikan Dharavi dan Paris didalam pandangan majalah National Geographic. Dan dari sudut

pandang Majalah National Geographic, penulis mencoba untuk menguak bagaimana paradigma Barat yang diwakilkan oleh Majalah National Geographic terhadap Dunia Ketiga yang diwakili Dharavi serta Dunia Barat yang diwakili oleh Paris, dari segi kultur, politik dan ekonomi.



## **5. Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan pada penelitian ini dimulai dari BAB 1 yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi Penelitian serta kerangka Teori sebagai tahap permulaan dari penelitian ini. Selanjutnya BAB II akan membahas mengenai gambaran umum obyek yang akan diteliti. Kemudian pada BAB III, penulis akan memaparkan temuan data dan kemudian diolah serta dianalisis. Pada akhir penelitian yaitu BAB IV atau bab penutup yang akan menjelaskan paparan kesimpulan dan saran dari peneliti sebagai hasil temuan dari analisis data.