

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kegiatan komunikasi merupakan kegiatan vital yang dilakukan oleh semua pihak baik bagi kalangan pemerintahan, bisnis, ataupun organisasi kemasyarakatan. Kegiatan komunikasi selalu terjadi di berbagai konteks kehidupan manusia mulai dari kegiatan politik, ekonomi, budaya, keagamaan dan aktivitas kehidupan manusia lain, baik itu berupa interaksi antar individu maupun interaksi antar kelompok secara lokal, nasional dan internasional. Kegiatan komunikasi tersebut bisa dilakukan setiap orang atau kelompok dengan interaksi secara langsung atau melalui media massa, seperti surat kabar, guna mencapai berbagai macam tujuan yang menjadi kebutuhannya.

Surat kabar mempunyai fungsi sebagai pemberi informasi kepada masyarakat dan juga sebagai sebuah lembaga yang memiliki sebuah ideologi serta kepentingan ekonomi. Hal ini yang kemudian membuat peranan sebuah surat kabar dalam mengkonstruksi suatu peristiwa menjadi signifikan dalam pembentukan realitas sosial.

Pada era Orde Baru, jika kita melihat kembali halaman-halaman surat kabar serta wacana media, maka kemungkinan besar kita akan melihat bahwa “pembangunan” merupakan sesuatu yang kerap disebut sebagai ideologi penting pada

dengan sebutan “pers pembangunan”. Pada saat itu pers kita memang merupakan jembatan bagi masyarakat Indonesia dengan Pemerintahan Orde Baru.

Kelemahan utama pers pada saat itu adalah berada di dalam kondisi yang terbelenggu, sehingga kebebasan pers tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Ideologi suatu masyarakat seringkali hanya merupakan ideologi sekelompok masyarakat atau elite tertentu atau penguasa yang ada dalam masyarakat tersebut. Hal ini pada akhirnya berdampak pada pemberitaan yang muncul di berbagai surat kabar. Hal ini sepertinya juga memberi pengertian bahwa cara subjektivitas normatif, yaitu yang membangun pandangan atau persepsi berdasarkan asumsi-asumsi ideologis, akan menjadi sangat potensial untuk gagal melihat realitas yang sesungguhnya terjadi, atau bahkan terkesan seperti menutup mata dan bersikap tidak mau tahu tentang realitas yang sesungguhnya terjadi. Sebagai ilustrasi, mungkin kita dapat melihat ada banyaknya kasus pemerkosaan di Aceh yang dilakukan oleh oknum tentara, namun tidak ada penyelesaian secara hukum. Dan kasus-kasus pemerkosaan ini tidak terangkat dalam pemberitaan media (Tim Kontras, 2005).

Namun demikian, berbeda halnya ketika rezim Soeharto di era Orde Baru mulai runtuh, berita-berita yang sebelumnya dianggap tabu untuk diberitakan menjadi topik yang sangat menarik untuk diangkat menjadi sebuah berita utama. Oleh sebab itu, maka dapat dikatakan bahwa pada rezim Soeharto media sepertinya menampilkan kontradiksi yang terjadi di seputar pemerintahan dengan cara yang *subtle* yang disertai dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang metaforis, sedangkan pada masa sesudahnya hingga sekarang khalayak mulai terbiasa membaca pemberitaan dengan

..... yang harus menangani berbagai hal yang kontradiktif (Suhur, 2002: 150)

Berangkat dari sini, dapat dikatakan bahwa sebuah surat kabar dalam memberitakan sebuah peristiwa juga akan mengikuti kecenderungan *trend* yang ada. Konsep “pers pembangunan” mulai mengalami pergeseran yang cukup drastis ketika era Reformasi mulai muncul. Informasi-informasi yang diberikan oleh surat kabar pun menjadi lebih lugas, serta tidak jarang berkesan *sarcastic*. Hal ini kemudian juga ditunjang dengan kemajuan teknologi komunikasi yang berkembang pesat dalam lima dekade terakhir. Selain itu, kondisi politik, ekonomi, sosial dan budaya akan amat mempengaruhi isi berita yang akan disampaikan oleh sebuah surat kabar.

Berita akan selalu muncul dalam benak manusia; ia adalah sesuatu yang diserap setelah terjadi sebuah peristiwa. Berita merupakan sebuah upaya untuk merekonstruksi kerangka inti peristiwa tersebut. Peristiwa yang sama dapat diberi bingkai yang berbeda. Bingkai adalah ‘skenario’ yang kita tulis untuk meletakkan setiap peristiwa dalam alur cerita yang runtut. Dalam hal ini, tentunya surat kabar akan berperan dalam mengemas sebuah peristiwa ke dalam sebuah ‘skenario’. Adanya pengemasan berita yang berbeda dari suatu peristiwa yang sama ini sering terjadi, karena berbagai faktor, seperti : cara pandang wartawan dan redaktur sebagai pengolah berita, dan juga kepentingan, tujuan dan sasaran dari surat kabar itu sendiri, serta adanya kebebasan berkreativitas untuk membingkai suatu peristiwa (kebebasan pers).

Pengelolaan filosofi kebebasan pers dan berekspresi ini tidak dapat dipisahkan dengan perlindungan terhadap kepentingan publik, terkadang dua sisi ini bisa saling berbenturan kepentingan. Apalagi gugatan terhadap pers tiba-tiba marak belakangan

..... (S. J. ...)

tidak sesuai dengan fakta, hal ini diikuti dengan tuntutan hukum. Disinilah peran dari kode etik pers dan Undang-Undang Pers nampak untuk menjembatani kepentingan dari dua sisi yang berbeda ini.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dapat dilihat suatu hal menarik ketika terdengar sebuah berita di televisi bahwa pada tanggal 22 Desember 2004, Risang Bima Wijaya SH, mantan Pemimpin Umum atau General Manajer Surat Kabar Harian (SKH) Radar Jogja, Jawa Pos, divonis 9 bulan penjara oleh Pengadilan Negeri (PN) Sleman terkait kasus pencemaran nama baik. Peristiwa ini kemudian menjadi bahan pemberitaan utama di beberapa surat kabar pada keesokan harinya.

Surat kabar Kedaulatan Rakyat (KR) dan Radar Jogja sebagai media massa daerah adalah suatu media harian umum yang isi beritanya terdiri dari antara lain berita politik, kriminal, kesehatan, juga memuat berita menyangkut peristiwa divonisnya Risang Bima Wijaya SH selama 9 bulan penjara terkait kasus pencemaran nama baik. Namun demikian, berita yang disampaikan oleh KR sangatlah berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Radar Jogja meski peristiwa yang terjadi sama, yaitu divonisnya Risang Bima Wijaya SH selama 9 bulan penjara.

Adapun alasan memilih *KR* dan *Radar Jogja*, karena kasus ini menyangkut pencemaran nama baik yang dilakukan oleh Risang Bima Wijaya SH (mantan Pemimpin Umum atau General Manajer SKH Radar Jogja, Jawa Pos) terhadap Dr. H. Soemadi Martono Wonohito SH (Peminpin Umum SKH Kedaulatan rakyat). Kedua pihak yang terkait di atas merupakan insan pers jogja dari dua kubu yang secara langsung maupun tidak langsung bersaing dalam bertahan dan meraih pangsa

Adapun hal yang dapat dilihat dari kasus ini adalah sebagai berikut:

dengan pemberitaan yang dimunculkan pada tanggal 23 Desember 2004 terkait dengan kasus di atas di kedua surat kabar KR dan Radar Jogja.

Setelah kita membaca uraian di atas, alangkah baiknya jika dilakukan sebuah kajian yang mendalam mengenai pemberitaan SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja sebagai upaya rekonstruksi dari suatu peristiwa yang terjadi. Adapun judul yang dipilih adalah "Politik Pemberitaan Media: Kasus Pemberitaan Risang Bima Wijaya SH di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja pada tanggal 23 Desember 2004".

B. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja membingkai sebuah peristiwa divonisnya Risang Bima Wijaya SH selama 9 bulan penjara dalam berita yang dimuat pada tanggal 23 Desember 2004 ? Apakah perbedaan kedua surat kabar ini dalam membingkai berita mengenai peristiwa tersebut?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui bagaimana SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja membingkai sebuah peristiwa divonisnya Risang Bima Wijaya SH selama 9 bulan penjara dalam berita yang dimuat pada tanggal 23 Desember 2004.
2. Untuk mengetahui faktor penyebab perbedaan pembingkai pada pemberitaan Risang Bima Wijaya SH di SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja berdasarkan teori analisis *framing*.

D. MANFAAT PENELITIAN

Selain tujuan yang telah diuraikan tersebut, penelitian memiliki dua manfaat yang berbeda sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis :

Dengan penulisan yang dilakukan dapat memberi sumbangan teoritis atas konsep-konsep analisis teks media, dalam bidang komunikasi sebuah surat kabar, khususnya terkait dengan pemberitaan divonisnya Risang Bima Wijaya SH selama 9 bulan penjara di Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja pada tanggal 23 Desember 2004.

2. Manfaat praktis :

Penulisan ini bermanfaat karena dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai konsep-konsep analisis teks media dan relevansinya dengan praktek yang terjadi dalam pemberitaan suatu peristiwa di sebuah surat kabar.

E. KERANGKA TEORI

Kerangka teori mengarahkan dalam mengkaji serta menggali dan mengetahui berbagai sumber yang menunjang dalam melakukan penelitian. Kerangka teori yang digunakan meliputi beberapa acuan serta unsur yang menjadi pendukung dan penghubung sesuai dengan obyek yang sedang diteliti. Sedangkan obyek yang sedang diteliti adalah bagaimana SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja dalam

Menurut konteks Ilmu Pengetahuan Sosial, jurnalistik dan ilmu pengetahuan sosial, keduanya adalah sistem pengumpulan informasi, dan keduanya memiliki banyak persamaan. Keduanya merupakan aktivitas yang mencoba mewakili dunia sebenar mungkin; keduanya membuat tuntutan obyektivitas; dan lagi keduanya menurut hakekatnya menyajikan pandangan terbatas tentang realitas. Tidak ada yang dapat dimengerti terpisah dari budaya yang menghasilkan dan mendukungnya.

“Ilmu pengetahuan sosial dan jurnalistik, keduanya sama-sama mempunyai kebiasaan-kebiasaan (*routines*)—prosedur terpola yang terbiasa, terus menerus, yang diterima sebagai praktek profesional yang layak.

Kebiasaan semacam ini menolong jurnalis mengklaim kecermatan dan obyektivitas, sedang peneliti mengklaim reliabilitas dan validitas ilmiah. Para jurnalis mewawancari sumber yang dapat dipercaya, menghubungkan kata-katanya, dan menghindari pernyataan pendapat-pendapat yang jelas. Para ilmuwan sosial menggunakan metode-metode yang mengundang duplikasi. Dalam setiap kasus, karya yang berhasil dapat dipertahankan karena prosedur-prosedur profesional telah diikuti.

Oleh karenanya, ketika mereka diminta untuk mempertahankan karyanya, bagaimanapun juga, tidak berarti kebiasaan-kebiasaan ini sempurna. Sebagai sistem-sistem pengumpulan informasi, jurnalistik dan ilmu pengetahuan sosial keduanya mempunyai sifat-sifat bias. Paradigma ini menyajikan kebenaran; mereka hanya semata-mata memberikan informasi kepada kita yang kita dapat berguna dalam cara-

Paradigma-paradigma didasarkan pada keyakinan-keyakinan dan harapan-harapan yang dirasakan bersama sekarang ini dan sebagai akibatnya, kita cenderung dengan sendirinya menggunakannya. Kita tidak dapat mengindahkan kenyataan bahwa keyakinan-keyakinan dan harapan-harapan tersebut dan oleh karena itu paradigma-paradigma itu berubah tidak hanya dari waktu ke waktu namun dari satu lingkungan ke lingkungan lain. Sebagai pengguna berita, misalnya, kita terbiasa menggunakan kebiasaan-kebiasaan paradigma jurnalistik. Kita lupa bahwa informasi yang kita lihat telah disaring secara hati-hati pada beberapa tingkatan.

Apabila kita membicarakan masalah jurnalistik, maka hal tersebut sangat terkait dengan surat kabar sebagai media yang digunakan sebagai penyampai informasi. Pada dasarnya surat kabar adalah merupakan sebuah media yang digunakan untuk menyebarkan suatu informasi kepada khalayak. Surat kabar adalah juga merupakan sebuah media komunikasi yang dijadikan sebagai saluran atau wadah kegiatan komunikasi antar komunikator dan komunikan.

1. Media Massa

a. Media Massa dalam Mengemas Sebuah Berita

Pada kenyataannya, media massa tidak merefleksikan secara langsung realitas yang terjadi di masyarakat tetapi juga merekonstruksi realitas tersebut dalam berita yang disampaikannya. Sebagian besar media massa dalam mengemas berita sudah pasti dapat dikatakan selalu mengandung unsur politik didalamnya. Politik merupakan konsep yang abstrak yang dapat dimaknai

“Politik merupakan berbagai macam kegiatan dalam suatu sistem politik (negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu, konsep-konsep pokok yang terkandung didalamnya mencakup istilah negara (*state*), kekuasaan (*power*), pengambilan keputusan (*decision making*), kebijaksanaan (*policy*), dan pembagian (*distribution*), atau alokasi”. (Miryam Budiharjo, 1986:2)

Wacana kebenaran tertentu juga mengilhami perkembangan politik pemberitaan media. Itulah sebabnya sulit rasanya untuk menemukan objektivitas dalam pemberitaan media, karena pemberitaan media tidak terlepas dari fakta atau opini jurnalis yang kemudian hal tersebut menjadi kebijakan redaksional dari sebuah surat kabar dalam menentukan *media content* dalam berita yang akan diterbitkannya.

Media content atau isi media dibentuk oleh berbagai macam faktor yang menghasilkan beberapa variasi berita dan juga variasi *headlines*. Dalam hal tersebut, kita dapat melihat contoh berikut:

“Pada tahun 1993, di Amerika Serikat terjadi sebuah peristiwa yang menghebohkan, ketika seorang istri memotong alat kemaluan suaminya setelah diperkosa oleh suaminya sendiri. Dari peristiwa tersebut ditemukan beberapa variasi *headlines* yang sangat dramatis (“*The ‘Offending Organ,’*” 1993):

- *Washington Post*” “*Va. Woman Tells Police She Mutilated Husband after He Raped Her.*”
- *Washington Times*: “*Woman Cuts Off Husband’s Penis.*”
- *Free Lance Star, Fredericksburg, Va.*: “*Claiming Husband Raped Her, Woman Severs Offending Organ.*”
- *The Guardian, London*: “*Errant Organ Refixed after ‘Raped’ Wife’s DIY (Do It your Self) Spin*” (Shoemaker

Melihat contoh diatas, terlihat bahwa ada perbedaan *headlines* yang muncul di media massa dari sebuah realitas yang terjadi. Pertanyaan yang kemudian muncul adalah, mengapa terdapat perbedaan pemberitaan dari suatu peristiwa/realitas yang sama? Bagaimana *media content* diproduksi dan dibentuk?

Sebelum kita menjawab pertanyaan tersebut di atas, ada baiknya jika kita memahami betul apa yang dimaksud dengan *media content*. Dari segi definisi, *content* merupakan rentang informasi verbal maupun visual secara kuantitatif dan kualitatif yang didistribusikan oleh media massa. Kuantitatif, di sini adalah atribut dari *media content* yang dapat diukur, contohnya, berapa besar kolom yang digunakan oleh media dalam mengemas sebuah berita, atau lama waktu liputan dari sebuah berita yang digunakan oleh media TV.

Kualitatif, di sini adalah atribut dari *media content* yang tidak dapat dihitung atau bersifat *latent*, contohnya dari kata-kata atau jargon-jargon yang digunakan dalam sebuah pemberitaan meskipun besar kolom yang digunakan sama besarnya antara satu media dengan media yang lain (Reese and Shoemaker, 1996:4).

Content menjadi suatu hal yang penting untuk dipelajari oleh karena dari *media content*, kita dapat dipelajari faktor-faktor yang menyebabkan atau mempengaruhi timbulnya *media content* tersebut. Ada dua pendekatan dalam mempelajari faktor-faktor tersebut, yaitu dengan menggunakan pendekatan *humanistic* dengan metode kualitatif serta dapat dipelajari efek yang

... .. pendekatan *behavioristic* yang

namun, surat kabar merupakan media massa yang paling banyak mendapat perhatian dari para peneliti.

Untuk menentukan pola *content* ada beberapa hal yang paling sering dipelajari dalam penelitian (Reese and Shoemaker, 1996:27), yaitu:

- **Bias Politik (*Political Bias*).** Media dalam membangun ide atau gagasan yang akan dijadikan sebuah berita dalam sebuah industri media, baik disadari atau tidak sangat dipengaruhi oleh pemilik media, pemerintah/negara, maupun kelompok kepentingan. Atau dalam arti lain, bahwa seringkali *media content* merupakan hasil dari bias politik.
- **Perilaku (*Behaviors*).** Seringkali apa yang diberitakan dalam sebuah media dapat mempengaruhi perilaku khalayak. Hal ini paling sering kita temukan dalam acara televisi, dimana 'sex dan kekerasan' yang ditayangkan di televisi dapat berpengaruh bagi sebagian orang yang menonton acara tersebut.
- **Penyimpangan (*Deviance*).** Terkadang pada satu titik tertentu media mengatakan kepada kita apa yang dianggap benar dengan menunjukkan hal-hal yang menyimpang.
- **Sumber Berita dan Topik Berita (*News Sources and Topics*).** Sebelum televisi, sebagian besar *content analysis* ditujukan terhadap media cetak. Dalam beberapa tahun belakangan ini, beberapa studi sosiologi media telah memberi gambaran secara menyeluruh mengenai nama-nama dan kegiatan-kegiatan yang sering

diberitakan dengan kepentingan tertentu dalam keanekaragaman pandangan yang diekspresikan. Herbert Gans (Shoemaker and Reese, 1996:48), dalam analisisnya terhadap *CBS*, *NBC*, *Newsweek*, dan *Time*, menemukan bahwa berita media didominasi oleh tokoh terkenal, *the "knowns"* (71 persen dari liputan televisi, 76 persen liputan majalah).

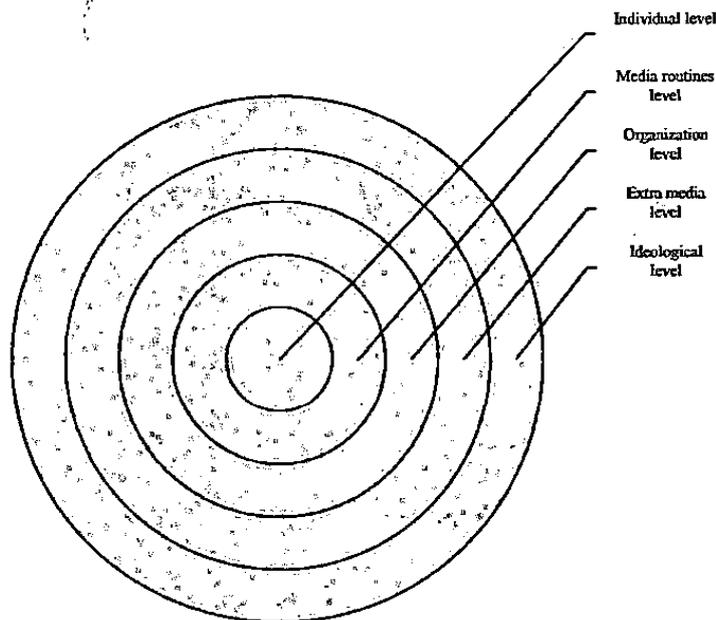
Adapun dalam melihat pola *content*, ditemukan dua pola *content*, yaitu:

- *Geographic Patterns (Pola Geografis)*. Hal ini dibagi lagi menjadi dua pola, yaitu domestik dan internasional.
- *Demographic Patterns (Pola Demografis)*. Dalam hal ini kita melihat karakteristik sosial, latar belakang sejarah, isu gender, dan lain sebagainya.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Media Content*

Dalam melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *media content*, ada baiknya kita melihat model hirarki lingkaran hal-hal yang mempengaruhi

... faktor-faktor tersebut disambungkan sebagai berikut:

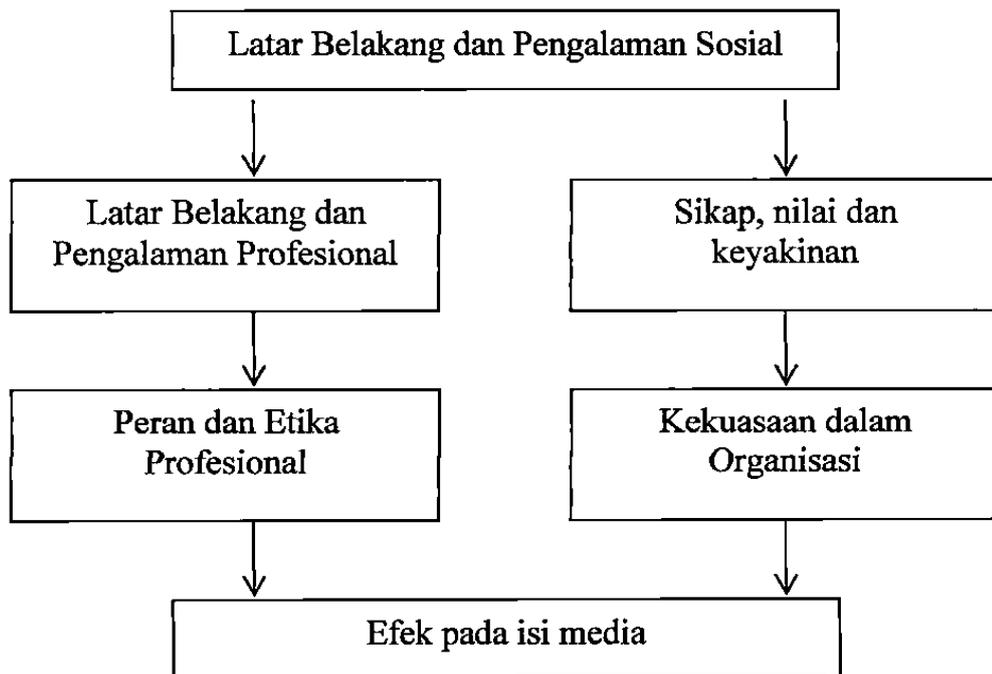


Gambar 1. *Influences on media content in the hierarchial model (Reese and Shoemaker, 1996: 64)*

Melihat hirarki lingkaran di atas, dapat kita lihat faktor-faktor yang mempengaruhi *media content*, dilihat dari kedalaman lingkaran yang paling pertama. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *media content* tersebut adalah:

1. Pengaruh dari pekerja media secara individual:

- Latar belakang personal maupun profesional, seperti latar belakang kebudayaan, pendidikan informal maupun formal dan lain sebagainya.
- Perilaku personal, nilai-nilai yang diyakini, maupun



Gambar 2. Bagaimana faktor intrinsik jurnalis (komunikator) dapat mempengaruhi *media content*. (Reese dan Shoemaker, 1996: 65)

Kita yakin bahwa karakteristik jurnalis (komunikator), latar belakang personal maupun profesional, perilaku personal dan *professional roles* tidak secara langsung dapat berpengaruh terhadap *media content*. Namun demikian *content* dapat dipengaruhi oleh faktor tersebut pada titik tertentu. Tidak hanya hal itu saja yang dapat berpengaruh terhadap *media content*; namun penggunaan kepentingan pribadi dalam sebuah organisasi media massa mempunyai pengaruh lebih besar daripada pengaruh yang jurnalis miliki. Akan tetapi, meskipun jurnalis bukanlah pemilik dari media massa tersebut atau berada dalam posisi top manajemen, mereka terkadang dapat mempengaruhi *media content*.

2. Pengaruh kebiasaan/rutinitas media.

Untuk lebih mengerti mengenai pekerja media, kita harus menilai rutinitas mereka dalam melaksanakan tugasnya. Menurut Karl Mannheim (Reese dan Shoemaker, 1996:105), seorang sosiolog asal Jerman, sangatlah tidak benar apabila kita mengatakan bahwa hanya ada satu individu dalam media yang melakukan pemikiran, tetapi pada realitanya bahwa individu tersebut berpartisipasi dengan pemikiran dari individu lain atau dengan pemikiran yang memang sudah ada sebelumnya. Dalam arti kata, bahwa manusia merupakan makhluk sosial dan mereka semua berpartisipasi dalam suatu pola aksi yang bukan mereka ciptakan sendiri. Mereka berbicara dengan bahasa kelompok mereka dan berpikir sesuai dengan apa yang dipikirkan oleh kelompok mereka. Sebagai individu-individu dalam sebuah kelompok, mereka mengembangkan gaya pemikiran dari suatu pola yang tak berujung sebagai sebuah respon terhadap situasi tertentu.

Berangkat dari hal tersebut, hal yang sama terjadi pada apa yang disebut *routines*, hal tersebut membentuk pola, menjadikan suatu kebiasaan, pengulangan kegiatan, dan membentuk apa yang digunakan pekerja media dalam melakukan pekerjaannya.

Rutinitas media mempunyai dampak yang penting pada sebuah produksi *symbolic content*. Rutinitas tersebut membentuk suatu lingkungan dimana para pekerja melaksanakan pekerjaannya. Apabila

surat kabar menemukan lebih banyak lagi konflik kepentingan yang potensial.

Tentu saja, kekuasaan organisasi media tetap berujung pada kekuasaan para pemiliknya, yaitu yang menentukan kebijakan yang berlaku dan menjalankan kebijakan tersebut. Pengaruh dari pemilik organisasi media terhadap *media content* merupakan perhatian yang penting pada media surat kabar. Meskipun bagian dari organisasi media tersebut merupakan penyangga dari perusahaan yang lebih besar, *content* masih dikendalikan secara tidak langsung dengan menyewa dan iklan serta melalui penyensoran sendiri. Perspektif organisasi tersebut menonjolkan konteks yang terdapat dalam rutinitas pekerja media yang dilakukan.

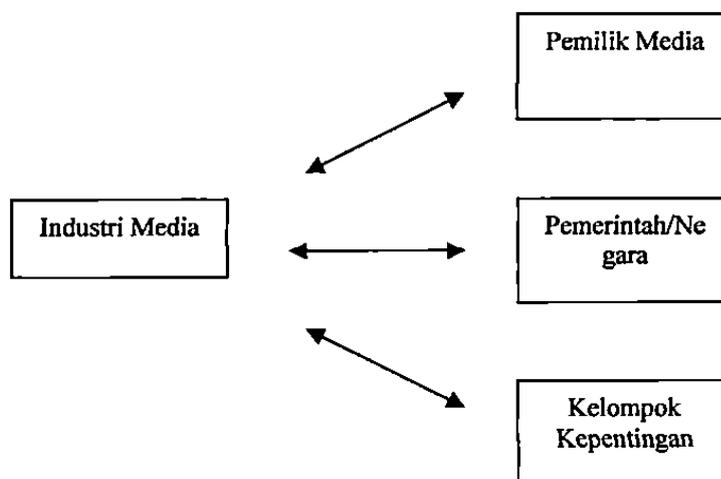
4. Pengaruh dari luar organisasi media.

Ada berbagai macam pengaruh pada *media content* yang berasal dari luar organisasi media. Sumber-sumber berita dapat menstimulasi atau mendesak difusi atau penyebaran informasi sesuai dengan kepentingan mereka dan pilihan jurnalis terhadap sumber mana yang diwawancarai yang dapat mewarnai berita yang mereka tulis.

Dalam sebuah institusi media dalam memproduksi sebuah pesan yang dikemas dalam sebuah berita akan terdapat suatu kegiatan politik didalamnya. Isi media tidak diciptakan secara terisolasi tetapi selalu

... ..

sosial di mana media itu berada. Hubungan timbal balik ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3. Bagaimana media mempunyai hubungan timbal balik dengan lingkungan luar media. (Noviani, 2002: 6)

Ide atau gagasan yang akan dijadikan sebuah berita dalam sebuah industri media, baik disadari atau tidak sangat dipengaruhi oleh pemilik media, pemerintah/negara, maupun kelompok kepentingan. Pemerintah/negara dapat mengendalikan industri media dengan regulasi atau kebijakan dan juga undang-undang, sedangkan bagi kelompok kepentingan, media dapat dijadikan sebuah wadah untuk memobilisasi massa maupun sebagai alat penyebarluasan pesan-pesan politik. Namun demikian, meskipun kelompok kepentingan telah membuat usaha yang teroganisir untuk mempengaruhi *media content*, kesuksesan mereka dalam mempengaruhi *content* telah tercampur

... .. dapat membalas dendam secara

ekonomilah yang pada kenyataannya dapat mempengaruhi *media content*.

Pemilik media sendiri pun akan mengendalikan media sebagai komoditas yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi. Oleh karena itu, sangatlah mungkin, apabila sebuah berita dikemas sedemikian rupa guna menyampaikan pesan terselubung kepada massa.

Kalangan pemerintah, media massa, dan kelompok kepentingan akan saling berpacu dalam menggunakan media untuk menonjolkan klaim, konstruksi sosial dan definisi masing-masing tentang sebuah peristiwa. Dengan mempertajam kemasan sebuah berita, mereka dapat mengklaim bahwa opini publik yang berkembang akan mendukung kepentingan mereka atau sesuai dengan kebenaran versi mereka.

Institusi di luar media kadang-kadang memberikan batasan atau pagar sejauh mana media bisa beroperasi. Sebaliknya institusi media juga bisa mempengaruhi institusi sosial lain yang ada dalam masyarakat, khususnya institusi ekonomi dan politik. Bagi media komersial, apa yang khalayak inginkan menjadi sangatlah penting karena itu berarti bahwa media akan mengalami peningkatan penjualan dan akan banyak yang akan memasang iklan pada media tersebut. Dengan demikian, para pemasang iklan tersebut juga dapat mempengaruhi *media content* dengan memberikan keuntungan

5. Pengaruh ideologi.

Ideologi merupakan konsep abstrak dimana pemahamannya kadang berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Perbedaan ini berdasarkan atas pengetahuan yang telah terkontaminasi oleh perasaan, kepentingan dan faktor-faktor subyektif lainnya, sehingga pengetahuan yang subyektif itu disebut sebagai ideologi, yaitu sejenis pengetahuan yang memang dipakai baik secara sadar maupun tidak untuk “menipu” orang demi kepentingan si pembuat atau penganut ideologi tersebut. Ketika ideologi sulit untuk meyakinkan khalayak bahwa ideologi dapat digunakan dalam suatu konsep maka akan timbul suatu pertanyaan yang menarik. Kesulitan ini dapat dipahami ketika setiap individu selalu mempunyai pengetahuan yang berbeda-beda, bahkan perbedaan ini sangat subyektif. Semua manusia akan menangkap realitas berdasarkan perspektif dirinya (Lembaga Studi Perubahan Sosial, 2000: 156). Senada dengan hal tersebut, Raymond Williams menemukan tiga hal yang dapat digunakan untuk memahami ideologi, yaitu:

1. *A system of beliefs characteristic of a particular class or group.*
2. *A system of illusory beliefs – false ideas or false consciousness – which can be contrasted with true or scientific knowledge.*
3. *The general process of the production of meanings and ideas. (Fiske, 1990:165)*

Apabila diterjemahkan:

1. Suatu sistem keyakinan yang menandai kelompok atau kelas tertentu.
2. Suatu sistem keyakinan ilusioner – gagasan palsu atau kesadaran palsu – yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah.
3. Proses umum produksi makna dan gagasan.

Pendekatan yang dilakukan oleh William merupakan pendekatan ilmu psikologi, dimana ideologi digunakan untuk menunjuk kepada sebuah sikap yang diatur dalam pola yang masuk akal. Artinya, ketika sikap menjadi sesuatu yang penting dalam sebuah kelompok atau kelas tertentu, maka hal tersebut menjadi aturan main dalam memahami orang lain. Jika hal tersebut tidak ditaati maka akan ada hukuman yang akan diberikan kepada individu yang melanggarnya. Atau dengan kata lain sikap tersebut mempunyai rumah dalam ideologi. (*attitudes have homes in ideologies*) (Fiske, 1990:165).

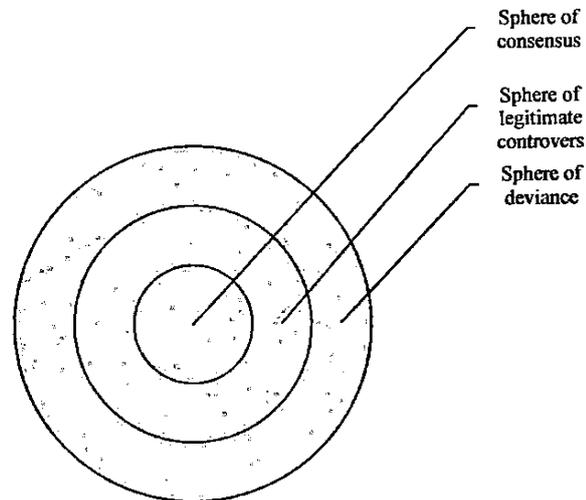
Realitas akan dimaknai sebagai proses dimana ada kebenaran dan kepalsuan yang terjadi. Pengaruh ideologi ini akan memandang individu pekerja media memiliki kekuasaan yang besar dalam mendefinisikan realitasnya pada khalayak. Nilai-nilai ideologi yang didefinisikan oleh media dapat dilihat dari bagaimana ia menggambarkan realitas kepada khalayak.

Berbicara mengenai ideologi media maka hal ini berkaitan dengan bagaimana *media content* dipengaruhi oleh ideologi tersebut dalam mengkonstruksikan realitas. Konstruksi realitas merupakan ‘jalan pikiran’ media. Hal ini akan menuntun kita untuk mengetahui

ini berhubungan dengan bagaimana jurnalis atau media memberi nama, dan mengkaitkannya dengan realitas lain yang umumnya diketahui oleh khalayak. Seringkali media menempatkan khalayak pada posisi dimana khalayak turut ada dalam berita tersebut dan juga peristiwa itu dikaitkan dengan berita yang telah umum diketahui oleh masyarakat.

Sebuah peristiwa, menurut Hall dkk (Eriyanto, 2002:127), hanya akan berarti jika ia ditempatkan dalam identifikasi kultural dimana berita tersebut hadir. Jika tidak, berita tersebut tidak akan berarti bagi khalayak pembacanya. Peristiwa yang tidak beraturan dibuat menjadi teratur dan berarti. Itu artinya wartawan pada dasarnya menempatkan peristiwa ke dalam peta makna (*maps meaning*). Identifikasi sosial, kategorisasi dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting di mana peristiwa itu dibuat berarti dan bermakna bagi khalayak. Proses membuat peristiwa agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial – menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya. Ia menjadi latar asumsi (*background assumption*) yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman jurnalis dipandang bernilai bagi khalayak melalui mana peristiwa bukan hanya dipandang berarti tetapi juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang kira-kira bagi jurnalis dan bagi khalayak disepakati bersama bagaimana peristiwa seharusnya dijelaskan dan dipahami (Eriyanto, 2002:127).

Gambaran yang menarik yang menjelaskan bagaimana peta ideologi membagi dunia jurnalistik seperti terlihat di bawah ini.



Gambar 4. *Spheres of consensus, controversy, and deviance*
(Reese and Shoemaker, 1996: 227)

Daniel Hallim membuat ilustrasi sederhana yang membagi peta ideologi dalam tiga bidang. Pertama, bidang penyimpangan (*Sphere of Deviance*), kedua bidang kontroversi (*Sphere of Controversy*) dan yang ketiga adalah bidang konsensus (*Sphere of Concensus*). Setiap bidang akan membantu jurnalis dalam menempatkan berita dalam peta ideologis. Pada bidang penyimpangan, jurnalis akan diberi gambaran dimana suatu peristiwa yang disepakati secara umum dalam masyarakat dilihat sebagai sebuah tindakan yang dipandang buruk, tidak sesuai

dan bukan hanya merupakan ide-ide besar, melainkan bagaimana melihat peristiwa dengan kaca mata dan pandangan tertentu, yang dalam arti luas dapat disebut ideologi. Sebab dalam proses melihat dan menandakan peristiwa tersebut menggunakan titik melihat tertentu. Titik atau posisi melihat itu menggambarkan bagaimana peristiwa dijelaskan dalam kerangka berpikir tertentu (Eriyanto, 2002:131).

Dengan kata lain, realitas dapat dirubah oleh suatu pemberitaan yang sangat terlihat natural dengan menggunakan gambar dan serangkaian kata-kata.

2. Analisis Media

Untuk memahami bahwa isi media itu dipengaruhi oleh berbagai komponen yang terdapat dalam institusi media secara garis besar terbagi menjadi dua (Sobur, 2002:4). Pertama, teknik analisis isi (kuantitatif) yang dipengaruhi paradigma positivis, teknik ini menurut Woollacott (dalam Listiorini, 1999:261), tidak cukup atau memiliki keterbatasan dalam menganalisis makna pesan media. Analisis isi ini dioperasikan oleh seperangkat kategori-kategori konseptual yang berkaitan dengan isi media dan secara kuantitatif menghitung ada tidaknya kategori-kategori tersebut dengan tingkat kesulitan yang berbeda-beda.

Kedua, teknik yang dipengaruhi paradigma konstruksionis, yaitu teknik analisis kualitatif. Secara garis besar analisis kualitatif terbagi menjadi 3,

Ketiga, teknik yang dipengaruhi paradigma kritis, yaitu teknik analisis kualitatif yang melihat bahwa fakta merupakan proses pertarungan antara kekuatan ekonomi, politik dan sosial yang ada di dalam masyarakat. Dari ketiga paradigma di atas kita akan memfokuskan diri pada teknik yang kedua dalam penelitian kali ini. Secara teoritis pendekatan analisis wacana terhadap representasi media lebih canggih dibandingkan dengan pendekatan isi. Tidak hanya kata-kata atau aspek-aspek lainnya yang dapat dikodekan dan dihitung, tetapi struktur wacana yang kompleks pun dapat dianalisis pada berbagai tataran diskripsi (vanDijk, dalam Kartika dan Mahendra, 1998:8).

Sementara kelebihan analisis semiotik dibandingkan dengan analisis lain adalah kemampuan menelisik lekuk liku teks secara lebih detail dan merasakan getaran-getaran halus dari sinyal-sinyal yang tersembunyi (Nugroho, dalam Sudiby, Hamad dan Qodari, 2001:xii). Sedangkan kelebihan analisis *framing* lebih berpretensi untuk menganalisis muatan-muatan tekstual yang bersifat laten. Analisis *framing* merupakan perkembangan terbaru yang lahir dari elaborasi terus-menerus terhadap pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menghasilkan suatu metode yang *up to date*, untuk memahami berbagai fenomena media mutakhir (Sobur, 2002:5). Dalam prakteknya analisis *framing* juga memungkinkan disertakannya konsep-konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganalisis fenomena-fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena

kultural yang melingkupinya (Sudibyo, 1999:23). Dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari analisis teks yang ada maka digunakan analisis *framing*

3. Cara Pandang Paradigma Konstruksionis terhadap Media

Fiske dalam bukunya *Introduction to Communication Studies* membuka pemahaman awal tentang perbedaan antara positivisionis dan konstruksionis menjadi lebih dipahami. Fiske menyatakan:

“The message, then, is not something sent from A to B, but an element in a structured relationship whose other elements include external reality and the produce reader. Producing and reading the text are seen as paralell, if not identical, processes in that they occupy the same place in this structured relationship.

Pesan, dengan demikian tidaklah sesuatu yang dikirimkan dari A ke B, tetapi sebagai bagian dari struksur hubungan diantara realitas luar antara pencipta/pembacanya. Membaca isi pesan dalam teks tidak semata secara paralel, jika tidak serupa, proses itu menempati tempat yang sama dalam struktur hubungan” (Fiske, 1990:4).³

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut dapat digambarkan, sebagai berikut (Eryanto, 2002:19) :

a. Fakta/Realitas adalah hasil konstruksi.

Dalam media massa, sulit menemukan obyektivitas dalam pemberitaan terhadap suatu fakta/realitas. Realitas itu akan sangat bersifat subjektif, karena hadirnya sebuah realitas merupakan sebuah konsep subjektif

- b. Media adalah agen konstruksi. Media merupakan sebuah sarana dimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). Namun demikian, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Media akan memilih, realitas mana yang diambil dan mana yang tidak diambil. Geyte Tuchman, seorang sosiolog, dalam bukunya *Making News* (1978) berpendapat bahwa berita merupakan konstruksi sosial dari sebuah realitas. Tindakan sebuah media dalam membuat sebuah berita merupakan sebuah konstruksi terhadap realitas yang diinginkan oleh media tersebut dan bukan merupakan realitas yang nyata.
- c. Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanya konstruksi dari realitas. Geyte Tuchman, seorang sosiolog, dalam bukunya *Making News* (1978) berpendapat bahwa berita merupakan konstruksi sosial dari sebuah realitas. Tindakan sebuah media dalam membuat sebuah berita merupakan sebuah konstruksi terhadap realitas yang diinginkan oleh media tersebut dan bukan merupakan realitas yang nyata (Severin and Tankard Jr, 1997: 368)
- d. Berita bersifat subyektif/konstruktif atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya akan menghasilkan "realitas" yang berbeda pula. Opini dari seorang wartawan dalam menulis sebuah berita tidak dapat dihilangkan karena ketika

- e. Wartawan bukan pelapor, tetapi sebagai agen konstruksi realitas. Seorang wartawan seharusnya hanya bertugas untuk mentransfer sebuah berita mengenai apa yang dia lihat dan rasakan ketika sebuah peristiwa terjadi. Tetapi yang banyak terjadi adalah wartawan merupakan partisipan yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.
- f. Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian integral dalam produksi berita. Nilai, etika, atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa.
- g. Nilai, etika dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian. Begitu etika dan moral masuk dalam sebuah penelitian maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap hasil penelitian.
- h. Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita. Setiap individu akan mempunyai persepsi yang berbeda atas suatu berita. Penafsiran sendiri ini bisa jadi berbeda dengan penafsiran si pembuat berita.

4. *Framing*

a. Konsep *Framing*

Pada dasarnya analisis *framing* digunakan untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori

Analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat merekonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif itu pada akhirnya dapat menentukan fakta apa yang diambil, bagian apa dan bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut oleh penulisnya (Sobur, 2002:165).

Penonjolan, seperti yang disebutkan di atas, merupakan suatu proses dalam membuat suatu informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok pasti akan mempunyai peluang besar untuk diperhatikan dan juga berpengaruh terhadap pemahaman masyarakat dalam melihat sebuah realitas. Apabila kita melihat pengertian *framing* dengan asumsi atau pendekatan konstruksionis, maka dapat dikatakan bahwa:

- 1) Realitas kehidupan sosial tidak bersifat natural tetapi merupakan hasil dari sebuah konstruksi.

kepentingan sekelompok orang yang mempunyai modal (Severin and Tankard Jr, 1997: 353).

3. Konvergensi *Framing* dan *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* dikemukakan oleh Donald Saw dan Maxwell McCombs (Saverin and Takard Jr, 1997: 249). Teori ini memprediksi bahwa media massa memiliki kemampuan untuk melakukan seleksi dan memberikan penekanan pada masalah tertentu. Hal ini bisa mempengaruhi khalayak yang diterpa media tersebut. Apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting khalayak. Agenda media akan berpengaruh pada agenda publik (khalayak).

Dalam membangun sebuah agenda, akan ada dua level yang harus dilakukan. Level pertama, adalah penonjolan atribut obyek, hal ini dapat kita lihat misalnya pada pemberitaan bom Bali di beberapa surat kabar dari headlines, letak berita dan juga jumlah berita yang terbit di setiap surat kabar. Level kedua, adalah pengemasan berita-berita oleh media (*framing*), yaitu ketika suatu peristiwa dikemas dalam banyak bingkai/cara (Reese, 2001: 69).

Berangkat dari sini, dapat dilihat bahwa *framing* merupakan bagian dari *teori agenda setting*. Kelengkapan *agenda setting* secara eksplisit mengintegrasikan teori *framing*, dimana didalamnya terdapat penelitian yang dilakukan, bingkai, proses *framing*, dan efek *framing*. Hal ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:

penelitian dan teori analisis *framing*. Hal ini meliputi buku-buku teori terkait, catatan-catatan perkuliahan dan juga *internet browsing* menyangkut hal-hal yang terkait dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Wawancara disini merupakan dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan orang-orang yang dianggap memiliki kapasitas.

3. Metode yang digunakan

Metode *framing* dalam studi ilmu komunikasi dapat dilakukan dengan empat model *framing*, yaitu : Robert N Entman, Murray Edelman, William A Gramson dan Zhondang Pan, dan Gerald M Kosicki. Setiap model menawarkan beragam cara berbeda dalam menganalisis isi teks media. Pada penelitian kali ini akan digunakan model dari Robert N Entman guna menjawab rumusan masalah mencapai tujuan penelitian untuk membingkai berita tentang Risang, Oleh Entman konsep *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain (Eriyanto, 2002:186). Perbedaan alokasi pemuatan isu dalam berita ini tidak terlepas dari bagaimana proses politik pemaknaan oleh media tersebut. Media massa sebagai tempat untuk diskusi publik dan tempat pertarungan berbagai hal mengakibatkan

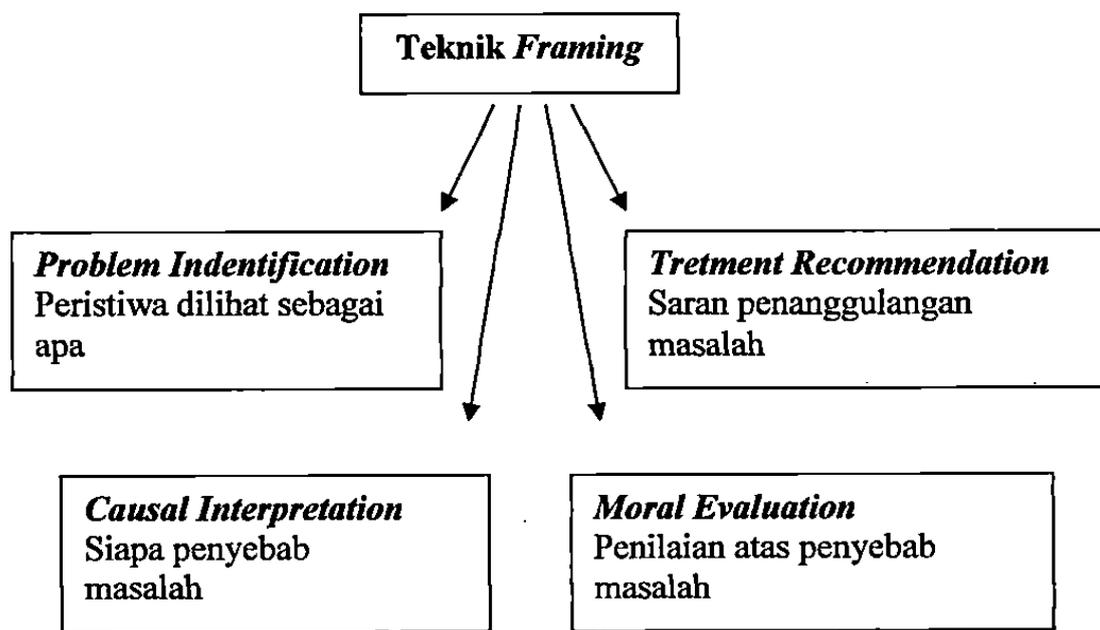
.....

Entman melihat ada dua hal penting dalam *framing*, yang pertama seleksi isu dan kedua, penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas (isu). Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh dan berkesan bagi khalayak (Entman dalam Eriyanto, 2002:186). Aspek seleksi isu ini berhubungan dengan pemilihan fakta, dari realitas yang kompleks dan beragam itu, bagian yang ditampilkan selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.

Aspek kedua yaitu penonjolan aspek tertentu dari isu, aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa (isu) tersebut telah dipilih, penulisan dari aspek tersebut sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita itu (Eriyanto, 2002:187).

Elemen *framing* dalam berita dapat dapat digambarkan, sebagai berikut : pertama , pada identifikasi masalah (*problem indentification*), yaitu peristiwa

identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*), yaitu siapa siapa yang dianggap penyebab masalah; ketiga, pada evaluasi moral (*moral evaluation*), yaitu penilaian atas penyebab masalah; dan keempat, saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*), yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya. Lebih jelasnya keempat cara tersebut dapat dilihat dari skema berikut (Sobur, 2002:173) :



Skema 1. Teknik *Framing* Robert N. Entman (Sobur, 2002:173)

Konsep *framing* didefinisikan secara detail oleh Robert N Entman untuk melihat bagaimana wartawan memandang dan memaknai suatu peristiwa dan menuliskannya dalam berita, pendefinisian masalah ini menyertakan didalamnya konsepsi dan skema interpretasi wartawan. Pesan, secara simbolik menyertakan sikap dan nilai, ia hidup, membentuk, dan menginterpretasikan makna (Entman, 2002:180). Penggambaran dari elemen *framing* menurut

a. *Problem identification*

Identifikasi masalah merupakan elemen pertama yang dapat menunjukkan kepada kita tentang framing. Elemen ini merupakan *master frame* (bingkai) yang paling utama. Elemen ini menekankan bagaimana suatu peristiwa ini dipahami oleh wartawan, suatu peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

b. *Causal Interpretation (Diagnose Causes)*

Memperkirakan penyebab masalah, merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini berarti sebagai apa penyebabnya atau juga siapa penyebabnya. Pemahaman terhadap suatu peristiwa akan menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu masalah yang dipahami secara berbeda, maka secara tidak langsung penyebab dari masalah juga dipahami secara berbeda.

c. *Make Moral Judgement (Moral Evaluation)*

Make Moral Judgement adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung

Pada bab III, akan dijabarkan data-data yang ditemukan selama bulan Desember 2004 di SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja. Dalam bab ini juga akan dilakukan analisis dari data-data yang ditemukan menggunakan model *framing* yang diutarakan oleh Robert Entmant. Melihat bagaimana SKH Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja dalam mem-*frame* sebuah peristiwa yang dilukiskan dalam bentuk tulisan beritanya.

Selanjutnya, bab IV akan menguraikan analisis teori yang disebutkan pada bab pendahuluan. Dalam bab ini akan dilihat bagaimana kesesuaian teori yang dipelajari mengenai proses produksi pesan dalam sebuah media dan bagaimana perilaku media dalam mengemas sebuah media serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.. Pada bab ini, apa yang menjadi rumusan masalah akan dikaji secara mendalam berdasarkan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada bab terakhir, yaitu bab V, suatu kesimpulan akan ditarik suatu kesimpulan yang sesuai dengan data serta analisa data yang dilakukan. Dalam