

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Poligami kata yang mudah diucapkan namun besar sekali implikasinya. Dampaknya tidak hanya pada keluarga dan keharmonisan yang berkurang tetapi dampak secara sosial juga mungkin saja terjadi. Seperti halnya yang dialami Aa Gym. Tidak sedikit masyarakat yang tiba-tiba setelah dulu mengidolakan sosok lembut itu menjadi antipati terhadap beliau. Ada juga yang adem-adem saja menyerahkan semuanya kepada hak individu Aa Gym. Lain halnya kelompok yang memang sejak dulu kurang menaruh respon kepadanya. Mereka ini berusaha berargumentasi secara rasional terkait dengan soal poligami.

Pemberitaan di berbagai media mengenai pernikahan kedua dai kondang Aa Gym dengan seorang janda beranak tiga sangat mengejutkan publik. Tokoh dai idola ini kini banyak menuai *pro dan kontra* dari berbagai kalangan. Jamaah yang rajin mengikuti pengajian tokoh itu, banyak berbalik menyudutkannya. Penyebabnya adalah karena Aa Gym poligami. Dai kondang yang terkenal sopan dan santun dalam berucap itu, mulai di tinggalkan jemaahnya. Meski tidak secara drastis penurunannya, tetapi berkurangnya minat mengikuti pengajian setidaknya terlihat dari pengunjung daerah Geger Kalong yang semakin susut (Genie, 8 Desember 2006).

Sebenarnya tidak ada masalah dengan siapapun yang berpoligami termasuk bernaligaminya Aa Gym selama mereka bisa enjoy dengan nalgaminya. Hanya saja

ada beberapa hal yang membuat publik merasa kaget dan geli mendengar pemberitaan tentang berpoligaminya Aa Gym ini. Ternyata Aa Gym kurang berani berterus terang tentang poligaminya tersebut. Ia baru mau memberikan penjelasan kepada publik setelah pemberitaan pernikahan keduanya tersebar di berbagai media massa.

Pada konteks media cetak, ada tiga tindakan dalam mengkonstruksi realitas yang akhirnya dapat berpengaruh kuat terhadap pembentukan citra suatu realitas. *Pertama*, pemilihan kata atau simbol. Walaupun media cetak hanya melaporkan, tetapi jika pemilihan kata, istilah atau simbol yang secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat, tentu akan mengusik perhatian masyarakat. *Kedua*, pembingkaiannya suatu peristiwa, pada media cetak selalu ada tuntutan teknis, seperti keterbatasan-keterbatasan kolom dan halaman. Jarang media memuat berita tentang peristiwa secara utuh dari menit pertama kejadian hingga akhir. Atas dasar kaidah jurnalistik, berita selalu disederhanakan melalui mekanisme pembingkaiannya atau *framing*, sehingga berita tersebut layak terbit. *Ketiga*, penyediaan ruang. Semakin besar ruang yang diberikan, semakin besar pula perhatian yang akan diberikan oleh khalayak (Agus Sudibyo, 2001: 2).

Media berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami dan bagaimana realitas itu dijelaskan dengan cara tertentu kepada pembaca. Pendefinisian tersebut bukan hanya pada peristiwa, melainkan juga aktor-aktor sosial. Dalam kerangka ini media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Kejelian dan

sikap kritis masyarakat terhadap media massa sangat penting. Sehingga masyarakat tidak perlu terjebak atau terpengaruh berita.

Pandangan di sini semacam menolak argumen yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, tetapi menunjukkan pendapat sumber berita, juga mengkonstruksi dari media itu sendiri (Dedy N. Hidayat, 1999 : 20).

Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Di sini media juga dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Melalui konstruksi inilah, media dapat mendefinisikan peristiwa dan realitas, sehingga perspektif wartawan akan menentukan fakta yang akan dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya (layak dan tidaknya suatu berita untuk ditampilkan). Dengan demikian masing-masing media cetak memiliki kebijakan sendiri untuk menentukan pendekatan yang akan digunakan.

Pemberitaan mengenai seputar Aa Gym berpoligami ini, tentu sangat mengejutkan publik mengingat Aa Gym salah satu dai yang terkenal di Nusantara dan sedang digandrungi masyarakat terutama Ibu-Ibu. Hal ini menimbulkan tanda tanya. Mengapa? Menurut penuturan Ibu Dewi salah satu penggemar Aa Gym dan pernah mengikuti pengajian Aa ini. Sebelumnya tidak pernah menyangka dan mengira bahwa dai kondang ini menikah lagi. Karena beliau selalu terlihat mesra dan kompak. Masyarakat melihat selama ini tidak ada yang salah dengan rumah tangga Aa Gym

dan Teh Ninih. Publik sering melihat penampilan Aa dan Tete, saat memberikan ceramah di media televisi ini selalu terlihat kompak (Genie, 8 Desember 2006).

Sejak santernya pemberitaan poligmi Aa Gym yang dilakukan oleh dai kondang itu, banyak ibu-ibu pemujanya patah hati. Ibu-ibu ini menyayangkan sikap Aa Gym. Namun Aa Gym bukanlah dewa ia pun manusia sama halnya seperti kita yang tak luput dari kesalahan. Aa Gym biasa disapa Aa itu merupakan panutan dan pemimpin idaman, mereka berharap bahwa suami-suami mereka seperti mencontoh sikap Aa. Tapi kini setelah ada pemberitaan mengenai Aa Gym poligami membuat sebagian Ibu-ibu merasa khawatir para suami akan melakukan hal serupa yang dilakukan oleh Aa.

Sebagaimana pemberitaan yang telah tersebar di beberapa media massa, tentang seputar poligami Aa Gym, hal ini menimbulkan banyak media yang menyoroti kasus ini. Seperti halnya tabloid Cek & Ricek dan Suara Islam tidak ketinggalan dalam meliput agenda pernikahan kedua Aa Gym tersebut. Dan mengangkatnya menjadi berita yang hangat.

Gosip tak lekam oleh panas itulah kira-kira kiasan untuk tabloid Cek & Ricek. Keputusan Aa Gym menikahi seorang janda beranak tiga, Alfarini Eridani (Rini), bagai berita tsunami yang mengguncang berbagai kalangan. Di kantor MQ, kawasan Kebayoran, Jakarta. Para wartawan yang sudah lebih dari dua jam menunggu penjelasan Aa Gym-Teh Ninih, sekilas tampak tak ada yang berubah dari kemesraan mereka. Sebelum mengawali pernyataannya, Aa Gym meminta maaf kepada publik yang merasa kecewa dan sedih dengan keputusannya itu. "Jangan

berharap lebih kepada saya, “imbuhnya. Ia mengungkapkan tak ingin masyarakat keliru. Menurut Aa Gym, keputusannya untuk menikah lagi sudah dibicarakan lima tahun sebelumnya. Aa Gym paham betul bahwa ada beberapa orang mengidolakan dirinya. Ada rasa pro-kontra dalam menyikapi masalah ini. Tolong jangan melihat dari figur Aa. Aa Gym menuturkan bahwa tugasnya berdakwah bukan seorang figur (Cek&Ricek, Rabu, 6 Desember 2006).

Sejak pemberitaan di berbagai media tentang poligami Aa Gym, beliau banyak menerima hujatan. Bahkan kelompok Non muslim dan Sekuler meminta SBY untuk melarang poligami. Dari polling yang di sebar ke milis Islam dan milis umum 80% mendukung sikap Aa Gym. Berdasarkan data tersebut, bahwa kelompok yang menentang poligami hanyalah minoritas. Keluarga Aa minimal tahu banyak yang mendukung Aa Gym. Dalam progam Manajemen Qolbu pagi yang disiarkan setiap hari di radio RRI Pro-2 yang selalu diisi perbincangan “hangat” mengenai sikap Aa tersebut. Bahkan tidak sedikit yang menghujat keputusan berpoligami. Dalam siarannya Rabu (6/12/2006), program yang direlai sekitar 150 radio baik dalam maupun luar negeri pada pukul 05.00 WIB hingga pukul 06.00 justru banyak mengundang empati. Hukum pernikahan termasuk poligami telah diatur dengan jelas dalam Islam. Sebagaimana dalam Surat Annisa ayat 3. *“Dan jika kamu takut tidak akan dapat berlaku adil terhadap perempuan yatim, maka kawinilah wanita-wanita yang kamu senangi ; dua, tiga, atau empat. Kemudian jika kamu takut tidak dapat berlaku adil maka seorang saja.atau budak-budak yang kamu miliki. Yang demikian itu lebih dekat kepada tidak berbuat adil.”* Termasuk didalamnya peran dan

tanggung jawab suami terhadap semua anggota keluarganya. Tidak ada satupun aturan Islam dalam masalah ini memberatkan pria atau wanita. Lagipula, tidak sedikit wanita yang justru terayomi dengan poligami. Dinikahi secara sah, dinafkahi dan dijaga kehormatannya (Suara Islam, 7 Desember 2006).

Sebuah media massa mempunyai kekuatan yang sangat besar dalam mempengaruhi pandangan publik terhadap citra (*image*) kelompok-kelompok tertentu, hal ini dikarenakan oleh kemampuan media massa yang dapat menciptakan sebuah opini publik dalam pemberitaannya. Umumnya kelompok-kelompok dominanlah yang sering memanfaatkan “jasa” media massa untuk melakukan pengkonstruksian realitas.

Sebagai penyampai informasi yang paling diandalkan masyarakat maka keberadaan media massa sudah seharusnya netral dalam membingkai realitas yang ada, tapi memang dalam kenyataannya hal tersebut tidak akan mungkin bisa terjadi, kadar keobyektifan sebuah berita hanya bisa dimaksimalkan tetapi tidak bisa menjadi sebuah kesempurnaan dan sebaliknya subyektifitas merupakan hal yang tidak bisa dihilangkan dari sebuah aktifitas pembedingkaian realitas oleh wartawan tetapi memungkinkan jika hal tersebut diminimalisir. Bahkan terkadang kita tanpa sadar digiring oleh definisi yang ditanamkan oleh media massa tersebut yang membuat kita mengubah definisi kita mengenai realitas sosial atau memperteguh asumsi yang kita miliki sebelumnya. Kita boleh jadi semakin bersimpati atau bahkan membenci seseorang atau kelompok lain meskipun orang yang kita benci itu belum tentu

Adanya faktor ideologi membuat output media massa berbeda-beda dalam membingkai dan menyajikan sebuah realitas yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan pada suatu media bukanlah suatu peristiwa yang benar-benar nyata akan tetapi peristiwa tersebut telah dikonstruksi oleh media. Pemberitaan yang sama mengenai poligami Aa Gym dapat dikemas dan dibingkai secara berbeda oleh suatu media. Dalam kaitan ini penulis memilih tabloid Cek & Ricek dan Suara Islam diharapkan dapat memberikan dan menyajikan berita-berita seputar artis dan orang terkenal (*public figure*).

Berdasarkan perbedaan ideologi yang ada pada kedua media tersebut tentu saja akan memberikan *frame* dan penyajian pemberitaan yang berbeda. Dengan adanya pemberitaan ini, sikap kritis masyarakat terhadap media massa sangat diharapkan, sehingga masyarakat tidak perlu terjebak atau terpengaruh oleh pemberitaan di media. Dalam penelitian ini penulis mengambil data pada bulan Desember. Karena pada saat bulan Desember inilah saat pemberitaan sedang membooming dan ramai dibicarakan. Pada bulan Desember ini juga banyak terjadi *pro* dan *kontra* antara masyarakat pada pemberitaan Aa Gym. Maka pemberitaan seputar poligami Aa Gym ini menarik untuk diteliti dengan kajian analisis *framing*.

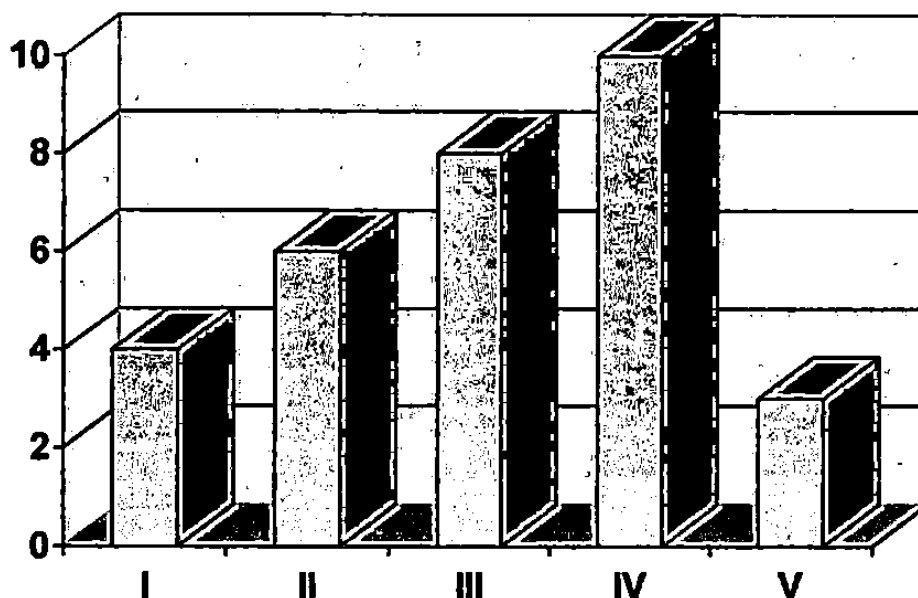
1. Intensitas Pemberitaan Tabloid Cek & Ricek .

Cek & Ricek menaruh perhatian yang besar pada realitas sosial yang terjadi di akhir bulan Desember 2006, yaitu masalah poligami dai kondang Aa Gym yang menuai protes dan kontroversi tersebut. Menurut pengamatan peneliti dari hasil wawancara dengan redaktur pelaksana cek & ricek (2007 07 11) bahwa intensitas

pemberitaan tabloid Cek & Ricek menunjukkan grafik naik mulai merebaknya pemberitaan poligami Aa Gym awal Desember 2006 hingga puncaknya yaitu pada pertengahan Desember 2006, berita ini menduduki *rating* tertinggi (*hot gossip*). Cek & Ricek menyoroti realitas ini ke dalam beberapa pemberitaan kedalam satu edisi penerbitan. kemudian intensitas pemberitaan ini mulai menurun hingga akhir Desember 2006. jika dibuat kedalam sebuah grafik maka akan terlihat seperti dibawah ini:

Skema I

**Grafik pemberitaan Cek & Ricek Tentang Poligami Aa Gym
Edisi Terbit Desember 2006**

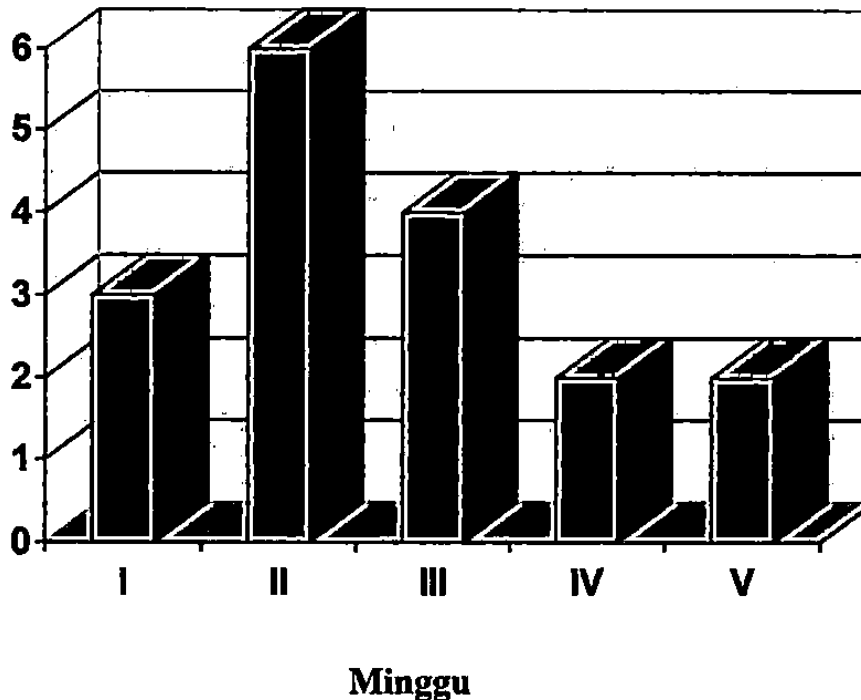


Sumber : Pemberitaan tabloid Cek & Ricek tentang poligami Aa Gym bulan Desember 2006 diarsipkan

2. Intensitas Pemberitaan Tabloid Suara Islam

Sama seperti tabloid Cek & Ricek, tabloid Suara Islam juga menaruh perhatian besar terhadap realitas ini. Namun berbeda dengan Suara Islam pada pemberitaannya menunjukkan grafik naik mulai minggu ke dua di bulan Desember. menunjukkan grafik intensitas pemberitaan yang stabil (tidak terlalu intens dalam pemberitaan) pada bulan Desember, khususnya pada minggu pertama, intensitas pemberitaan Suara Islam belum menunjukkan angka yang signifikan. Intensitas pemberitaan Suara Islam mulai naik pada minggu kedua bulan Desember sampai kemudian cenderung stabil hingga akhir bulan Desember.

Skema II
Grafik Pemberitaan Tentang Poligami Aa Gym
Edisi Terbit Desember 2006



B. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka, rumusan masalah yang akan diangkat yaitu;

1. Bagaimana tabloid Cek&Ricek dan Suara Islam membingkai tentang poligami Aa Gym?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi *frame* yang dibentuk Cek & Ricek dan Suara Islam dalam membingkai sebuah realitas?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami:

1. Tabloid Cek&Ricek dan Suara Islam dalam membingkai kasus poligami Aa Gym.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Cek&Ricek dan Suara Islam dalam mengkonstruksikan realitas tentang pemberitaan poligami.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis yaitu;

1. Manfaat teoritis:
 - a. Dapat dijadikan salah satu referensi untuk melakukan penelitian berbasis analisis *framing* dengan objek penelitian yang lainnya

- b. Dapat dijadikan referensi bagi siapa saja yang ingin mencoba untuk memahami pola pemberitaan media massa khususnya dilihat dari sudut pandang framing.

2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan:

a. Bagi peneliti

Manfaat penelitian adalah untuk menambah wawasan tentang realitas pemberitaan media dalam membingkai berita.

b. Bagi pihak lain (masyarakat)

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak lain dalam membingkai suatu berita untuk penelitian serupa.
2. Dapat memahami ideologi kedua media tersebut dan menjadi masukan bagi kalangan intern media massa khususnya dalam hal membingkai pemberitaan.

E. Kerangka Teori

1. Paradigma Konstruksionis dalam Analisis Framing

Di dalam studi komunikasi dikenal dua paradigma, yaitu paradigma konstruksionis (proses dan produksi pesan). Sedangkan dalam paradigma positivis, komunikasi digambarkan sebagai suatu proses yaitu bagaimana proses komunikasi yang terjalin antara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*). Pesan di sini artinya adalah pesan yang terlihat sehingga dapat diukur dan dihitung. Dalam pandangan konstruksionis, komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran

makna. Pandangan ini lebih menekankan bagaimana pihak-pihak yang berkomunikasi (*sender* maupun *receiver*) mengkonstruksi pesan dan menghasilkan makna sehingga dapat dipahami satu sama lain. Tidak hanya mengerti satu sama lain akan tetapi penerima pesan (*receiver*) mau menerima arti makna yang terkandung di dalam pikiran si pengirim pesan (*sender*). Dalam hal ini, pesan adalah suatu konstruksi yaitu apa yang dikonstruksi oleh pengirim (*sender*) dan apa yang di baca oleh penerima pesan(*receiver*).

Tabel I
Perbedaan Paradigma Positivis dan Konstruksionis

Positivis	Konstruksionis
1. Ada fakta riil yang diatur oleh kaidah- kaidah tertentu yang berlaku universal	1. Fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran suatu fakta bersifat relatif, berlaku dalam konteks tertentu
2. Media sebagai saluran pesan	2. Media sebagai agen konstruksi pesan
3. Berita adalah cerminan dan refleksi dari kenyataan. Karena itu, berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak diliput	3. Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas
4. Berita bersifat objektif dan menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pembuat berita	4. Berita bersifat subjektif. Opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif
5. Wartawan sebagai pelapor.	5. Wartawan sebagai partisipan yang menjembatani keanekaragaman subjektifitas pelaku sosial.

6. Nilai, etika, moral, opini dan pilihan moral berada di luar proses peliputan berita	6. Nilai, etika, moral atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu berita
7. Nilai, etika, moral dan pilihan moral harus berada di luar proses peliputan berita	7. Nilai, etika dan pilihan moral bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian
8. Berita yang diterima sama dengan apa yang dimaksudkan oleh pembuat berita	8. Khalayak mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKIS, Yogyakarta, 2002, hal 20-35

Jadi perbedaan kedua paradigma ini terletak pada obyek yang diteliti yang satu meneliti mengenai proses pesan yang terjadi. Sedangkan paradigma konstruksionis meneliti mengenai bagaimana orang satu sama lain mengkonstruksi pesan dan menterjemahkannya kembali sehingga menghasilkan makna yang dapat dimengerti satu sama lain.

Dalam analisis *framing*, teks adalah salah satu pertanda dalam memaknai suatu makna. Pemilihan dan penggunaan dari teks tersebut sangat berkaitan dengan ideologi yang dianut oleh suatu media. Hal yang paling mendasar mengenai paradigma konstruksionis yaitu bagaimana pesan atau teks diproduksi, faktor-faktor apa yang mempengaruhi produksi dari suatu pesan.

Dedy N Hidayat mengatakan media massa berfungsi memasok dan menyebarkan informasi yang diperlukan dalam penentuan sikap, dan memfasilitasi pembentukan opini publik dengan menempatkan dirinya sebagai wadah

independen dimana isu-isu permasalahan umum bisa diperdebatkan.(Agus Sudibyo, 2001:37)

Namun kadang secara sadar maupun tidak informasi yang didapatkan seseorang dari sebuah media massa tertentu memiliki kecenderungan subyektif yang besar, tentunya arah dan tingkat subyektifitas pemberitaan (informasi) tersebut tergantung oleh kepentingan dan ideologi media massa tersebut.

2. Proses produksi berita

Media massa merupakan sebuah alat komunikasi dan akses informasi yang sangat diandalkan oleh masyarakat pada era sekarang ini. Terbentuknya masyarakat informasi tak lain juga karena sumbangan yang besar akan peran media massa dalam kehidupan sebuah komunitas atau masyarakat tertentu. Akan tetapi media massa sebagai penyampai informasi yang seharusnya objektif dalam kinerjanya pada kenyataannya tidak bisa terlepas dari subjektivitas ketika membingkai sebuah realitas yang terjadi hingga nantinya tersaji kedalam bentuk pemberitaan yang siap untuk dibaca para penikmat media.

Sebagai sebuah institusi yang besar subjektivitas yang tidak bisa dihilangkan dalam sebuah pemberitaan media massa ini dipengaruhi oleh banyak hal antara lain sudut pandang dan kepentingan wartawan sebagai ujung tombak dalam mengumpulkan fakta dilapangan ketika melihat realitas yang terjadi, kemudian dilanjutkan oleh subjektivitas editor sebagai pihak kedua yang mengolah fakta yang telah terkumpul belum lagi kebijakan redaksional yang harus ditetapi oleh individu-

individu yang bekerja sebagai awak media hingga latar belakang pemilik media pun juga banyak mempengaruhi subjektivitas dalam sebuah pemberitaan. Maka dari itu dengan banyaknya kepentingan yang ada dalam sebuah institusi media massa maka subjektivitas senantiasa hadir dalam setiap pemberitaan.

Pemberitaan merupakan sebuah hasil akhir dari sebuah proses produksi berita ini menurut Water Lippman adalah upaya menemukan isyarat jelas yang objektif yang memaknai suatu peristiwa. Oleh karena itu, berita bukanlah cermin kondisi sosial, tetapi laporan tentang salah satu aspek yang ditonjolkan. Dengan demikian perhatian kita diarahkan pada hal-hal yang menonjol (dan bernilai untuk diperhatikan) sebagai laporan berita yang terencana dan rutin. (Denis Mcquill, 1991:189)

Berita, dalam pandangan Fishman, bukanlah refleksi atas distorsi dari realitas yang seakan berada diluar sana. Titik perhatian tentu saja bukan apakah berita merefleksikan realitas atau apakah berita distorsi atas realitas. Apakah berita sesuai dengan kenyataan atautkah bias terhadap kenyataan yang digambarkannya. Kenapa? Karena tidak ada realitas dalam arti riil yang berada diluar wartawan. Kalaulah berita itu merefleksikan sesuatu maka refleksi itu adalah praktik pekerja dalam organisasi yang memproduksi berita. Berita adalah apa yang pembuat berita buat. (Eriyanto, 2002 :100)

Menurut Fishman, ada dua kecenderungan studi bagaimana proses produksi berita dilihat pandangan pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Dalam bentuknya yang umum pandangan ini adalah "

melahirkan teori seperti *gatekeeper*. Intinya, proses produksi berita adalah proses seleksi. Seleksi ini dari wartawan di lapangan yang akan memilih mana yang penting dan mana yang tidak, mana peristiwa yang bisa diberitakan mana yang tidak. Pendekatan yang kedua adalah pembentukan berita (*creation of news*). Dalam perspektif ini, peristiwa itu bukan diseleksi, melainkan sebaliknya, dibentuk. (Eriyanto, 2002 :100-101)

Setelah berita itu masuk ke tangan redaktur, akan diseleksi lagi dan disunting dengan menekankan bagian mana yang perlu dikurangi dan bagian mana yang perlu ditambah. Pandangan ini mengandaikan seolah-olah ada realitas yang benar-benar riil yang ada di luar diri wartawan. Realitas yang riil itulah yang akan diseleksi oleh wartawan untuk kemudian dibentuk dalam sebuah berita. Wartawanlah yang membentuk peristiwa: mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi melainkan dikreasi oleh wartawan.

Dalam studi media ada tiga pendekatan dalam menjelaskan isi media diantaranya: Pertama, melalui pendekatan politik-ekonomi (*the political economy approach*). Pendekatan ini berpendapat bahwa media isi lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik diluar pengelola media. Suatu media ditentukan oleh berbagai faktor seperti faktor pemilik media, modal dan pendapatan media. Faktor-faktor inilah yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan serta ke arah mana saja kecenderungan

Kedua, melalui pendekatan organisasi (*organisational approaches*). Dalam pendekatan ini melihat media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita. Dalam pendekatan ini, berita dilihat sebagai hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Praktik kerja, profesionalisme dan tata aturan yang ada dalam ruang organisasi adalah unsur-unsur dinamik yang dapat mempengaruhi pemberitaan. Dalam hal ini media mempunyai otoritas untuk menentukan apa yang boleh/ tidak boleh, apa yang layak / tidak layak untuk diberitakan.

Ketiga, pendekatan kultural (*culturalist approach*). Dalam pendekatan ini proses produksi berita dilihat sebagai mekanisme yang rumit yang melibatkan faktor internal media (rutinitas organisasi media) sekaligus juga faktor eksternal di luar dari media itu sendiri.

Di dalam proses panjang pembentukan sebuah berita akan banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam hal ini ada lima faktor yang mempengaruhi pendefinisian realitas di suatu media, diantaranya:

Pertama, Faktor individual. Faktor yang berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Latar belakang wartawan seperti jenis kelamin, umur, atau agama, sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. (Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message*, 1996: 102)

Media dalam menurunkan sebuah berita selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan dan pengelola media, dampak dari hal tersebut media akan memutuskan mana yang akan dimuat dan mana yang tidak akan dimuat untuk

Kedua, Faktor rutinitas media (*media routine*). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita, rutinitas media juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk melalui proses dan tangan siapa saja sebelum sampai ke proses cetak. (Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message*, 1996: 137)

Jika media menampilkan aspek tertentu bukan berarti media tersebut memerankan peran negatif dalam proses pembentukan produksi berita untuk mengelabui publik. Hal ini bisa saja terjadi, akan tetapi semua proses seleksi terjadi karena rutinitas kerja kereaksionalan yang dianggap sebagai suatu bentuk rutinitas organisasi media. Disinilah seorang redaktur memegang sebuah kendali pemberitaan, redaktur memiliki otoritas penuh atas pemilihan suatu peristiwa yang layak atau tidak layak untuk dijadikan suatu berita.

Ketiga, Faktor organisasi. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, lebih dari itu ada aspek lain yang mempengaruhi seperti bagian redaksi ada juga bagian pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi. (Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message*, 1996: 172-173)

Beberapa faktor tersebut sangat mempengaruhi sebuah peristiwa untuk dijadikan berita. Kepentingan ekonomi seperti pemilik modal, pengiklan dan pemasaran selalu mempertimbangkan sebuah peristiwa yang dapat menaikkan angka penjualan atau oplah media.

Keempat, Faktor ekstramedia. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada diluar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan

media. Ada tiga faktor di luar lingkungan media yang mempengaruhi pemberitaan yaitu:

Sumber berita. Disini dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi berita, sumber berita memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberikan informasi yang baik bagi dirinya, dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya. (Pamela J. Shoemaker and Sthepen D. Reese, *Mediating The Message*, 1996: 219-220)

Sumber informasi juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan alasan-alasan tertentu, misal sumber berita ketika memberikan informasi kepada khalayak akan dapat membentuk dan membangun citra positif sehingga tanpa sadar khalayak turut mendukung argumentasi pembenaran sumber berita.

Faktor sumber penghasilan media. Pada tahapan ini sebuah institusi media dalam menentukan kelanggengannya, media membutuhkan dana dalam hal ini iklan. “ untuk bertahan hidup kadangkala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. Misalnya media tidak akan memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan”. (Agus Sudiby, 2001: 11)

Akibatnya pemberitaan akan tunduk dan patuh terhadap pengiklan, kemudian yang terjadi adalah subyektifitas media akan terancam. Bagaimanapun media tidak memiliki opsi lain apabila keburukan dari salah satu pelanggan iklan dijadikan suatu kasus atau bahan pemberitaan publik, maka pengiklan tidak segan-segan untuk mengembargo media tersebut dengan cara berhenti langganan atau menjadi

Pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita apa saja yang disajikan. Karena dalam negara otoriter, negara menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Pemerintah dalam banyak hal memegang lisensi penerbitan. (Agus Sudibyo, 2001:12)

Media jika ingin tetap terbit harus selalu mengikuti aturan-aturan dan batasan-batasan dari pemerintah. Keadaan ini tentu saja berbeda dengan negara yang demokratis, ampur tangan negara praktis tidak ada, justru yang besar adalah pengaruh dari lingkungan pasar dan bisnis.

Kelima, Faktor ideologi. Dalam hal ini ideologi diartikan sebagai kerangka berpikir yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Level ideologi pada tataran ini adalah suatu konsep yang abstrak., yang berhubungan dengan persepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Ideologi yang abstrak diartikan siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik. (Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message*, 1996: 251)

Pada level ini, media berhak menentukan apa yang akan disajikan kepada publik, pada saat media akan menerapkan kekuasaannya untuk membentuk opini khalayak sesuai dengan keinginannya. Kekuasaan dalam media bagaimana jurnalis didikte dan dikontrol dalam memberitakan peristiwa dengan perspektif tertentu.

Pada prakteknya media massa akhirnya menjadi sebuah tolok ukur masyarakat dalam melihat sebuah isu yang terjadi, karena lambat laun keberadaan media massa inilah yang banyak mempengaruhi opini publik terhadap sebuah realitas

yang terjadi. Oleh karena itulah apa yang disajikan media massa baik itu menyangkut sudut pandang dalam melihat realitas yang terjadi, sikap media massa terhadap sebuah realitas maupun dianggap penting atau tidaknya sebuah realitas melalui pemberitaannya terhadap sebuah realitas yang terjadi di masyarakat akan banyak mempengaruhi opini publik dalam menyikapi sebuah realitas yang terjadi. Dan opini publik terhadap sebuah realitas ini akan selalu beragam karena sudut pandangan media massa terhadap sebuah realitas juga beragam menurut ideologi wartawan maupun media massa, dan kepentingan-kepentingan yang ada dalam tubuh media massa itu sendiri.

3. Media Massa dan Ideologi

Ideologi adalah pemahaman yang abstrak, sehingga pemahaman tersebut diterjemahkan secara berbeda oleh setiap individu. Sebuah media juga mempunyai ideologi yang berbeda dengan media yang lain dalam mendefinisikan realitas.

Untuk mengembangkan ideologi yang dibawa, media memakai atribut-atribut tertentu yang dapat mengkondisikan pesan-pesan yang dikomunikasikan. Seperti yang dikatakan McLuhan, "*the medium is the message*" medium itu sendiri merupakan pesan. "apa-apa yang dikatakan" ditentukan secara mendalam oleh media. Terlebih lagi jika disadari bahwa dibalik pesan yang disampaikan oleh media tersembunyi mitos, yaitu kepentingan media itu sendiri. (Eriyanto 2004: 37)

Kepentingan media yang termanifestasi kedalam suatu pemberitaan inilah yang akhirnya bisa mempengaruhi sebuah pandangan-pandangan yang sifatnya

generalisasi (umum) dalam sebuah ruang lingkup masyarakat tertentu kepada elite politik, kelompok marjinal, minoritas, mayoritas, individu maupun sebuah organisasi atau badan usaha tertentu, yang menjadi objek pemberitaan dari sebuah media massa.

Oleh karena itulah eksistensi sebuah berita yang disebarluaskan oleh media massa dalam ruang lingkup masyarakat tertentu sangat berperan besar pada pola pikir, cara pandang pada sebuah realitas tertentu bahkan bisa jadi nantinya dapat terekspresikan kedalam tindakan-tindakan konkret tertentu baik yang sifatnya menolak maupun menerima sebuah wacana yang berkembang.

Dalam pandangan Magnis-Suseno kata ideologi paling umum dipergunakan dalam arti “kesadaran palsu”. Itu berlaku baik dikalangan filsuf dan ilmuwan sosial, maupun di sebagian masyarakat di barat. Jadi secara spontan bagi kebanyakan orang kata ideologi mempunyai konotasi negatif, sebagai klaim yang tidak wajar, atau sebagai teori yang tidak berorientasi pada kebenaran. Melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakan. (Alex Sobur, 2004 : 66)

Bahkan Eriyanto menempatkan ideologi sebagai konsep sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini menurutnya, karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk praktek ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Jadi secara garis besar dapat kita katakan pula bahwa sebuah media massa sebenarnya bukanlah institusi yang bebas nilai seperti apa yang kaum positivis katakan bahwa apa yang ditampilkan oleh media massa dalam pemberitaannya itulah yang merupakan cerminan realitas (*mirror of reality*) yang sesungguhnya

Menurut Louis Althusser ideologi bukanlah "kesadaran palsu" seperti yang ditegaskan Marx. Melainkan sesuatu yang "*profoundly unconscious*" yaitu sebagai hal-hal yang secara mendalam tidak disadari. Ideologi adalah segala hal yang sudah tertanam dalam diri individu sepanjang hidupnya. "history turn into nature" produk yang seolah-olah menjelma sesuatu yang alamiah. Sejak buaian hingga kuburan manusia hidup dengan ideologi. (Bagus Takwin, 2006 : 16)

Ideologi disini membawa kita bergerak dalam relasi yang tak nyata namun seolah nyata, menerima yang semu seolah nyata. Tetapi karena sifatnya yang tidak disadari, manusia berespon seolah semua itu nyata. Menanggapi ilusi sebagai realitas sesungguhnya. Seperti halnya kita menyadari kapan pemahaman tentang pengelolaan tubuh terbentuk dalam benak kita. Kita tidak ingat siapa yang menjelaskan cara berpikir yang kita pakai sekarang dan mengapa cara itu yang digunakan. Kepercayaan yang tertanam tanpa disadari itulah yang dinamakan ideologi.

Dalam penjelasan Althusser agen produksi, eksploitasi dan represi termasuk pra profesional dari ideologi dengan cara sedemikian rupa harus ikut bergerak seirama dalam ideologi yang mendukung produksi agar dapat menjalankan tugas dengan teliti dan berguna bagi reproduksi produksi. Berbagai pihak terlibat dalam relasi produksi yang terus dipertahankan dan dikembangkan. Sesuai dengan tugas masing-masing (Bagus akwin, 2006: 23)

Unuk menjaga keberlangsungan proses reproduksi produksi dan relasi produksi, negara dikembangkan sebagai struktur tertinggi yang mempersatukan dan memaksa individu tetap rekat dan bergerak menjalankan proses proses itu

Negara dengan aparatusnya menjaga dengan berbagai cara agar kondisi yang menunjang reproduksi dan relasi produk berlangsung terus. Althusser mengatakan ada dua jenis aparatus negara : 1. *RSA (Repressive State Apparatus)* yaitu, bekerja dengan cara represif lewat penggunaan kekerasan (militer, polisi, hukum, penjara, pengadilan) 2. *ISA (Ideological State Apparatus)* bekerja dengan cara persuasif, ideologis (agama, pendidikan, keluarga, media massa). Dengan dasar pemikiran bahwa setiap individu sudah dipersiapkan sebagai subjek yang akan diletakkan dalam struktur-struktur sejak struktur kecil keluarga hingga negara. (Bagus Takwin, 2006: 24)

Disini ISA (*Ideological State Apparatus*) bekerja menggiring individu subjek yang dengan kerelaan dan kehendaknya menjadi makhluk-makhluk bentukan yang bekerja melanggengkan proses reproduksi tanpa perlu diawasi. Setiap individu berperan sebagai agen ideologi yang ikut serta menyebarkan ideologi melalui berbagai struktur sesuai dengan perannya. Baik sebagai anggota keluarga, pekerja, pemikir dan sebagainya.

4. Konsep Analisis Framing

1. Framing sebagai proses konstruksi

Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. (Eriyanto, 2002 : 3)

Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Bagaimana peristiwa yang sama dapat dikonstruksi secara berbeda dengan menggunakan bingkai (*frame*) yang berbeda pula.

Media dalam hal ini dapat mencakup orang-orang yang ada di balik pembuatan isi media termasuk dalam bidang kebidanan. Media dalam

menyajikan suatu pemberitaan tidak lepas dari bagaimana media tersebut dalam memaknai suatu peristiwa yang terjadi. Proses pemaknaan inilah yang disebut *framing*. *Framing* melihat bagaimana suatu peristiwa yang sama dapat dikonstruksikan secara berbeda, perbedaan-perbedaan ini timbul karena masing-masing peristiwa dipandang dari *frame* yang berbeda pula. Akibatnya peristiwa yang sama akan membentuk suatu realitas yang berbeda satu sama lain.

Berbagai pendapat dari para ahli komunikasi yang mencoba untuk mendefinisikan kerangka analisis yang merupakan perkembangan atau versi terbaru dari sebuah analisis wacana yang terlebih dahulu muncul sebagai kajian “pisau” analisis guna mengetahui kompleksitas sebuah teks media. Berbagai definisi tersebut dapat diringkas dalam tabel berikut:

Tabel II

Seleksi Isu dan Penekanan Isu

Robert N Etman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain
William. A Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas / dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
-------------	--

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKIS, Yogyakarta, 2002, hal 66-67

Dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatiannya adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing* lebih melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca.

2. Konsep Analisis Framing Robert N Entman

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar. Seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas / isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Tabel III
Aspek Framing Robert N Entman

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini 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.
Penonjolan aspek tertentu dari isu.	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa / isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKIS, Yogyakarta, 2002, hal 188

Dalam prakteknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain serta menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana-penempatan yang mencolok (penempatan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang / peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. (Eriyanto, 2002 : 186)

Dengan bentuk seperti itu, sebuah ide atau gagasan dan ditafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak. Karena kemenonjolan adalah produk interaksi dari penerima. Kehadiran frame dalam teks bisa jadi tidak seperti yang dideteksi oleh media. Khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks dan bagaimana teks berita tersebut dikonstruksi

3. Elemen *Framing* Robert N Entman

Elemen *framing* dalam suatu berita menurut Robert N Entman menekankan pada empat poin yaitu;

Tabel IV
Kerangka Analisis *Framing* Robert N Entman

<i>Define Problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu masalah / isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai suatu penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang dijelaskan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi dan mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (menekankan penyelesaian)	Penyelesaian masalah apa yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah itu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKIS, Yogyakarta, 2002, hal 187-189

***Define Problems* (Pendefinisian Masalah)**

Tahap ini adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing. Elemen ini merupakan *master frame* atau bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami

secara berbeda. Bingkai yang berbeda ini akan menimbulkan realitas bentukan yang berbeda.

Diagnose Causes (memperkirakan penyebab masalah)

Merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor peristiwa. Penyebab disini berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda.

Make Moral judgement (membuat pilihan moral)

Adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan / memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Treatment Recommendation (menekankan penyelesaian)

Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan dipahami oleh khalayak.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian konstruktif dengan metode analisis *framing*. Paradigma konstruksionis memandang bahwa tidak ada realitas yang objektif, semua realitas subjektif tergantung dari sudut pandang dan konstruksi tertentu. Metode ini berusaha untuk mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai peristiwa, salah satunya yakni, untuk melihat konstruksi media yaitu dengan menggunakan analisis *framing*. Pendapat dan pandangan media akan terlihat tidak hanya dari berita yang ditampilkan akan tetapi artikel juga dapat menggambarkan *frame* yang dipakai oleh suatu media. Reputasi suatu surat kabar atau majalah terbangun bukan karena hanya sajian berita-beritanya yang aktual melainkan juga karena ditunjang karena kehadiran artikel-artikelnya yang ditulis oleh para pakar dari latar belakang disiplin ilmu, profesi, dan keahlian sangat beragam. (Haris Sumadiria, 2005 : 11)

Dalam hal ini data yang peneliti amati berupa isi teks media dalam media cetak yakni terkait dengan pemberitaan mengenai pemberitaan Aa berpoligami yang terdapat dalam tabloid Cek & Ricek dan Suara Islam. Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan bagaimana Cek & Ricek dan Suara Islam menyajikan pemberitaan yang sama akan tetapi dikemas secara berbeda. Melalui analisis *framing* peneliti akan dapat mengetahui konstruksi yang dilakukan Cek & Ricek dan Suara Islam dalam mengemas pemberitaan poligami Aa Gym tersebut. Hasil akhir penelitian ini bergantung pada bagaimana peneliti melihat Cek & Ricek dan Suara Islam dalam

mengkonstruksi peristiwa kecelakaan yang sama dan diberitakan kembali secara berbeda.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka melalui sumber-sumber dokumen catatan yang mengandung petunjuk. Dalam hal ini mengumpulkan bahan-bahan yang berhubungan dengan penilaian dan teori analisis framing. Hal ini meliputi buku-buku teori terkait dan juga internet *browsing* yang menyangkut mengenai tulisan-tulisan yang berhubungan dengan topik penulisan, selain itu juga inventarisasi berita di koran (kliping) dan jurnal.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen dan catatan yang dimiliki unit analisis, sehingga dapat dimanfaatkan guna memperoleh data serta melengkapi data. Untuk itu peneliti mempelajari dokumen-dokumen dan catatan di tabloid *Cek&Ricek* dan *Suara Islam* selama edisi Desember 2006.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan pada pihak redaksi *Cek & Ricek* dan *Suara Islam*. Hal ini agar analisis internal yang dilakukan lebih valid

3. Analisis Data

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksikan oleh media. Ada banyak definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli, akan tetapi meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian ada titik singgung utama dari definisi *framing* tersebut. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* dimana secara garis besar yang disebut analisis *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. (Eriyanto, 2002:10)

Pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi fokus kajian dalam analisis *framing* adalah konstruksi realitas yang ada dalam teks media (berita), sebelum kita berbicara lebih lanjut mengenai definisi berita ada baiknya kita ketahui bahwa analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Adapun paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya.

Konsep *framing* yang dikemukakan menurut Entman, menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Kajian yang hendak diteliti oleh peneliti berkaitan erat dengan konsep *framing* yang dikemukakan oleh Entman. Dimana *Framing* memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat

teks. Kata penelitian itu sendiri dapat didefinisikan yaitu membuat informasi

terlihat jelas, lebih bermakna dan mudah diingat oleh khalayak dan juga lebih tersimpan dalam memori dibandingkan dengan disajikan secara biasa. Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam seperti menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol dibandingkan yang lain, lebih moncolok, dan melakukan pengulangan informasi yang dianggap penting. Seperti halnya pemberitaan mengenai poligami Aa Gym, agar beritanya dapat diingat oleh khalayak, misal: Cek & Ricek dalam memberitakan seputar-poligami Aa Gym selama bulan Desember berita poligami Aa Gym memiliki intensitas pemberitaan yang cukup tinggi dan menjadi topik utama yang diberitakan.

Dengan bentuk seperti itu , media massa yang menjadi objek penelitian yaitu Cek&Ricek dan Suara Islam mengangkat kasus pemberitaan mengenai poligami Aa Gym yaitu bagaimana teks komunikasi yang ditampilkan serta bagian mana yang ditonjolkan. Sebuah ide atau gagasan dan ditafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak. Karena kemenonjolan adalah produk interaksi antara teks dan penerima. Kehadiran *frame* dalam teks bisa jadi tidak seperti yang dideteksi oleh peneliti, khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks dan bagaimana teks berita tersebut dikonstruksi dalam pikiran