

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bangsa Indonesia kembali dihebohkan dengan beredarnya film kontroversi berjudul *Buruan Cium Gue!* (BCG!). Film dengan sub judul ‘*Satu Ciuman Sejuta Rese-nya...*’ ini akhirnya melalui SK No. KM 53/UM 001/MKP/2004 yang ditandatangani oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata (Menbudpar), I Gede Ardika ditarik dari peredaran pada tanggal 20 Agustus 2004.

Kontroversi ini bermula dari kritik KH Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) dalam ceramah “*Indahnya Kebersamaan*” yang disiarkan SCTV, 8 Agustus 2004. Pada kesempatan itu Aa Gym mengungkapkan bahwa dalam ajaran Islam, ciuman yang dilakukan kepada orang yang bukan muhrim merupakan bagian dari zina. Oleh karena itulah ia memlesetkan *Buruan Cium Gue!* menjadi *Buruan Zinai Gue!*

Protes Aa Gym atas film BCG! pun mendapatkan dukungan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), tokoh agama Katolik, Kristen Ortodoks, Hindu, dan Budha serta berbagai lapisan masyarakat. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi mengapa mereka mendukung Aa Gym dan menuntut penarikan film tersebut dari peredaran. *Pertama*, kehidupan pelajar yang menjadi latar cerita tidak memperlihatkan kegiatan belajar, melainkan hanya suasana hura-hura, pesta dengan minuman keras, dan pegunungan mengenai bagaimana cara berciuman. *Kedua*, *shilling* (gila-gila film) yang ditayangkan di televisi berisi adegan ciuman

yang terlalu vulgar. *Ketiga*, penempatan Buruan Cium Gue! sebagai judul film dinilai provokatif karena ciuman dijadikan sebagai isu sentral dalam cerita.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut di atas itu Aa Gym dan para pendukungnya kemudian mengambil tindakan. Adapun tindakan yang dilakukannya adalah menemui pihak Lembaga Sensor Film (LSF) dengan membawa bukti ribuan surat keberatan dari masyarakat atas beredarnya film tersebut. Dalam pertemuan itu Titi Said selaku ketua LSF menjelaskan bahwa pihaknya meluluskan film tersebut setelah dilakukan pemotongan gambar. Permasalahannya adalah pihaknya sering dikelabui dengan cara film yang dikirim ke LSF hanya *copy*-nya saja, sementara yang diputar adalah masternya yang belum disensor.

Mengacu pada UU No. 8 tahun 1992 pasal 31, pihak LSF tidak berwenang untuk menarik kembali peredaran film tersebut. Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa pemerintah dapat menarik suatu film apabila dalam penayangannya mengganggu ketertiban, ketentraman, dan keselarasan hidup masyarakat. Oleh karena itu LSF menyerahkan tuntutan penarikan film tersebut pada Badan Pertimbangan Perfilman Nasional (BP2N) yang akan meneruskannya ke pemerintah pusat, dalam hal ini Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

Bukti keberatan masyarakat akan film BCG! yang disampaikan melalui surat tersebut akhirnya mendorong pihak Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata memberikan instruksi kepada LSF agar mengeluarkan surat pembatalan SLS (Surat Lolos Sensor) atas film tersebut. Instruksi tersebut banyak mendapat respon positif dari masyarakat, namun di sisi lain ternyata di antara kalangan masyarakat

Indonesia ada yang marah bahkan protes dengan penarikan peredaran film BCG! tersebut.

Kelompok yang mengatasnamakan diri Ekspresionis Pendukung Kebebasan Berekspresi (Ekspresi) ini menentang dan menyesalkan penarikan peredaran film BCG!. Bergabung dalam Ekspresi antara lain Goenawan Mohamad (budayawan dari Institut Studi Arus Informasi), Ulil Abshar Abdalla (Jaringan Islam Liberal), Angelina Sondakh (anggota DPR 2004-2009 dan mantan Putri Indonesia), Oppie Andaresta (penyanyi), Ayu Utami (novelis), Rizal Malarangeng (*Freedom Institute*), Sitok Srengenge (penyair), Tita Rubi (perupa), Tisna Sanjaya (pelukis), Tony Prabowo (komposer), dan dari kalangan artis adalah Nicholas Saputra, Rieke Dyah Pitaloka, dan Jajang C Noer. Bahkan, ada pula sineas dan sutradara terkemuka seperti Garin Nugroho, Riri Reza, Mira Lesmana, Aria Kusumadewa dan Shanty Harmayn serta tokoh aktivis pergerakan HAM seperti Faisal Reza dan Yeni Rosa Damayanti (<http://www.kompas.com/> diakses pada tanggal 13 Februari 2005).

Bertempat di Teater Utan Kayu (*basecamp* Jaringan Islam Liberal atau biasa disingkat JIL) para anggota Ekspresi, termasuk diantaranya Goenawan Mohamad (salah satu pendiri majalah *Tempo*) sepakat menentang langkah sejumlah pihak antara lain Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Majelis Ulama Indonesia, dan KH Abdullah Gymnastiar yang menyatakan sikap mereka terhadap film BCG! melalui tekanan, ancaman, dan penghakiman sepihak dengan mengatasnamakan moral bangsa. Menurut Ekspresi, pelarangan atas dasar apapun termasuk alasan moral dan agama tidak boleh dilakukan, karena sekali alasan itu digunakan maka alasan tersebut dapat dimanipulasi dan disala-

waktu untuk memberangus kebebasan berkarya. Kelompok pemrotes ini dengan tegas menyatakan bahwa, “pemberangusan terhadap BCG! akan membuka jalan bagi kembalinya represi dan kesewenangan terhadap dunia kreativitas seperti yang sering terjadi pada zaman orde baru” (<http://www.republika.co.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2005).

Pernyataan-pernyataan yang disampaikan Ekspresi yang nota bene memiliki hubungan dekat dengan JIL ini tentu saja tak jauh beda dengan apa yang diungkap oleh Koordinator Kajian JIL, Abd Moqsith Ghazali. Menurut Moqsith, “Menghadirkan agama ke dalam dunia film sungguh musykil (tidak masuk akal-pen). Islam tidak bisa dijadikan parameter tunggal untuk menilai sebuah karya film” (*Media Indonesia*, 26 Agustus 2004). Baik Ekspresi maupun JIL ini ternyata sepaham dengan Raam Punjabi. Bos Multivision yang memiliki hubungan dengan para seniman yang tergabung dalam Ekspresi ini menyatakan bahwa, “Tidak ada film yang sesuai dengan ajaran agama. Oleh sebab itu film tidak bisa dikaitkan dengan agama, karena jika dikaitkan dengan agama maka di Indonesia tidak boleh ada industri film” (<http://www.gatra.com/> diakses pada tanggal 13 Februari 2005).

Munculnya pendapat yang beragam mengenai kontroversi penarikan peredaran film BCG! ini akhirnya berimbas pada pemberitaan di media massa. Media tidak menyia-nyiakkan kesempatan untuk menceritakan kontroversi ini. Berbagai komentar dan analisa silih berganti mengisi media untuk mengungkap penarikan peredaran film BCG!. Realitas yang sama masing-masing media memiliki penekanan yang berbeda dalam memberitakannya. Setiap media selalu berupaya membentuk opini untuk bisa memaknai berita menurut apa yang dikehendakinya. Berbagai macam opini mengenai penarikan per-

yang berkenbang di masyarakat memungkinkan media juga memiliki kepentingan tertentu ketika memuliskan berita. Hal ini dikarenakan oleh berita yang sampai kepada khalayak merupakan hasil seleksi dari peristiwa yang muncul dan dianggap oleh pihak media mempunyai nilai berita.

Berita mengenai penarikan peredaran film BCG! sarat dengan konflik, sedangkan keterlibatan sebuah konflik dalam media adalah sesuatu yang tak pernah henti dibicarakan publik karena konflik merupakan salah satu komponen penting dalam proses produksi berita.

Penelitian ini memandang berita bukan semata-mata informasi yang berisi 5W (*what, where, when, who, why*) dan 1H (*how*) saja, melainkan juga menjelaskan mengenai apa yang menjadi orientasi media. Berita memuat realitas yang dikemas dalam bingkai (*frame*) yang diproduksi sendiri oleh media dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Dalam konteks media nasional, penulis akan melihat bagaimana majalah *Tempo* dan majalah *Forum* memberitakan kasus BCG!. Pilihan penulis tersebut bukan tanpa alasan. Menurut penulis, ada tiga pertimbangan dalam menentukan media tersebut sebagai bahan kajian. *Pertama*, kedua majalah tersebut sama-sama merupakan majalah berita mingguan nasional. Artinya bahwa majalah tersebut dapat menjangkau masyarakat secara luas sehingga mampu membawa pengaruh yang besar pula pada pembacanya (masyarakat). *Kedua*, majalah tersebut sama-sama memiliki perhatian yang besar terhadap kasus BCG!. Hal ini terbukti dari jumlah berita yang diturunkan *Tempo* mencapai enam halaman, bahkan majalah *Forum* mencapai sembilan halaman dalam satu edisinya. *Ketiga*, 1

majalah ini memiliki nilai

pemberitaan yang berbeda, bahkan bertentangan satu sama lain. Misalkan saja narasumber yang dominan dalam pemberitaan kasus BCG! tersebut. Majalah *Tempo* yang menghadirkan wawancara eksklusif dengan Raam Punjabi (produser BCG!) menurunkan beritanya berjudul “Film itu Tidak Mengajak Berzina.” Berseberangan dengan majalah *Forum* yang memuat wawancara eksklusif dengan Aa Gym (pihak yang kontra terhadap BCG!) menurunkan beritanya berjudul “BCG! Mengajak Masyarakat Berzina.” Perbedaan kedua majalah ini semakin menarik ketika memperhatikan fokus dari pemberitaan penarikan peredaran film BCG!. *Tempo* yang cenderung berpihak pada Raam Punjabi mengulas BCG! hanya pada tataran film saja. Lain halnya dengan pemberitaan *Forum* yang lebih dominan pada Aa Gym pemberitaannya diarahkan pada pelanggaran moral, agama dan hukum. Demikian pula jika diamati unsur grafis berupa gambar karikatur yang mendukung isi pemberitaan akan terlihat perbedaan yang cukup signifikan untuk dianalisis lebih lanjut.

Adanya perbedaan-perbedaan pemberitaan antara majalah *Tempo* dan majalah *Forum* telah menunjukkan media bukanlah ranah yang netral, melainkan merupakan arena perang simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan. Media menggunakan bahasa dan caranya sendiri untuk mengungkapkan kepentingannya.

Uraian tersebut di atas sangat menarik bagi penulis. Oleh karenanya penulis terdorong untuk mengetahui lebih jauh mengenai pemberitaan kontroversi penarikan peredaran film BCG! khususnya yang dimuat dalam majalah “

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan di telaah yaitu: “Bagaimanakah berita penarikan peredaran film *Buruan Cium Gue!* (BCG!) dibingkai oleh majalah *Tempo* dan majalah *Forum* edisi bulan Agustus 2004?”

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

C.1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk membandingkan majalah *Tempo* dan majalah *Forum* dalam mengemas berita mengenai penarikan peredaran film BCG!
- b. Untuk mengetahui sudut pandang pemberitaan majalah *Tempo* dan majalah *Forum* terhadap kasus BCG!
- c. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kebijakan redaksi majalah *Tempo* dan majalah *Forum* dalam mengemas berita BCG!.

C.2. Manfaat Penelitian :

- a. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran para khalayak untuk lebih mengetahui bagaimana berita itu disajikan serta bagaimana cara media mengemasnya
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi untuk melakukan penelitian mengenai analisis framing

D. KERANGKA TEORI

D.1. Paradigma Komunikasi

Gambaran umum komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (*message*) dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) dengan melalui media (*channel*).

Adapun pesan dari komunikator kepada komunikan tersebut dikirim berdasarkan tujuan tertentu. Oleh karena itu komunikasi kemudian tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan semata, melainkan komunikasi juga sebagai proses produksi pesan dan pertukaran makna. Sebagaimana pandangan John Fiske tentang studi komunikasi yaitu komunikasi sebagai *transmission of message* dan *production and exchange of meanings* (Fiske, 1990: 2). Lebih lanjut Fiske dalam bukunya *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (1990 : 8-9) menyatakan bahwa :

“Terdapat dua mazhab utama dalam studi komunikasi. Mazhab pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, yaitu bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan dan menerjemahkannya, dan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi...Mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna...”

Berdasarkan pandangan Fiske di atas maka realitas dapat dipahami dengan dua cara yang berbeda. Perbedaan pandangan ini melahirkan dua paradigma besar dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, paradigma positivistik yaitu paradigma yang melihat komunikasi sebagai proses transmisi pesan (*transmission of message*).

Kedua, paradigma konstruktivistik yaitu paradigma yang me

sebagai proses produksi dan pertukaran makna (*productions and exchange of meanings*).

D.1.a. Paradigma Transmisi Pesan

Paradigma transmisi pesan ini menitikberatkan pada proses berlangsungnya pengiriman pesan. Pandangan yang digambarkan James Carey (dalam Mc Quail, 1987: 45) ini menyebutkan bahwa komunikasi sebagai transmisi pesan adalah sebagai berikut:

“Pandangan ini dikaitkan dengan istilah pengiriman atau pemberian informasi kepada pihak lain. Pandangan ini menggunakan konsep geografis dan transportasi sebagai metafora...Inti gagasan komunikasi ini ialah transmisi isyarat (*signal*) atau pesan dalam waktu tertentu dengan tujuan tercapainya kontrol.”

Carey melihat konsep tentang pandangan geografis dan transportasi menjadi contoh yang paling mudah menggambarkan bagaimana berlangsungnya pengiriman pesan tersebut dengan satu arah. Dengan kata lain konsep yang dimaksud Carey adalah komunikasi linear, yaitu berlangsungnya transmisi pesan hanya satu arah dari pengirim ke penerima. Asumsinya, pesan yang dikirim harus sama dengan pesan yang diterima, dan pengirim dipandang sebagai pihak yang aktif sedangkan penerima adalah pihak yang pasif yang menerima begitu saja apa yang disampaikan pengirim. Apabila komunikasi membawa akibat yang lain dari yang diharapkan, maka hal ini disebut sebagai kegagalan komunikasi (*communication failure*).

Secara garis besar, model komunikasi positivistik ini menyertakan pengirim (*sender*), penerima (*receiver*), dan medium melalui mana pesan-pesan dikirimkan. Gangguan (*noise*) adalah sesuatu yang terjadi di antara pengirim:

(Eriyanto, 2002 : 38). Hal ini dapat dicontohkan dalam ke

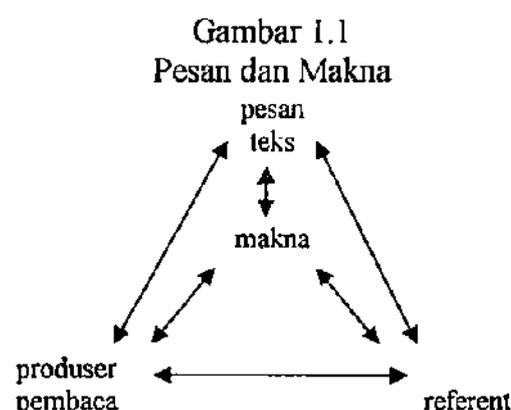
surat kabar misalnya. Medium adalah percetakan yang menghasilkan surat kabar, pengirim adalah wartawan atau editor, penerima adalah siapa pun yang membaca berita, sedangkan gangguan terjadi di antara proses tersebut, bisa karena tulisan buram, tak bisa dibaca, dan sebagainya.

✕ Paradigma komunikasi sebagai transmisi pesan ini melihat komunikasi dari segi prosesnya. Oleh karena itu Fiske kemudian menyebutnya dengan mahzab proses (1990 : 10) yang memiliki pengertian yang sebangun dengan paradigma positivistik.

D.1.b. Paradigma Produksi dan Pertukaran Makna

Paradigma yang kedua adalah paradigma konstruksivistik, yaitu melihat komunikasi sebagai suatu aktivitas produksi dan pertukaran makna. Fiske (1990 : 11) membuka pemahaman awal mengenai paradigma konstruksivistik sebagai berikut :

“Pesan bukanlah sesuatu yang dikirim dari A ke B, melainkan suatu elemen dalam sebuah hubungan terstruktur yang elemen-elemen lainnya termasuk realitas eksternal dan produser/pembaca. Memproduksi dan membaca teks dipandang sebagai proses yang paralel, jika tidak identik, karena mereka menduduki tempat yang sama dalam hubungan terstruktur ini. Kita bisa menggambarkan model struktur ini sebagai sebuah segitiga dengan anak panah yang menunjukkan interaksi yang konstan; struktur tersebut tidaklah statis, melainkan suatu praktik yang dinamis.”



Sumber: dikutip dari John Fiske. 1990. *Cultural and Communication Stu*

Menurut Fiske pesan dalam pandangan produksi dan pertukaran makna tidak hanya dipahami sebagai pesan dari A ke B saja, melainkan pesan itu sudah terpengaruh oleh realitas di luar pesan tersebut. Pesan tidak dilihat secara linear atau paralel semata, tetapi pesan itu sudah dinamis serta ada pengaruh lain yang membuat pemahaman menjadi beragam ketika menerima pesan. Oleh karena itu paradigma yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah paradigma produksi dan pertukaran makna yang biasa disebut paradigma konstruksivistik.

Paradigma konstruksivistik ini berasumsi bahwa pesan dari satu orang akan mempengaruhi sikap atau perilaku orang lain dalam interaksi sosial, sementara sumber pesan memberikan stimulus kepada orang lain dan stimulus tersebut ditanggapi dengan perubahan sikap atau perilaku. Proses ini memperlihatkan sumber pesan atau penerima pesan sama-sama sebagai pihak aktif, ketika sumber pesan yang menyampaikan pesan dan penerima pesan akan berusaha menafsirkan makna pesan tersebut. Proses penyampaian pesan itulah proses interaksi sosial tersebut akan terjadi umpan balik (*feedback*), yang membuat proses komunikasi ini akan memperlihatkan bagaimana kegagalan dalam umpan balik menjadi hal yang lazim dan dapat diterima dengan baik. Sehubungan dengan hal ini Sudibyo mengatakan dalam bukunya *Politik Media dan Pertarungan Wacana* (2002 : 55) bahwa, “Praktik-praktik yang menurut pendekatan positivistik dianggap sebagai tidak benar ini, dalam pendekatan konstruksivistik dipandang sebagai praksis jurnalistik yang wajar dan alami.”

↳ Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruksivistik. Pendekatan ini memandang realitas kehidupan sosial, dalam hal ini adalah realitas di media

hal 13

paradigma konstruksivistik tersebut, maka media massa bukanlah forum yang bebas nilai melainkan arena pertarungan berbagai kepentingan. Berkaitan dengan paradigma konstruksivistik ini Berger menyatakan bahwa:

“realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing (dalam Eriyanto, 2002: 15-16).”

D.2. Berita dan Media dalam Paradigma Konstruksivistik

D.2.a. Proses Produksi Berita

Berita dalam paradigma konstruksivistik bukanlah peristiwa dalam arti yang riil, atau dalam bahasa Eriyanto (2002 : 41) berita bukan dipandang sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Berita adalah produk interaksi dan dialektika antara wartawan dan fakta.

Terdapat dua proses dialektika antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dan apa yang dilihat wartawan. *Pertama*, adalah proses internalisasi. Proses ini adalah proses wartawan melihat suatu peristiwa kemudian diobservasi dan selanjutnya terjadilah proses dialektik antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dengan apa yang dilihat wartawan (Eriyanto, 2002: 18). Sebagai ilustrasi digambarkan wartawan yang datang ke Sampit – Kalimantan Tengah. Ia akan banyak melihat beragam peristiwa dari mulai rumah yang terbakar, kepala terpotong, sampai dengan berseraknya mayat-mayat di jalanan. Melalui serangkaian proses melihat peristiwa dan mengkonstruksinya maka

Kedua, adalah proses eksternalisasi. Proses ini adalah proses ketika wartawan telah memiliki konsepsi pemahaman tertentu mengenai suatu hal, selanjutnya konsepsi tersebut diekspresikan untuk melihat realitas. Hal ini dapat dicontohkan ketika mengamati kasus Sampit. Wartawan yang memiliki konsepsi pemahaman bahwa kerusuhan tersebut dilatarbelakangi oleh konflik agama, maka akan melihat bahwa kerusuhan tersebut adalah wujud dari pertentangan eksistensi umat Nasrani dan umat Islam. Lain halnya dengan wartawan yang mempunyai sudut pandang bahwa kerusuhan tersebut dilatarbelakangi oleh permainan politik, maka wartawan akan melihat kerusuhan tersebut ditujukan untuk sebagai arena perebutan kekuasaan/jabatan di saat pemerintah lengah. Berbeda dengan wartawan yang melihat kerusuhan tersebut dari kacamata etnis. Wartawan yang melihat kerusuhan Sampit dari kacamata etnis akan menilai bahwa kerusuhan tersebut diakibatkan ketidakharmonisan antara suku Dayak (suku asli Kalimantan) dengan suku Madura (suku pendatang).

Proses eksternalisasi ini juga dapat melihat bagaimana realitas yang terbentuk dalam wawancara antara wartawan dan narasumber. Proses eksternalisasi dalam hal ini dimulai dari wartawan yang telah memiliki kerangka pemikiran tertentu kemudian memilih narasumber yang sesuai dengan kerangka berpikir wartawan tersebut, dan selanjutnya wartawan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber yang diarahkan untuk mendukung kerangka berpikirnya tersebut. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka proses eksternalisasi menunjukkan bahwa proses tersebut masuk ke dalam paradigma konstruksivistik.

Paradigma konstruksivistik ini juga memberikan perhatian pada editor atau

informasi sedemikian rupa sehingga sesuai dengan keberpihakannya terhadap suatu realitas.

Penata letak (*lay out*) pun berperan membuat berita setepat mungkin dengan berita yang disajikan sehingga mampu mempengaruhi emosi khalayak. *Lay out* berita dapat berupa ukuran judul, foto, tabel, karikatur ataupun grafis lain yang mendukung berita tersebut. Sebagai contoh misalnya penempatan berita di depan (*headline*) lebih menarik dibandingkan penempatan berita di tengah ataupun di belakang. Demikian pula ukuran judul yang besar dan mencolok mencirikan bahwa beritanya penting.

D.2.b. Berita adalah Konstruksi Realitas

Berita menurut Fishman (dalam Eriyanto, 2002: 100) adalah :

"News is neither a reflection nor a distortion of reality because either of this characterization implies that news can record what is out there. News story, if they reflect anything, reflect the practice of the workers in the organizations that produce news."

Artinya adalah berita bukanlah refleksi dari realitas yang seakan berada di luar sana. Titik perhatiannya tidak terletak pada berita merefleksikan realitas, karena tidak ada realitas dalam arti riil yang berada di luar diri wartawan. Apabila berita tersebut merefleksikan sesuatu, maka refleksi itu merupakan praktik pekerja dalam organisasi media yang memproduksi berita.

Berdasarkan proses produksi berita menunjukkan bahwa berita merupakan konstruksi dari realitas. Realitas ini tergantung bagaimana wartawan menuliskannya. Konsepsi pemahaman wartawan akan suatu hal tidak bisa dilepaskan dari wartawan. Konsepsi pemahaman wartawan baik berupa etika, nilai-nilai moral, kebaranihannya wartawan adalah bagian yang

produksi berita (Eriyanto, 2002: 31). Meminjam istilah Sudibyo, wartawan bukanlah “robot” yang meliput berita apa adanya (2001 : 54). Oleh karena itu wartawan tidak bisa menghilangkan opininya ketika memberitakan suatu peristiwa. Akibatnya kebenaran suatu fakta dalam berita sifatnya menjadi relatif. Dengan kata lain dalam paradigma konstruksivistik memandang bahwa tidak ada berita yang dipandang objektif. Hal tersebut senada dengan yang diungkap Rivers dan Mathews (dalam Aziz, 2000: 18) bahwa jurnalisme objektif pada dasarnya tidak ada. Lebih lanjut dikatakan bahwa objektivitas yang dimiliki wartawan adalah sebuah objektivitas ilusi.

D.2.c. Media Sebagai Agen Konstruksi

Menurut Andrew Hart dalam bukunya yang berjudul *Understanding the Media: A Practical Guide* (1997 : 8) menyebutkan 5 prinsip dasar yang perlu diketahui tentang media sebagai berikut :

- 1) *The media do not simply reflect or replicate the world*
- 2) *Selection, compression and elaboration occur at every point in the complex process of editing and presenting messages*
- 3) *Audiences are not passive and predictable but active and variable in their responses*
- 4) *Messages are not solely determined by producers' and editors' decisions nor by governments, advertisers and media moguls*
- 5) *The media contain a multiplicity of different forms shaped by different technologies, languages and capacities.*

- 1) Media tidak secara sederhana merefleksikan atau meniru realitas
- 2) Seleksi, tekanan dan perluasan makna terjadi dalam tiap hal dalam proses konstruksi dan penyampaian pesan yang kompleks
- 3) Khalayak tidaklah pasif dan mudah diprediksi, tetapi ia aktif dan berubah-ubah dalam memberikan respon
- 4) Pesan tidak hanya ditentukan oleh keputusan produser dan editor, melainkan juga oleh pemerintah maupun pengiklan
- 5) Media memiliki keanekaragaman kondisi yang berbeda yang dibentuk oleh perbedaan teknologi, bahasa dan kapasitas

Uraian Hart tersebut menjelaskan bahwa media bukanlah refleksi dari realitas yang sebenarnya, melainkan hasil dari konstruksi. Proses konstruksi realitas tersebut melibatkan proses seleksi isu dan penonjolan berita yang dianggap penting serta menyembunyikan berita yang dianggap tidak penting. Akibatnya media menjadi *gatekeeper* yang sangat menentukan seperti apa realitas yang ditampilkan di media sehingga isu yang diagendakan media menjadi isu yang dianggap penting oleh khalayak. Pandangan Andrew Hart ini juga melihat bahwa khalayak bukan pihak yang pasif, tapi juga mampu memberikan respon terhadap apa yang diberitakan media. Artinya apa yang disampaikan media dapat dimaknai bermacam-macam oleh khalayak. Mengenai berita yang dimuat di media, Hart mengasumsikan bahwa media tidak hanya dipengaruhi oleh pihak internal (misalkan: wartawan, editor, pemilik media) saja, melainkan juga pihak eksternal seperti misalnya oleh pengiklan ataupun oleh pemerintah.

Berdasarkan lima prinsip dasar tersebut, media dalam paradigma konstruksivistik ini dipandang bukan sebagai saluran yang netral, sebagaimana paradigma positivistik. Media dalam paradigma konstruksivistik bukanlah saluran yang bebas, melainkan juga subjek yang mengkonstruksi realitas. Media merupakan forum bertemunya wartawan dalam sudut pandang yang berbeda-beda. Setiap pihak berusaha menonjolkan penafsiran dan argumentasinya masing-masing. Oleh karena itu meskipun sikap objektif adalah kiblat dari setiap jurnalis profesional, namun dalam peristiwa yang sama setiap media memiliki perbedaan dalam memberitakannya. Ada yang menampilkan sisi tertentu ada pula yang melupakan sisi tertentu. Ada yang menampilkan aktor tertentu ada pula yang menyembunyikan aktor lainnya. Di samping itu ada pula yang

tertentu, sedangkan media lainnya meminimalisir/mengaburkan, memelintir, bahkan menutup sisi/aspek tersebut, dan lain sebagainya. Sehubungan dengan hal tersebut Sudibyo (2001: 56) menyatakan bahwa :

“Media bukanlah ranah yang netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapatkan perlakuan yang sama dan seimbang. Media justru bisa menjadi subjek yang mengkonstruksi realitas berdasarkan penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan kepada khalayak. Media berperan dalam mendefinisikan realitas.”

Lebih lanjut Sudibyo menyebutkan dua peran yang dimainkan oleh media. *Pertama*, media sebagai sumber kekuatan hegemonik (2001 : 56). Maksudnya adalah media memiliki kekuasaan berupa otoritas dan kemampuan memilah-milah narasumber yang sesuai dengan keberpihakan media itu sendiri. Kekuatan media tersebut pada akhirnya mampu untuk menguasai kesadaran khalayak.

Kedua, media sebagai sumber legitimasi (2001 : 56). Artinya melalui media, mereka yang berkuasa dapat memupuk kekuasaannya agar tampak absah, benar dan memang seharusnya seperti itu. Pemerintah yang otoriter merupakan pihak yang sering menggunakan media sebagai sumber legitimasi. Istilah “penyesuaian” harga BBM misalnya seringkali digunakan sebagai upaya melegitimasi melambungnya harga BBM. Demikian pula istilah demi “pembangunan” seringkali digunakan untuk memberitakan berita-berita pengusuran penduduk secara paksa. Media pun sering dijadikan sumber legitimasi orang yang mempunyai kekuasaan atau dalam hal ini adalah pengusaha atas buruh-buruh yang mogok kerja. Beberapa berita yang muncul di media tersebut tidaklah

terhadap media tersebut. Penguasa tersebutlah yang menentukan bagaimana fakta itu dipahami, fakta apa yang diambil dan fakta apa yang dibuang.

D.2.d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Produksi Berita

Proses produksi berita di ruang redaksi (*newsroom*) bukanlah sekedar proses menulis realitas sesuai dengan realitas sebenarnya. Ruang redaksi dalam paradigma konstruksivistik dipandang bukan sebagai tempat yang netral dan hanya menyalurkan informasi yang didapat, melainkan sebaliknya proses pembentukan berita melalui proses yang rumit dan melibatkan banyak faktor yang mempengaruhinya. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* mengidentifikasi lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi sebagai berikut :

Pertama, faktor individual. Faktor ini menitikberatkan pada latar belakang personal dan profesional pengelola media. Latar belakang personal berupa jenis kelamin, etnisitas, nilai dan agama yang diyakini sedangkan latar belakang profesional seperti kecenderungan sikap politik dan pendidikan sedikit banyak akan mempengaruhi apa yang ditampilkan media.

Latar belakang jenis kelamin tampak jelas jika diamati majalah *Kartini*. Majalah dengan segmentasi pembaca perempuan dewasa ini cenderung mengusung pemberitaan dari sudut pandang perempuan, sehingga otomatis berita yang disajikan lebih banyak membela hak-hak perempuan. Apabila terdapat berita yang memojokkan atau memarjinalkan perempuan pun, seakan-akan hal tersebut disebabkan pihak laki-laki yang tidak bertanggungjawab sebab...
dibagikan dalam rubrik "Oh Mama, Oh Papa."

Berbeda halnya dengan wartawan yang mempunyai perbedaan latar belakang nilai dan agama yang diyakini wartawan. Contoh konkret terjadi ketika konflik SARA di Maluku enam tahun yang lalu. Wartawan yang beragama Islam dalam pemberitaannya mengemukakan tindakan orang Kristen yang membantai umat muslim dan yang merusak masjid. Hal ini terjadi sebaliknya pada wartawan yang beragama Kristen yang juga memberitakan tentang orang Kristen yang dibantai dan gereja yang dihancurkan.

Latar belakang profesional seperti orientasi sikap politik pun terlihat jelas ketika Partai Golongan Karya (Golkar) menerbitkan harian *Suara Karya*, Partai Amanat Nasional (PAN) menerbitkan tabloid *Amanat*, dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) menerbitkan tabloid *Demokrat*. Ketiga contoh media tersebut dalam memberitakan peristiwa politik selalu dalam sudut pandang partainya, sehingga isinya pun sarat dengan kepentingan politik.

Pendidikan atau dalam hal ini adalah pengalaman menulis di media sedikit banyak mempengaruhi pemberitaan di media, sebagaimana diungkap Shoemaker dan Reese (1996 : 264) sebagai berikut :

“Media worker who have a ‘communication’ college degree produce content with different characteristic than do those with other majors. Some media employers believe that journalism majors are preferable; other want liberal art (especially America Studies) graduates. Such preferences are based on assumptions about the kind of educational experience that makes the best journalist.”

“Pekerja media lulusan studi ‘komunikasi’ menghasilkan berita yang mempunyai karakteristik berbeda dengan lulusan dari jurusan lain. Pekerja media yakin bahwa konsentrasi jurnalistik lebih diutamakan daripada lulusan jurusan yang lain. Hal tersebut didasarkan asumsi bahwa pengalaman pendidikan jurnalistik menghasilkan jurnalis terbaik.”

Kedua, faktor rutinitas media. Rutinitas media berhubungan dengan proses pembentukan berita. Banyaknya peristiwa yang terjadi tetapi tidak semuanya dapat dijadikan berita. Setiap media mempunyai ukuran tersendiri terhadap apa yang disebut berita. Terdapat beberapa faktor yang menentukan mengapa peristiwa tertentu bisa dijadikan berita sementara peristiwa lain tidak dan mengapa aspek tertentu ditonjolkan sedangkan aspek yang lain dihilangkan. Proses seleksi tersebut terjadi dalam suatu rutinitas media dalam memproduksi berita sehingga menjadi prosedur standar bagi pengelola media.

Prosedur standar bagi pengelola berita dalam menyajikan berita tak hanya yang memiliki unsur 5W dan 1H saja (*what, when, where, who, why*) dan (*how*), melainkan media juga memiliki ukuran-ukuran tertentu yang harus dipenuhi agar suatu kejadian atau peristiwa dapat dijadikan berita. Seperti dikatakan Mac Dougall (dalam Eriyanto, 2002: 102), setiap hari terdapat jutaan peristiwa di dunia ini, tetapi tidak semuanya potensial untuk menjadi berita. Oleh karena itu diperlukan adanya ukuran atau standar untuk menentukan peristiwa mana yang layak disampaikan pada khalayak atau tidak. Ukuran tersebut biasa disebut dengan nilai berita (*news value, news worthy*), yaitu layak tidaknya suatu kejadian dalam masyarakat diberitakan oleh pers, atau berita bernilainya kejadian tersebut oleh pers (Siregar, 1998: 27). Nilai berita ini sifatnya relatif, karena setiap media memiliki standar tersendiri dalam memproduksi berita, akan tetapi secara umum Reese dkk (dalam Shoemaker dan Reese, 1996: 111) merangkumnya menjadi berikut :

- 1) *Prominance*, yaitu penting tidaknya berita dilihat dari banyak sedikitnya efek yang ditimbulkannya. Contoh: bencana tsunami yang melanda Aceh, Nias, Sumatra Utara serta beberapa negara lain telah merenggut ratusan ribu jiwa, bahkan banyak pula yang tidak ditemukan. ataupun luka-luka. Peristiwa tersebut menjadi sangat penting karena menyangkut besarnya jumlah korban serta wilayah yang terkena tsunami.
- 2) *Human interest*, yaitu peristiwa yang memberikan sentuhan perasaan pembaca. Hal ini dapat berupa peristiwa orang biasa dalam waktu luar biasa atau bisa juga peristiwa mengenai orang yang tenar dalam peristiwa biasa. Kisah cinta segitiga antara Nia Daniati, Farhat Abas dan Ani adalah salah satu contohnya. Cinta segi tiga tersebut sempat menjadi pembicaraan publik dan dimuat pada tabloid-tabloid nasional. Lain halnya jika cinta segi tiga tersebut dialami oleh tukang becak, maka berita tersebut hanya akan menjadi konsumsi warga sekampungnya saja.
- 3) *Conflict / controversy*, yaitu informasi yang menggambarkan pertentangan antar individu, kelompok, negara ataupun blok negara. Konflik yang tak kunjung selesai dan selalu menjadi berita yaitu konflik perebutan wilayah antar agama (Islam, Yahudi dan Nasrani) yang diwakili oleh negara Palestina dan negara Israel.
- 4) Unik, yaitu informasi mengenai peristiwa yang unik dan jarang terjadi. Lahirnya bayi yang kakinya menyerupai putri duyung adalah sesuatu yang

- 5) *Timeliness*, yaitu informasi penting yang menyangkut hal-hal yang sedang terjadi. Jumlah suara Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) misalnya, merupakan informasi yang sangat dibutuhkan pada saat itu. Apabila telah melewati masa pelantikan, maka perolehan jumlah suara tidak relevan lagi dijadikan berita.
- 6) *Proximity*, yaitu informasi kejadian yang dekat dengan pembaca baik itu secara geografis maupun secara emosional. Kasus kematian Yaser Arafat dan Munir misalnya adalah kematian yang tidak wajar dan sama-sama diisukan karena diracun. Sayangnya, Yaser Arafat tinggal di Palestina sehingga berdasarkan letak geografis yang jauh itu media di Indonesia hanya beberapa kali saja memberitakan kematiannya. Berbeda dengan Munir yang sampai saat ini pelacakan kematiannya masih terus diberitakan media.

Jika satu unsur nilai berita dapat menjadikan peristiwa layak diberitakan, maka apabila ditemukan lebih dari satu unsur semakin tinggi pula kelayakan beritanya. Oleh karena itu, usaha mendapatkan berita yang baik adalah mencari kejadian atau peristiwa yang memiliki sebanyak mungkin nilai berita. Usaha mencari sebanyak mungkin nilai berita tidaklah mudah, karena diperlukan waktu yang lebih panjang. Oleh karena itu media perlu mengkategorisasikan peristiwa dalam kategori bidang tertentu serta membagi wartawan menjadi beberapa departemen guna lebih mengefektifkan kinerja organisasi.

Ketiga, faktor organisasi. Pengelola media bukanlah sosok yang tunggal dalam organisasi. Secara umum terdapat tiga tingkat pekerja dalam organisasi media menurut Shoemaker dan Reese, yaitu :

- 1) Karyawan garda depan, terdiri dari reporter, kameramen dan bagian kreatif
- 2) Tingkat menengah, terdiri dari manager dan editor
- 3) Tingkat atas, yaitu pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan adalah seseorang atau beberapa orang yang membuat kebijakan dan keputusan dalam organisasi.

Masing-masing tingkat dalam organisasi media sangat dimungkinkan memiliki kepentingan, tujuan dan target sendiri yang tidak selalu sejalan satu dengan yang lainnya. Sebagai contoh terjadi pada bagian redaksi yang merasa jenuh dengan pemberitaan yang monoton kemudian mencoba untuk mengembangkan *angel* lain, akan tetapi pihak sirkulasi menuntut pemberitaan tersebut terus dipertahankan karena pasar pembaca masih menyukainya. Hal demikian bisa terjadi pula pada bagian iklan. Bagian ini menginginkan banyak pengiklan yang mempercayakan produknya dengan memasang *space* iklan di media. tetapi dengan banyaknya iklan justru ruang berita menjadi berkurang sehingga bisa berpengaruh pada penurunan angka penjualan.

Peran editor dalam proses produksi berita adalah menerima bahan berita, baik dari kantor berita, wartawan, koresponden, atau bahkan *press release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta (Djuroto, 2002:21). Bahan berita itu kemudian diseleksi mana yang layak dimuat atau mana yang tidak layak muat.

Pemilik media pun sangat berperan dalam menentukan kebijakan organisasi media, seperti yang diungkap Shoemaker dan Reese (19

what the organization does. If the employees don't like it, they can quit."

Berdasarkan kutipan Shoemaker dan Reese tersebut, pemilik media memiliki pengaruh yang besar dalam media. Hal ini dikarenakan pada saat pekerja masuk dalam satu organisasi media, maka ia telah menjadi bagian dari satu sistem yang telah memiliki kebijakan-kebijakan yang ada organisasi tersebut. Menjadi bagian dari organisasi media mengharuskan pekerja media untuk patuh, tunduk dan mengikuti aturan dan kebijakan yang ada. Apabila pekerja media tersebut tidak menyukainya, maka ia bisa keluar dari sistem organisasi media tersebut.

Pengaruh lain pemilik media ini bisa dilihat dari Surya Paloh, pemilik Media Group. Dengan kekuasaan yang dimilikinya ia mampu melakukan apapun terhadap medianya, misalkan saja dengan membuat citra yang baik pada dirinya, mengkampanyekan dirinya dalam Pemilu, dan lain sebagainya. Oleh karena itu berdasarkan contoh kasus tersebut tampak jelas bahwa media bukanlah saluran yang netral, karena telah digunakan sebagai ajang untuk kampanye oleh pemiliknya sendiri. Artinya, pemilik media adalah sosok memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam proses pembentukan berita.

Keempat, faktor ekstramedia. Tahapan ini memusatkan perhatian pada beberapa faktor kekuatan di luar media. Adapun faktor-faktor di luar media yang mempengaruhi isi pemberitaan tersebut adalah sebagai berikut :

1) Sumber berita atau narasumber

Terkait dengan tugas wartawan dalam menghimpun fakta, wartawan selain dituntut untuk mencari informasi di lapangan juga diperlukan adanya konfirmasi ke sumber berita sebagai usaha wartawan menuntun

3) Kontrol pemerintah dan lingkungan bisnis

Pengalaman masa lampau (masa orde baru) menunjukkan bahwa media massa di Indonesia berada dalam kondisi yang tidak berdaya dari tekanan-tekanan kepentingan pihak penguasa. Tekanan-tekanan dengan alasan demi stabilitas dan kepentingan pembangunan ekonomi telah membuat media masa cenderung berorientasi pada kepentingan pemerintah sehingga mengabaikan kepentingan masyarakat secara luas. Akibatnya fungsi kontrol sosial media khususnya untuk menyampaikan idealismenya secara kritis berbeda dengan realitas yang sesungguhnya.

Pada pemerintahan yang otoriter ini, pemerintah tampak jelas mempunyai kekuasaan penuh untuk membredel media yang dalam pemberitaannya dinilai menjelek-jelekan pemerintah. Contohnya saja majalah *Tempo* yang telah mengalami dua kali pembredelan pada zaman Soeharto lantaran dianggap melanggar konsensus bersama antara pemerintah dan pers nasional. Oleh karena itu kecenderungan umum yang tampak dari masa orde baru adalah menghindari tekanan penguasa.

Kelima, faktor ideologi. Ideologi merupakan ajaran yang menjelaskan suatu keadaan terutama struktur kekuasaan sedemikian rupa sehingga orang menganggapnya sah. Karl Marx dan Frederich Engels melihat ideologi sebagai fabrikasi atau pemalsuan yang digunakan oleh sekelompok orang tertentu untuk membenarkan diri mereka sendiri. Oleh karena itu konsep ideologi tersebut sangat subjektif dan keberadannya hanya untuk melegitimasi kelas penguasa di tengah masyarakat (Sobur, 2002: 64). Pemikir Marxis lainnya yaitu Louis Althusser merumuskan kembali ideologi sebagai sekumpulan praktik yang terus

berlangsung dan meresap yang dilakukan semua kelas, dan bukannya sekumpulan gagasan yang dipaksakan oleh satu kelas pada kelas-kelas yang lain. Pada kenyataannya semua kelas berpartisipasi dalam praktik-praktik tersebut, namun tetap saja praktik-praktik mereka sendiri diabdikan untuk kepentingan kelas dominan. Artinya, ideologi lebih efektif dibandingkan dengan yang dibahas Marx karena ideologi bekerja dari dalam dan bukan dari luar, yang dituliskan secara mendalam pada cara berpikir dan cara hidup semua kelas (Fiske, 1990: 240-241).

Althusser memperkenalkan dua istilah kunci untuk mengkaji ideologi, yaitu *Ideological State Apparatus (ISA)* dan *Repressive State Apparatus (RSA)* (<http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2005). Perbedaan antara ISA dengan RSA dapat dilihat secara jelas dalam menjalankan fungsinya. ISA menjalankan fungsinya secara ideologis (*by ideology*), sedangkan RSA menjalankan fungsinya melalui kekerasan (*by violence*), baik kekerasan fisik maupun non fisik. Menurut terminologi Marxian, aparat negara yang represif (*State Apparatus*) terdiri dari pemerintah, tentara, polisi, pengadilan, penjara dan sebagainya. Lebih lanjut Althusser memaparkan perbedaan keduanya yaitu, *pertama*, hanya ada satu RSA namun pada sisi yang lain terdapat pluralitas ISA. *Kedua*, RSA bergerak terbatas pada wilayah publik, sedangkan ISA dapat bergerak ke wilayah privat seperti misalnya melalui lembaga agama, sekolah, keluarga, media massa dan sebagainya.

Media massa sebagai forum bertemunya wartawan bukanlah ranah yang netral. Artinya, setiap mendefinisikan realitas, individu tidak bisa melepaskan ideologinya dalam memandang suatu fakta. Ideologi dalam media ini dapat diartikan sebagai suatu sistem nilai yang dianut institusi media yang kemudian

kecil maka yang dapat diketahui hanya sebagian saja dan tidak menyeluruh. Sehubungan dengan berita ini maka jendela tersebut selanjutnya disebut sebagai *frame* (bingkai).

Gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 (Sudibyo dalam Sobur, 2002: 161). Analisis ini secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, dll) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Realitas sosial yang dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu akan menghasilkan pemberitaan di media dengan sudut pandang tertentu, narasumber dari orang-orang tertentu, serta kecenderungan pada pihak tertentu pula.

Ada beberapa definisi mengenai framing. Berikut pendapat para pakar mengenai framing (Eriyanto, 2002: 66-68) :

1. Robert N. Entman

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.

2. 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 (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang disampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

3. 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

4. David E. Snow and Robert Benford

Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.

5. Amy Binder

Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

6. Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki

Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita.

Meskipun masing-masing ahli berbeda dalam memberikan definisi, akan tetapi inti dari framing itu sama, yaitu hendak menunjukkan terjadinya proses seleksi dan penajaman suatu realitas sehingga menjadi lebih dominan dari realitas yang lain. Asumsinya adalah isu yang ditonjolkan pada gilirannya akan menggiring perhatian khalayak sehingga melahirkan persepsi yang berbeda pada berita yang sama. Penonjolan di sini didefinisikan dengan membuat informasi menjadi lebih diperhatikan, lebih bermakna dan lebih berkesan. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya dengan menempatkan berita di depan (*headline*), ukuran yang besar, warna yang mencolok, kata atau kalimat yang dapat mengundang rasa ingin tahu, dan lain sebagainya.

Realitas tidak seluruhnya ditampilkan oleh media. Media menyeleksi yang terlebih dahulu sambil menonjolkan sisi-sisi yang relevan dengan kepentingannya. Oleh karena itu melalui framing ini tanpa sadar khalayak diajak dan diarahkan oleh media untuk melihat hanya dari satu sisi tanpa diberi kesempatan untuk melihat sisi yang lain. Hal tersebut senada dengan apa yang d

1 September 2005), bahwa dengan framing media adakalanya melakukan generalisasi, mengarahkan, membangun suatu wacana dan definisi situasi melalui seleksi, penekanan serta bentuk-bentuk penyajian lainnya.

Melalui framing ini media yang melakukan seleksi isu serta penekanan isu memiliki elemen yang dominan. Menurut Holli A. Semetko dan Patti M. Valkenbug (dalam Irawan, 2004: 13-14) terdapat lima macam elemen dalam *newsframe* (framing berita), yaitu :

1. *Conflict frame*, frame ini mengemas konflik di antara individu, kelompok atau institusi yang mencakup kepentingan *audience*. Media membuat beberapa frame utama dalam melaporkan suatu isu dan konflik merupakan hal yang paling umum dalam frame media.
2. *Human Interest Frame*, frame ini membawa wajah manusiawi atau *emosional angle* untuk menampilkan suatu peristiwa. Sebagai frame *human interest* yang mengikuti *conflict frame*, frame ini paling sering ditemukan dalam sebuah berita. Framing ini bertujuan untuk lebih mendramatisir secara emosional berita untuk membuat khalayak lebih tertarik.
3. *Economic Consequences Frame*, frame ini melaporkan suatu peristiwa dalam pengertian mempunyai konsekuensi ekonomi pada individu, kelompok, institusi, daerah ataupun nasional. Dampak terbesar dalam suatu peristiwa adalah pentingnya nilai berita dan konsekuensi ekonomi yang sering dipertimbangkan.
4. *Morality Frame*, frame ini meletakkan peristiwa dalam suatu konteks religius dan moralitas, karena prinsip-prinsip objektivitas, jurnalis

5. *Responsibility Frame*, frame ini menampilkan suatu peristiwa dengan cara sebagai alat tanggung jawab untuk mencari solusi bagi pemerintah, individu ataupun kelompok. Meskipun eksistensi dari *responsibility frame* dalam berita tidaklah tampak secara eksplisit, tetapi frame ini mengukur kepentingan publik tentang siapa yang bertanggungjawab dalam menyelesaikan kunci permasalahan sosial.

E. METODE PENELITIAN

E.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis isi. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi*, analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya (2001 : 89).

Analisis isi dibagi menjadi dua, yakni analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Analisis isi kuantitatif adalah penelitian dengan cara menghitung frekuensi item data berdasarkan logika matematis atau cara penghitungan statistik. Lain halnya dengan analisis isi kualitatif yang mengumpulkan data kemudian menginterpretasikannya dan memberi makna pada objek data yang diteliti tersebut.

Perkembangan analisis isi kualitatif ini kemudian menjadikan analisis isi kualitatif menjadi bahan kajian yang tidak ada habisnya dibahas. Terdapat tiga

Analisis wacana adalah suatu alat guna melihat makna yang tersembunyi dalam suatu teks, baik itu konteks maupun kognisi sosial. Analisis semiotik berbeda dengan analisis wacana. Definisi singkat analisis semiotik ini adalah studi tentang tanda, baik itu berupa bahasa tubuh, warna, gambar, bunyi, dan sebagainya.

Analisis framing yang digunakan untuk membedah penelitian ini pun berbeda dengan analisis wacana ataupun analisis semiotik. Analisis framing menurut Sari dan Irene, dalam (<http://kippas.advokasi.com/show.php> diakses pada tanggal 1 September 2005) merupakan instrumen metodologis yang dipakai untuk melihat cara media mengkonstruksi sebuah wacana berita. Oleh karena itu itu dalam analisis framing ini yang dilihat adalah bagaimana cara media menaknai, memahami, dan membingkai suatu peristiwa yang diberitakan.

E.2. Objek Penelitian

Dipilihnya kasus BCG! sebagai bahan penelitian karena film BCG! ini sempat menjadi sorotan publik bahkan sempat pula menimbulkan ketegangan oleh sebagian masyarakat di Indonesia. Media massa sebagai sarana penyampai informasi bagi khalayak pun tidak ketinggalan untuk memberitakan kasus yang bernilai berita konflik ini. Akibatnya berita seputar BCG! yang dimuat di media massa pun memiliki versi yang berbeda-beda sehingga menimbulkan polemik pada media massa.

Sekian banyaknya media massa yang memberitakan kasus penarikan peredaran film BCG! ini, peneliti akan mengambil majalah *Tempa* dan majalah

menaruh perhatian yang lebih dalam memberitakan kasus penarikan peredaran film BCG!. Berdasarkan data-data yang ada, *Tempo* menurunkan laporan mengenai BCG! sebanyak enam halaman yang terdiri dari rubrik wawancara, rubrik film serta rubrik kartun. Sedangkan *Forum* mencapai sembilan halaman dalam memberitakan BCG!, antara lain terdiri dari rubrik wawancara, rubrik hukum, rubrik karikatur, rubrik forum redaksi, serta cover halaman depan. Pertimbangan lain adalah majalah *Tempo* dan majalah *Forum* merupakan majalah nasional, sehingga mampu menjangkau masyarakat luas serta membawa pengaruh yang besar dalam mempengaruhi pikiran pembacanya. Unikny masing-masing majalah ini memiliki fokus pemberitaan yang justru bertentangan, baik dari narasumbernya yang dominan, sudut pandang yang dipilih media, serta bagaimana penilaian-penilaian media dalam mengomentari film BCG!.

Adapun pemilihan waktu bulan Agustus dikarenakan selama bulan tersebut kontroversi film BCG! sedang ramai dibicarakan publik, selain itu kedua majalah ini hanya memuat kasus BCG! pada bulan Agustus saja. *Tempo* mengulas BCG! pada edisi no.26/XXXIII/23-29 Agustus 2004, sedangkan *Forum* mengulasnya pada edisi no.18,Th XIV/22-29 Agustus 2004.

E.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *pertama*, studi pustaka yaitu mengumpulkan bahan-bahan baik berupa buku dan laporan penelitian terdahulu guna membantu peneliti dalam mengolah data. *Kedua*, dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data mengenai]

E.4. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukur kualitatif, yaitu dengan cara memberi penafsiran atau makna pada isi berita dan cara pemberitaan majalah *Tempo* dan majalah *Forum* melalui perangkat framing model William A. Gamson. Jelasnya bahwa data terlebih dahulu dikumpulkan, diinterpretasikan dan diberi makna tanpa harus menghitung frekuensi item berita berdasarkan logika matematis atau cara penghitungan statistik.

Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif. Analisis framing adalah salah satu bagian dari analisis isi kualitatif. Analisis framing yaitu analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas dan untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.

Terdapat dua dimensi besar untuk menganalisis kasus penarikan peredaran film BCG!. Dimensi tersebut adalah seleksi isu dan penekanan/penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Seleksi isu yaitu aspek yang berhubungan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam. Berdasarkan proses ini ada berita yang dimasukkan atau dipilih (*included*), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan atau dibuang (*excluded*). Artinya, tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, melainkan wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. Sementara itu penonjolan aspek tertentu dari isu berhubungan dengan penulisan fakta, yaitu bagaimana aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut dipilih, dan bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan pada khalayak.

Terdapat empat model dalam framing, yaitu model yang di

Gerald M. Kosicki. Masing-masing model memiliki cara analisis yang berbeda. Melihat sumber data yang dimiliki penulis dan memperhatikan bahwa kasus BCG! yang dianalisis berhubungan dengan gerakan sosial, maka agar penelitian lebih valid digunakanlah analisis framing model William A. Gamson untuk membedah penelitian ini.

William A. Gamson adalah seorang penganut mazhab konstruksionis yang paling banyak menulis mengenai analisis framing. Ia memandang bahwa isu atau peristiwa publik adalah bagian dari konstruksi realitas. Terdapat dua level framing dalam pandangan Gamson (dalam Eriyanto, 2002: 217). *Pertama*, level personal. Level ini menandakan bagaimana setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas atau peristiwa. Konstruksi tersebut menentukan bagaimana dunia dihayati, dialami, dan dimengerti. *Kedua*, level kultural yaitu menandakan budaya masyarakat dan alam pikiran khalayak menentukan bagaimana peristiwa atau isu dikonstruksi dan dibentuk. Individu dalam pandangan ini dipandang memiliki pengalaman, latar belakang biografis, interaksi dan predisposisi psikologis tersendiri yang digunakan olehnya dalam mengkonstruksi makna. Konstruksi makna tersebut dapat disajikan dalam bentuk berita di media, dengan kata lain wacana media adalah saluran untuk mengkonstruksi makna.

Latar belakang Gamson sebagai sosiolog menyebabkan ia menitikberatkan perhatiannya pada studi gerakan sosial sementara gerakan sosial sendiri berhubungan erat dengan studi media. Sebagai contoh misalnya saat memasuki era reformasi pada bulan Mei 1998. Amien Rais sebagai salah satu tokoh reformasi banyak dimuat media sehingga mampu mengob-

reformasi. Dampak yang bisa dilihat di lapangan yaitu banyak

di hampir seluruh Indonesia yang memiliki pikiran sama turun ke jalanan melakukan demonstrasi. Apa yang dilakukan sekumpulan mahasiswa itu bukan tanpa alasan. Mereka menuntut banyak hal yang tak bisa direalisasikan di era Orde Baru seperti misalnya kebebasan pers, selain itu mereka juga menuntut lengsernya Soeharto. Semua hal tersebut diantaranya karena framing. Frame menunjuk pada skema pemahaman individu sehingga seseorang dapat menempatkan, mempersepsi, mengidentifikasi dan memberi label peristiwa dalam pemahaman tertentu (Eriyanto, 2002: 218).

Menurut Eriyanto (2002 : 219) dalam suatu peristiwa, frame berperan dalam mengorganisasi pengalaman dan petunjuk tindakan, baik secara individu maupun kolektif. Artinya, dalam hal ini frame berperan dan menjadi aspek yang menentukan dalam partisipasi gerakan sosial. Pihak media membingkai peristiwa sedemikain rupa sehingga khalayak mempunyai perasaan yang sama. Oleh karena itu keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh sejauh mana khalayak memiliki pandangan yang sama atas suatu isu, musuh bersama, dan tujuan bersama. Hal tersebut senada dengan pandangan Gamson bahwa keberhasilan dari gerakan sosial terletak pada bagaimana peristiwa dibingkai sehingga menimbulkan tindakan kolektif (Gamson, dalam Eriyanto, 2002: 220). Guna memunculkan tindakan kolektif tersebut diperlukan penafsiran dan pemaknaan simbol yang bisa diterima secara kolektif.

Berdasarkan tujuan gerakan sosial untuk mendapatkan simpati khalayak, maka digunakanlah simbol, jargon dan atau label yang dekat dengan khalayak dan dikenal secara luas. Salah satu contoh jargon adalah yang dibuat oleh pihak yang

arti SDSB (Sumbangan Dana Sosial Berhadiah) menjadi “Soehato Dalang Segala Bencana.” Istilah SDSB tersebut ternyata mengena dalam benak publik, terutama ketika bergulirnya reformasi.

Kesuksesan gerakan sosial tersebut dapat dilihat dari keberhasilan media dalam proses mendefinisikan realitas sosial, menjelaskan masalah dan bagaimana masalah tersebut diselesaikan. Proses-proses tersebut juga melibatkan proses yang dinamakan sebagai konstruksi frame. Artinya, frame menyediakan sebuah cerita yang membantu individu menafsirkan realitas dan menempatkan cerita tersebut dalam posisi tertentu. Frame menempatkan dan menafsirkan masalah sebagai masalah bersama, bukan masalah individu. Apabila hal tersebut telah terbentuk, maka individu secara bersama-sama dapat mempunyai kesadaran dan akan bertindak bersama.

William A. Gamson dalam bukunya *Talking Politics* menyatakan bahwa dalam gerakan sosial dibutuhkan tiga frame (dalam Eriyanto, 2002: 221-222), yaitu:

Pertama, aggregate frame yaitu proses pendefinisian isu sebagai masalah sosial. artinya, individu yang mendengar frame atas peristiwa sadar bahwa isu tersebut adalah masalah bersama yang berpengaruh bagi setiap individu.

Kedua, consensus frame yaitu proses pendefinisian yang berkaitan dengan masalah sosial hanya dapat diselesaikan oleh tindakan kolektif.

Ketiga, collective action frame yaitu proses pendefinisian yang berkaitan dengan alasan diperlukannya tindakan kolektif serta tindakan kolektif apa yang seharusnya dilakukan. Frame ini mengikat perasaan kolektif kh

terlibat secara bersama-sama dalam gerakan sosial. *Collective action frame* ini dikonstruksi oleh tiga level, yakni:

- a) *Injustice frame*. Pada umumnya ditandai dengan konstruksi peristiwa, misalnya adanya ketidakadilan, ketimpangan atau kecurangan yang dapat menyentuh emosi khalayak.
- b) *Agency frame*. Berhubungan dengan pembentukan konstruksi siapa kawan siapa lawan, siapa pihak kita dan siapa pihak mereka. Frame ini secara umum bertujuan untuk membuat penegasan, misalnya: kita bisa melakukan sesuatu; kalau bukan kita siapa lagi, dan lain sebagainya.
- c) *Identity frame*. Frame ini menunjukkan identitas. Maksudnya adalah bahwa frame ini tidak hanya melihat siapa kita dan siapa mereka, melainkan juga mengidentifikasi bahwa kita berbeda dengan mereka.

Seluruh proses yang dimaksud Gamson itu apabila dihubungkan dengan gerakan sosial maka akan terlihat mereka mempunyai perasaan yang sama, masalah yang sama, identifikasi penyelesaian masalah yang sama, dan pada akhirnya akan memiliki kawan dan lawan yang sama pula.

Sebagaimana yang telah diulas sebelumnya bahwa secara umum framing adalah suatu pendekatan untuk mengetahui cara pandang wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita, maka dalam pandangan Gamson framing ini disebut dengan kemasan (*package*). Kemasan ini adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna r

Menurut Eriyanto (2002 : 224) kemasan dapat dibayangkan sebagai struktur data yang mengorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan-muatan di balik isu atau peristiwa.

Keberadaan kemasan tersebut dapat dilihat dari pemakaian perangkat-perangkat wacana seperti penggunaan kata, kalimat, gambar atau grafik tertentu. Elemen wacana tersebut saling mendukung menjadi ide sentral suatu berita atau biasa disebut dengan elemen inti berita (*idea element*). Elemen inti berita ini dijabarkan menjadi dua, yaitu :

Pertama, perangkat pembingkai (*framing device*) yaitu perangkat yang berhubungan langsung dengan elemen inti berita atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat pembingkai ini ditandai dengan *metaphor*, *catchphrases*, *exemplars*, *depiction*, dan *visual images* yang mendukung inti berita.

Metaphor dipahami sebagai cara memindah makna dengan merelasikan dengan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, ataupun laksana (Sobur, 2002: 179). Sebenarnya tidak hanya kata-kata kiasan saja yang bisa digunakan untuk menunjukkan kalimat tersebut *metaphor* (kalimat perumpamaan), namun peribahasa, pepatah, ungkapan kepercayaan masyarakat, bahkan ungkapan yang diambil dari ayat-ayat suci pun bisa juga menjadi metafor. Metafor ini selain dapat digunakan sebagai petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks berita, juga

Exemplars diartikan Gamson sebagai pengemasan fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan. Posisi *exemplars* menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita digunakan untuk membenarkan perspektif wartawan dalam menulis berita.

Catchphrases merupakan istilah, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran tertentu. *Catchphrases* ini dalam suatu teks berita tampak menonjol/kontras dan dapat berbentuk jargon, slogan, ataupun semboyan.

Depiction merupakan penggambaran fakta dengan menggunakan kata, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah pada citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus ini dapat digunakan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran sehingga efektif sebagai bentuk aksi politik. *Depiction* ini dapat berbentuk stigmatisasi (pelabelan), eufemisme (gaya bahasa pelembutan), serta akronimisasi (singkatan, misal SDSB).

Visual images pada halaman surat kabar bukan hanya sekedar alasan estetika semata, tetapi lebih merupakan proses mempengaruhi lewat efek dan fungsi pesan agar lebih menancap di benak khalayak, demikian yang diungkap Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen (dalam Sobur, 2002: 180). Melalui efek grafis seperti pemakaian gambar karikatur, foto, tabel, grafik, *caption*, penempatan teks, dan sebagainya maka berita yang dinuat di media menjadi lebih bermakna dan dipercaya. Sedikit berbicara mengenai karikatur yang seolah-olah hanya main-main, tetapi kenyataannya dikerjakan dengan sungguh-sungguh. Bahkan menurut Gundar Banjarnahor dalam bukunya *Wartawan Freelance: Panduan Menulis Artikel untuk Media Cetak dan Elektronik* (1994: 167) cc

arti pentingnya karikatur dalam analisis framing ini, karena gambar karikatur tidak sekedar dipahami sebagai gambar biasa, melainkan terkandung pesan yang mendalam dari wartawan.

Kedua, perangkat pembingkai (*reasoning devices*). Sebuah gagasan tidaklah cukup dengan menggunakan teori, perumpamaan, pelabelan, jargon/slogan, serta gambar atau grafik untuk mendukung inti berita sebagaimana pada perangkat pembingkai. Oleh karena itu dalam perangkat penalaran ini diperlukan adanya dasar-dasar pembenar agar pendapat atau gagasan seseorang tampak benar, valid, alamiah dan wajar. Sebaliknya apabila dalam suatu teks tidak terdapat dasar pembenar, maka akan terlihat gagasan dalam teks tersebut tidak meyakinkan. Adapun bentuk dari dasar pembenar ini dapat berupa *roots*, *appeals to principle*, dan *concequences*.

Roots atau analisis kausal adalah pembenaran isu dengan menghubungkan suatu sebab timbulnya sesuatu dengan akibat yang ditimbulkannya. *Appeals to principle* adalah klaim moral sebagai argumentasi pembenar dalam suatu berita yang bertujuan membuat khalayak tidak berdaya menyanggah argumentasi. Adapun fokusnya adalah memanipulasi emosi khalayak agar tertutup dari bentuk penalaran lain (dalam Sobur, 2002: 180). Perangkat lain dalam *reasoning devices* adalah *concequences*. *Concequences* merupakan akibat atau konsekuensi logis dari suatu berita.

Untuk memudahkan pemahaman mengenai analisis framing yang digunakan

... ..

Tabel 1.1
Kerangka Framing Model William A. Gamson

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

Sumber: dikutip dari Eriyanto. 2002. *Analists Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik*. Yogyakarta: LKIS, 111-112.