

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi penduduk sangat besar di dunia. Pada lingkup Asia saja, Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk terbesar ketiga setelah RRC dan India. Menurut Sensus Penduduk pada tahun 2000, populasi penduduk Indonesia mencapai angka 205 juta jiwa (BPS, 2008 : 9). Sedangkan menurut perkiraan BPS melalui Proyeksi Penduduk Indonesia 2005-2015, pada tahun 2008 ini saja populasi penduduk Indonesia diperkirakan telah menembus angka 228 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa hanya dalam kurun waktu 8 tahun populasi penduduk Indonesia telah bertambah lebih dari 23 juta jiwa.

Pertumbuhan penduduk yang pesat tersebut tentunya menimbulkan berbagai permasalahan, khususnya dalam hal penyediaan kebutuhan pangan masyarakat. Menurut seorang pakar demografi bernama Robert Malthus, pertumbuhan penduduk dan peningkatan produksi pangan berjalan tidak seimbang. Malthus mengibaratkan pertumbuhan penduduk seperti deret ukur sedangkan peningkatan produksi bahan pangan seperti deret hitung (Ida Bagoes Mantra, 2007 : 50). Ketidakseimbangan antara produksi bahan pangan dengan pertumbuhan penduduk semakin diperparah dengan banyaknya alih fungsi lahan-lahan pertanian menjadi lahan-lahan non pertanian. Hal itu

Indonesia merupakan negara yang mengalami permasalahan kompleks tersebut. Pertama, laju pertumbuhan penduduk Indonesia saat ini meningkat sampai dengan 4,05 persen per tahun (Kompas, 25 Agustus 2008 : 1). Kedua, adanya penyusutan luas lahan-lahan pertanian yang disebabkan banyaknya alih fungsi lahan-lahan pertanian menjadi area non pertanian, misalnya sebagai pemukiman. Ketiga, kapasitas produksi padi nasional yang hanya bertengger pada kisaran angka 4,54 ton gabah kering giling per hektar (Kompas, 10 September 2008 : 1). Masalah-masalah tersebut diperparah dengan belum terealisasinya proyek-proyek perluasan areal pertanian seperti pemanfaatan lahan gambut di Kalimantan atau lahan pasang surut di Sumatera.

Menurut data BPS, setiap tahun terjadi penyusutan areal pertanian. Pada tahun 2004 areal penanaman padi mencapai 11,923 juta hektar (BPS, 2007 : 41). Sedangkan pada tahun 2005 areal penanaman padi tidak mengalami peningkatan namun justru menurun menjadi 11,839 juta hektar. Penurunan area penanaman padi juga terjadi pada tahun 2006 sehingga hanya tercatat 11,786 juta hektar area pertanian yang ditanami padi (BPS, 2008 : 53).

Walaupun luas areal penanaman padi mengalami penurunan tiap tahun, produksi padi nasional mengalami peningkatan meskipun tidak signifikan. Jika pada tahun 2005 produksi gabah kering giling tercatat 54,151 juta ton maka pada tahun 2006 meningkat menjadi 54,455 juta ton (BPS, 2008 : 53). Bahkan untuk tahun 2009, pemerintah berani menargetkan produksi padi

Peningkatan produksi padi nasional merupakan suatu isu yang sangat sensitif dan strategis. Hal ini karena padi merupakan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia. Walaupun pemerintah giat menggalakkan kampanye diversifikasi bahan pangan, namun kenyataan di lapangan masyarakat tetap bergantung pada beras sebagai makanan pokoknya. Oleh karena itu peningkatan produksi gabah nasional merupakan suatu keharusan demi tercukupinya kebutuhan pangan masyarakat.

Salah satu cara meningkatkan produksi pangan (padi) adalah dengan menggunakan benih padi hibrida. Benih padi hibrida diklaim mampu menghasilkan gabah kering giling lebih banyak daripada benih varietas lokal. Benih padi hibrida juga tahan terhadap serangan hama, dan memiliki masa tanam yang pendek. Hal ini berdampak, sebagian besar petani padi menanam benih hibrida. Bahkan menurut data Kompas penanaman padi varietas lokal di Indonesia hanya tinggal 10-15 persen (Kompas, 15 September 2008 : 1).

Salah satu benih padi hibrida adalah Super Toy HL-2. Benih ini ditemukan oleh Toyung Supriyadi, seorang peneliti pada PT Sarana Harapan Indopangan dan diperkenalkan ke publik (petani) pada tahun 2007. Super Toy HL-2 merupakan benih hasil persilangan antara padi Rojolele dan Pandanwangi. Benih tersebut diklaim mampu menghasilkan kapasitas produksi lebih besar dibandingkan dengan padi hibrida lainnya. Jika padi hibrida jenis IR-64 hanya mempunyai kapasitas produksi 4,5-6 ton gabah kering giling per hektar, maka Super Toy mempunyai kapasitas produksi

Toy juga diklaim memiliki kehebatan lain yaitu mampu panen tiga kali dalam satu masa tanam, sedangkan padi jenis lain hanya mampu panen sekali dalam satu masa tanam.

Kelebihan-kelebihan itulah yang menarik ratusan petani untuk mencoba menanam Super Toy di bawah arahan dan pendampingan dari petugas-petugas lapangan PT Sarana Harapan Indopangan. Super Toy pun ditanam secara massal di beberapa daerah, bahkan di Kabupaten Purworejo luas areal penanamannya mencapai 150-an hektar. Pada bulan April 2008, panen perdana padi Super Toy dilakukan oleh Presiden SBY didampingi beberapa pejabat pemerintahan pusat dan daerah. Dalam kesempatan tersebut, presiden memberikan apresiasi positif terhadap varietas padi temuan Toyung Supriyadi tersebut. Menurut Presiden SBY, varietas Super Toy dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan produksi pangan nasional. Dalam kesempatan itu pula beberapa pejabat juga menyatakan kepuasannya atas produktivitas Super Toy, bahkan Bupati Purworejo menyebutkan bahwa hasil panen Super Toy mencapai 14,7 ton GKP atau Gabah Kering Panen (Media Indonesia, 8 September 2008 : 27).

Namun demikian, kesuksesan panen perdana Super Toy tidak bertahan pada panen kedua. Hal ini disebabkan karena pada panen kedua Super Toy pada awal September 2008 gagal. Bulir-bulir padi kosong alias puso, bahkan tidak jarang tanaman padi tidak mengeluarkan tangkai-tangkai padi. Kejadian ini menyebabkan kekecewaan petani penanam Super Toy. Para petani

kosong tersebut sebagai perwujudan kekecewaan mereka. Berita kegagalan Super Toy tidak hanya datang dari Purworejo, namun juga dari beberapa daerah lainnya, misalnya Madiun. Kegagalan panen ini membuat petani menuntut ganti rugi kepada PT SHI.

Berita kegagalan panen kedua Super Toy pun segera menghiasi halaman-halaman utama surat kabar lokal maupun nasional. Bahkan kasus tersebut menjadi *headline* dan diulas dalam beberapa editorial surat kabar, misalnya Kompas, Media Indonesia, dan Koran Tempo.

Di media cetak, berita seputar kegagalan Super Toy menjadi berita utama lebih dari seminggu. Bahkan beberapa media cetak seperti Kompas, Media Indonesia, dan Koran Tempo mengangkat kasus ini dalam segmen editorialnya. Kompas mengangkat kasus tersebut dalam tajuk rencana edisi 9 September 2008 berjudul “Super Toy dan Praksis Ilmiah”. Media Indonesia juga mengangkat kasus tersebut dalam editorial edisi 10 September 2008 dengan judul “Temuan Baru dan Naluri Kekuasaan”. Bahkan Koran Tempo lebih dahulu mengangkat kasus tersebut daripada Kompas dan Media Indonesia. Dalam editorialnya edisi 6 september 2008, Koran Tempo mengangkat kasus Super Toy dengan judul “*Blue Energy*, Super Toy, Lalu Apa?”.

Kasus Super Toy menjadi lebih hangat karena adanya keterlibatan Heru Lelono. Heru adalah staf khusus presiden bidang otonomi daerah. Dalam kasus ini, Heru duduk sebagai komisaris PT SHI yang merupakan produsen

ternyata Super Toy merupakan proyek kedua SHI Group setelah *Blue Energy* yang gagal.

Kasus Super Toy ini sangat menarik untuk diteliti dengan menggunakan metode *framing*. Hal ini karena setiap media memiliki sudut pandang berbeda dalam mengkonstruksi kasus Super Toy. Perbedaan sudut pandang ini tentunya menyebabkan *frame* atau bingkai pemberitaan kasus ini pun berbeda. Menurut Eriyanto, *frame* memiliki pengertian mengenai bagaimana media memahami serta memaknai suatu peristiwa (Eriyanto, 2002 : 3).

Obyek utama dalam penelitian *framing* adalah teks berita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita merupakan cerita atau keterangan mengenai suatu kejadian atau peristiwa yang hangat (Depdikbud, 1997 : 249). Sedangkan menurut Dr. Willard G. Bleyer dalam buku Manajemen Penerbitan Pers karangan Totok Djuroto, berita didefinisikan sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca. Berita terbaik merupakan berita yang paling menarik perhatian bagi sejumlah pembaca (Totok Djuroto, 2004 : 70). Pada tanggal 5-12 September 2008, berita seputar kasus Super Toy merupakan berita yang hangat dan menarik, bahkan beberapa media seperti Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo menjadikan berita tersebut sebagai *headline* baik di halaman pertama maupun di halaman-halaman lain.

Media Indonesia pada periode tersebut menulis tidak kurang dari 7 berita seputar kasus Super Toy. Dalam pemberitaannya, Media Indonesia lebih cenderung menyajikan pemberitaan yang mengkritisi Super Toy. Hal ini dapat

tanggal tersebut, Media Indonesia menyajikan 3 berita seputar kasus Super Toy, dua berita diantaranya memiliki judul yang berupa kritik terhadap padi tersebut. Judul tersebut yaitu “Janji Letoy Padi Super” dan “Sudah Merunduk Padi tidak Jua Berisi”. Selain itu, Media Indonesia juga menyajikan berita yang berisi tentang langkah-langkah pemerintah dalam menangani kasus ini. Berita yang memuat hal tersebut antara lain “Mentan Minta Uji Coba Padi Super Toy Dihentikan” dan “Wapres Minta Tanggung Jawab PT. SHP”.

Berbeda dengan Media Indonesia, Kompas menyajikan 11 berita yang terkait dengan kasus Super Toy. Berita-berita tentang kasus Super Toy di Kompas cenderung lebih lunak. Kompas melihat bahwa kasus Super Toy semata-mata terjadi karena adanya pelanggaran prosedur-prosedur ilmiah tahapan pelepasan suatu varietas baru. Hal ini seperti ditulis Kompas edisi 6 September 2008:

Padi Super Toy HL-2 belum bisa disebut varietas baru, melainkan calon varietas. Jenis Padi itu belum lolos uji kelayakan dan uji unggul mutu sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor 37 Tahun 2006 tentang Pengujian dan Pelepasan Tanaman Varietas Baru.

Dalam berita-beritanya seputar kasus Super Toy, Kompas masih menyimpan harapan bahwa Super Toy bisa jadi benih unggul dan dapat dijadikan solusi dalam mengatasi masalah pangan. Hal ini dapat dilihat dalam salah satu beritanya yang berjudul “Super Toy Akan Diteruskan, Di Jatim Super Toy Ditanam di Lahan 200 Hektar”. Kompas melihat Super Toy mempunyai potensi-potensi unggul, namun demikian potensi-potensi tersebut

Berbeda dengan Media Indonesia dan Kompas, Koran Tempo menyajikan berita-berita seputar kontroversi Super Toy dengan lebih “berani”. Pada tanggal 5-12 September 2008, Koran Tempo menyajikan 11 berita terkait Kasus Super Toy. Koran Tempo cenderung menyajikan berita-berita terkait dengan kasus Super Toy dengan menghubungkan kasus tersebut dengan isu-isu politik. Hal ini dapat dilihat dalam salah satu judul berita Koran Tempo yaitu “Padi Unggulan Presiden Menuai Protes, Istana Menolak Bertanggung Jawab”. Selain itu, dalam salah satu beritanya yang berjudul “Semua Bergaya Peduli Lewat Padi”, Koran Tempo memaparkan adanya “perang padi” antar elit politik Indonesia, khususnya elit-elit politik yang diprediksi potensial ikut dalam bursa capres dan cawapres. Elit-elit tersebut antara lain, SBY dengan Super Toy-nya, Megawati dengan benih padi MSP, dan Jusuf Kalla dengan ribuan ton benih padi hibrida yang dibagi-bagikannya di Sulawesi Selatan.

Perbedaan pemberitaan antara ketiga surat kabar nasional tersebut sangat menarik untuk diteliti, terutama dengan metode *framing*. Kompas, Media Indonesia, serta Koran Tempo menyajikan berita-berita dengan topik yang sama yaitu kontroversi Super Toy HL-2. Namun demikian kesamaan topik tersebut, tidak lantas membuat ketiga media tersebut menyajikan berita dengan isi yang sama. Penyajian berita sangat dipengaruhi oleh perspektif dan kebijakan redaksional masing-masing media. Perspektif dan kebijakan redaksional masing-masing media inilah yang menyebabkan pengemasan dan penyajian berita menjadi berbeda tergantung pada bagaimana kasus tersebut

B. Rumusan Masalah.

Dari uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana *frame* pemberitaan kasus Padi Super Toy dalam pemberitaan di Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi *frame* pemberitaan kasus Padi Super Toy di Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo?

C. Tujuan Penelitian.

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu, baik tujuan secara umum maupun tujuan-tujuan yang bersifat spesifik. Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai peneliti antara lain:

1. Mengetahui *frame* pemberitaan kontroversi Padi Supertoy oleh media massa, dalam hal ini adalah Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *frame* berita seputar kontroversi Padi Supertoy di Media massa.

D. Manfaat Penelitian.

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu dapat dijadikan bahan kajian serta referensi bagi studi analisis framing sehingga mampu

menyediakan informasi yang akurat dan objektif dalam hal analisis

E. Kerangka Teori.

Dalam penelitian ini, teori-teori yang digunakan peneliti untuk menelaah obyek penelitian antara lain teori cara pandang paradigma konstruksi terhadap media massa, teori konstruksi media terhadap realita sosial, teori ideologi dalam konstruksi realita sosial, teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi berita, dan konsep *framing*. Penjelasan dari masing-masing teori tersebut penulis paparkan di bawah ini.

1. Cara Pandang Paradigma Konstruktif terhadap Media.

Cara pandang paradigma konstruktif berbeda dengan pandangan paradigma positivistik. Paradigma konstruktif mempunyai titik fokus pada bagaimana suatu pesan diproduksi oleh komunikator dan bagaimana pula pesan tersebut secara aktif dimaknai oleh individu-individu penerimanya atau komunikan (Eriyanto, 2002: 40). Paradigma ini tidak melihat media sebagai saluran penyampaian pesan, melainkan sebagai sebuah proses dinamis yang menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tertentu mengenai realita yang ditemuinya.

Menurut Crigler dalam Eriyanto (2002: 40-41) terdapat dua karakteristik dalam paradigma konstruktif, yaitu:

- a. Pendekatan konstruktif, menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realita.

Dalam hal ini makna bukanlah sesuatu yang absolut atau konsep statis yang ditemukan dalam pesan, melainkan suatu proses aktif yang

b. Paradigma konstruktif, memandang kegiatan komunikasi sebagai suatu proses yang dinamis. Paradigma ini melihat bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator dan komunikan serta bagaimana konstruksi individu terhadap pesan tersebut.

Dalam paradigma konstruktif, pesan tidak dianggap sebagai *mirror of reality* atau cerminan dari suatu realita, di mana suatu fakta ditampilkan apa adanya. Dalam produksi suatu pesan, seorang komunikator dengan *frame* realitanya akan menampilkan fakta-fakta tertentu terhadap komunikan, dan memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa tersebut. Pesan adalah sesuatu yang dikonstruksi, sehingga makna merupakan produk dari konstruksi dan interaksi antara komunikator dan komunikan.

Paradigma konstruktif memiliki tujuh cara pandang dalam memandang media. Pertama, paradigma konstruktif memandang bahwa fakta atau realita merupakan hasil konstruksi. Hal ini terjadi karena fakta atau realita yang ditampilkan di media merupakan fakta-fakta yang dipilih oleh wartawan dari suatu peristiwa atau isu tertentu. Dalam proses ini, subyektifitas wartawan/media sangatlah menentukan fakta-fakta mana dari suatu peristiwa atau isu yang dapat dimasukkan dalam pemberitaan.

Kedua, paradigma ini memandang bahwa media merupakan agen konstruksi. Media merupakan sarana di mana pesan disebarluaskan kepada khalayak. Dalam proses ini, media bukanlah sekedar saluran yang netral,

pandangan-pandangannya, bias, dan pemihakannya. Media akan memilih realita mana yang akan diangkat menjadi suatu berita dan realita mana yang tidak diambil.

Ketiga, paradigma konstruktif melihat bahwa berita tidak bersifat netral namun bersifat subyektif atas suatu peristiwa. Subyektifitas berita atas suatu peristiwa terjadi karena dalam meliput suatu peristiwa wartawan tidak bisa lepas dari perspektif-perspektif subyektif dalam memaknai suatu peristiwa yang terjadi. Perspektif inilah yang menyebabkan wartawan menulis fakta-fakta yang sesuai dengan pemahamannya, dan membuang fakta-fakta lain yang tidak sesuai dengan pemahamannya.

Keempat, paradigma konstruktif melihat bahwa wartawan merupakan agen konstruksi. Hal ini bertentangan dengan pandangan positivistik yang melihat bahwa wartawan merupakan pelapor dari suatu peristiwa. Dalam pandangan konstruktif, wartawan tidak hanya menulis suatu peristiwa saja, namun ia juga membentuk berita. Wartawanlah yang menguraikan, memilih, mengkonstruksi fakta-fakta dari suatu realita. Oleh karena itu, berita merupakan hasil olahan dan konstruksi wartawan atas suatu realita.

Kelima, paradigma konstruktif melihat bahwa pilihan moral, etika, dan keberpihakan wartawan merupakan bagian yang integral dalam produksi berita. Dalam peliputan suatu peristiwa, wartawan akan

... dan realita yang terjadi. Proses konstruksi

tersebut tidak bisa dilepaskan dari pilihan moral, etika, dan keberpihakan yang diyakini oleh wartawan tersebut.

Keenam, paradigma konstruktif melihat bahwa nilai, etika, dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian. Nilai, etika, dan pilihan moral merupakan alat yang digunakan peneliti dalam mengkonstruksi realita yang ditelitinya. Hal inilah yang disebut bahwa subyaektifitas peneliti mempengaruhi konstruksi realita yang ditelitinya.

Ketujuh, konstruktif melihat bahwa khalayak memiliki penafsiran tersendiri atas suatu berita. Dalam pandangan positivistik, berita bersifat obyektif, sehingga pesan yang ditulis wartawan dimaknai sama oleh pembaca. Dalam hal ini, pembaca atau khalayak dianggap pasif. Hal ini berbeda dengan konstruktif, setiap individu memiliki penafsiran yang berbeda atas suatu berita. Dalam hal ini, khalayak dianggap aktif.

Pandangan lain paradigma konstruktif terhadap media dapat kita temui dalam pendapat Hart Andrew. Menurut Hart Andrew (1991 : 8) ada 5 prinsip dasar tentang media, antara lain:

- a. Media tidak secara sederhana merefleksikan atau meniru realitas.
- b. Seleksi, tekanan dan perluasan makna terjadi dalam tiap hal dalam proses konstruksi dan penyampaian pesan yang kompleks.
- c. *Audience* tidaklah pasif dan mudah diprediksi, tetapi aktif dan berubah-ubah dalam memberikan respon.
- d. Pesan tidaklah semata-mata ditentukan oleh keputusan produser dan editor tapi juga oleh pemerintah dan pengiklan.
- e. Media memiliki keanekaragaman kondisi yang berbeda yang

2. Konstruksi Media terhadap Realita Sosial.

Realita bukanlah sesuatu yang terbentuk secara ilmiah. Realita juga bukan sesuatu yang ditakdirkan dari yang kuasa. Realita merupakan sesuatu yang dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Oleh karena itu, setiap manusia memiliki konstruksi yang berbeda-beda terhadap suatu realita (Berger dalam Eriyanto, 2002: 15).

Realita sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu. Individu selalu hadir baik di dalam maupun di luar realita tersebut. Individu melakukan konstruksi realita sosial dan melakukan rekonstruksi realita berdasarkan subyektifitas individu dalam suatu institusi sosial.

Sebagai suatu produk media, berita tidak bisa lepas dari proses konstruksi atas suatu realita. Berita menggunakan kerangka tertentu untuk memberikan aksen-aksen pada realita yang dikonstruksinya, misalnya mempertajam, menonjolkan, atau bahkan mengaburkan realita tersebut. Untuk itu, terkadang realita sosial dipahami secara berbeda oleh media, sesuai dengan apa yang diinginkan media terhadap realita tersebut. Realita-realita yang dibangun media sangat berpengaruh terhadap proses eksternalisasi manusia dalam memaknai bahkan menciptakan realita sosial. Hal ini karena dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu secara bersama-sama dalam pola yang *taken for*

Pola tersebut memandang bahwa setiap individu mempunyai kesamaan dalam melihat dunia atau kehidupan sehari-hari. Secara otomatis, realita yang telah dibangun tersebut akan dipelajari oleh generasi-generasi selanjutnya melalui proses sosialisasi. Untuk itu, bisa dikatakan bahwa seseorang akan menjadi pribadi yang beridentitas jika ia tetap menyatu dengan masyarakatnya.

Menurut Berger, proses konstruksi realita terdiri dari tiga tahapan, antara lain eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi (Berger dalam Eriyanto, 2002: 14). Eksternalisasi merupakan proses pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan yang bersifat fisik maupun mental. Obyektivasi merupakan hasil yang dicapai manusia dari proses eksternalisasi. Internalisasi merupakan proses penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran tiap-tiap individu, sehingga subyektifitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosialnya.

Dalam konteks ini, berita merupakan hasil konstruksi realita yang dilakukan oleh institusi media. Sebuah teks berita dalam penulisan dan pemaparannya tidak langsung mengarah pada suatu realita. Teks tersebut terlebih dahulu diolah sedemikian rupa oleh institusi media untuk menunjukkan suatu konstruksi tertentu atas suatu realita yang terjadi. Oleh karena itu, suatu realita yang sama dapat dikonstruksi berbeda oleh institusi media yang berlainan.

Dalam proses konstruksi suatu realita, bahasa merupakan faktor yang

penentu bagaimana suatu konstruksi dibentuk. Bahasa membantu wartawan untuk menentukan gambaran seperti apa yang akan ditanamkan kepada publik atas suatu realita. Wartawan sering kali menggunakan kiasan-kiasan untuk membelokkan bahkan mengelabui pembaca. Menurut Hamad (2004: 12) pemilihan dan penggunaan bahasa dalam media bukan hanya sebagai alat untuk menggambarkan realita, namun juga dapat membentuk gambaran (citra) tertentu yang akan dimunculkan dan disampaikan di benak khalayak.

3. Ideologi dalam Konstruksi Realita Sosial

Bicara tentang konstruksi realita sosial, tentunya juga bicara tentang ideologi-ideologi yang bermain di dalamnya. Ideologi-ideologi tersebut berperan dalam pembentukan realita sosial masyarakat. Secara sederhana ideologi dapat dimaknai sebagai cara berpikir seseorang atau suatu golongan (Depdiknas, 1997 : 366).

Konsep ideologi, pertama kali diperkenalkan oleh Karl Marx. Menurut Marx dalam Fiske (2004 : 239), ideologi merupakan alat yang digunakan kelas yang berkuasa untuk menyebarkan ide-ide kelas tersebut supaya dapat diterima sebagai sesuatu yang alami dan wajar oleh keseluruhan masyarakat. Dalam konsep ini, Marx melihat bahwa kelas-kelas subordinat digiring untuk memahami siapa diri mereka dengan menggunakan gagasan-gagasan yang berasal dari luar kelas tersebut. Gagasan-gagasan tersebut merupakan ide-ide yang berasal dari kelas yang

bekerja dengan cara menyusup pada institusi-institusi sosial, misalnya media massa, sekolah, lembaga-lembaga keagamaan, dan institusi-institusi sosial lainnya.

Repressive State Apparatus (RSA) dan *Ideological State Apparatus (ISA)* merupakan sesuatu hal yang berbeda, baik dari segi bagaimana mereka berfungsi, maupun ranah pergerakannya. RSA menjalankan fungsi primernya melalui kekerasan, baik kekerasan secara fisik maupun kekerasan non fisik. Kekerasan yang dijalankan RSA merupakan kekerasan yang memang dilegitimasi oleh negara. Sehingga dalam pelaksanaan fungsinya, RSA menjalankannya atas nama negara. Legitimasi negara itulah yang menyebabkan RSA mampu bergerak secara massif pada wilayah-wilayah publik.

Hal ini berbeda dengan ISA. ISA menjalankan fungsi primernya secara ideologis. Dalam melaksanakan fungsinya itu, ISA melakukan penyusupan-penyusupan pada institusi-institusi sosial di masyarakat. Hal ini menyebabkan ISA mampu bergerak dalam wilayah-wilayah privat, sehingga seolah-olah ISA merupakan sesuatu yang memang berasal dari diri masyarakat sendiri. Hal ini menurut Althusser, menyebabkan ISA bersifat plural, sedangkan RSA bersifat tunggal dan mendominasi. Cara kerja ISA inilah yang disebut Gramsci sebagai hegemoni kelas penguasa terhadap masyarakat dan kelas-kelas subordinat.

Media massa dalam konteks ini berada pada lingkup *Ideological*

menyebarkan ide-ide dominan yang diproduksi oleh kelas yang berkuasa. Ide-ide dominan kelas berkuasa tersebut disusupkan media massa melalui pemberitaan. Oleh karena itu, berita bukanlah suatu laporan obyektif atas realita yang terjadi di masyarakat, namun merupakan hasil rekonstruksi subyektif media terhadap realita yang terjadi di masyarakat yang disesuaikan dengan ide-ide dominan kelas yang berkuasa.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Berita

Media dapat dikatakan sebagai suatu bentuk realitas. Menurut Agus Sudibyo (2001:2) ada tiga pendekatan yang dapat dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan isi media, yaitu pendekatan politik-ekonomi, pendekatan organisasi, dan pendekatan kulturalis. Pendekatan politik-ekonomi melihat bahwa isi media dibentuk oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Dalam hal ini faktor pemilik media, faktor modal, dan faktor pendapatan media berpengaruh dalam proses seleksi peristiwa apa saja yang bisa diberitakan dan apa saja yang tidak bisa diberitakan oleh media tersebut.

Pendekatan kedua adalah pendekatan organisasi. Pendekatan ini melihat bahwa media sebagai pihak yang aktif dalam proses produksi berita. Dalam pendekatan ini, berita dilihat sebagai hasil mekanisme yang ada di dalam ruang redaksi. Praktik kerja, profesionalisme, dan tata aturan yang ada dalam organisasi adalah unsur-unsur yang dinamis yang

mempunyai otoritas untuk menentukan apa yang boleh atau tidak boleh, apa yang layak atau tidak layak untuk diberitakan.

Pendekatan ketiga adalah pendekatan kulturalis. Pendekatan ini melihat bahwa proses produksi berita oleh suatu institusi media bukanlah proses yang sederhana. Proses tersebut merupakan proses yang rumit yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik berasal dari internal institusi media maupun dari eksternal institusi media. Salah satu ahli yang melihat bahwa proses produksi berita merupakan suatu mekanisme yang rumit adalah Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Dalam buku berjudul *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* Shoemaker dan Reese mengemukakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi proses produksi berita, yaitu faktor individual, faktor rutinitas media, faktor organisasi, faktor ideologi, dan faktor ekstramedia.

Pertama faktor individual. Menurut Shoemaker dan Reese, faktor individual berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media. Latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, budaya akan mempengaruhi pola pemberitaan (Shoemaker dan Reese, 1996:102). Titik perhatian faktor ini bahwa latar belakang profesionalisme pengelola media latar belakang individu wartawan dapat berpengaruh dalam produksi berita. Pengelola media dan wartawan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang melekat pada dirinya, baik latar belakang individu seperti jenis kelamin, agama, tingkat

latar belakang profesionalisme menghasilkan nilai-nilai yang mempengaruhi wartawan melihat suatu realita yang dikonstruksi oleh wartawan tersebut menjadi suatu berita.

Faktor kedua yang mempengaruhi proses produksi berita adalah rutinitas media. Menurut Shoemaker dan Reese, rutinitas media berkaitan dengan bagaimana mekanisme dan proses penentuan berita. Rutinitas media juga berhubungan dengan bagaimana mekanisme suatu berita dibentuk, melalui proses dan tangan siapa saja sebelum sampai ke proses cetak (Shoemaker dan Reese, 1996:137). Faktor rutinitas media, menitikberatkan pada bagaimana pola kerja redaksi di suatu media. Pola kerja keredaksionalan inilah yang menentukan bahwa suatu peristiwa layak dijadikan suatu berita. Pola kerja redaksi inilah yang melakukan proses seleksi fakta-fakta yang akan ditampilkan dalam berita.

Setiap institusi media memiliki pola kerja redaksi yang berbeda-beda. Ada standar kategorisasi berita dan nilai berita yang layak dimuat oleh suatu institusi media. Namun secara umum, menurut Eriyanto (2002:106-110) kategorisasi berita dan nilai berita dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1
Kategorisasi Nilai Berita

<i>Prominance</i>	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih mungkin disebut berita kalau peristiwa tersebut lebih banyak mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak.
<i>Conflict</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial

<i>controversy</i>	disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
<i>Unusual</i>	Berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat dengan khalayak pembaca baik dari sisi geografis maupun dari sisi emosional lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh baik dari fisik maupun emosional khalayak.

Sumber: Eriyanto, *Analisis framing; Kontruksi, Idiologi, dan Politik Media*, Yogyakarta, LkiS, 2002 hal.106-107.

Tabel 1.2
Jenis Berita

<i>Hard News</i>	<i>Hard news</i> merupakan berita tentang peristiwa yang terjadi saat itu. Kategori berita ini meliputi kecepatan waktu dan aktualitas dari pemberitaan. Semakin cepat peristiwa tersebut diberitakan, maka semakin baik pula kualitas beritanya.
<i>Soft News</i>	<i>Soft news</i> merupakan berita-berita yang berhubungan dengan kisah manusiawi (<i>human interest</i>). Peristiwa yang diberitakan tidak dibatasi oleh waktu, tetapi lebih kepada bagaimana informasi yang disajikan tersebut dapat menyentuh perasaan dan emosi khalayak.
<i>Spot News</i>	<i>Spot news</i> merupakan berita-berita yang peliputannya tidak bisa direncanakan, misalnya kecelakaan, kebakaran, bencana alam, dsb.
<i>Developing News</i>	<i>Developing news</i> merupakan <i>spot news</i> yang pemberitaannya berkelanjutan.
<i>Cointuining News</i>	<i>Contiuning news</i> merupakan pemberitaan terhadap peristiwa-peristiwa yang dapat diprediksi. Pemberitaan terhadap peristiwa tersebut berkembang secara kompleks dari hari ke hari namun tetap dalam satu tema yang sama.

Sumber: Eriyanto, *Analisis framing; Kontruksi, Idiologi, dan Politik Media*, Yogyakarta, LkiS, 2002 hal.109-110.

Faktor ketiga yang mempengaruhi proses produksi berita adalah faktor organisasi. Faktor ini berkaitan dengan struktur organisasi suatu

dengan proses produksi suatu berita. Menurut Shoemaker dan Reese, pembentukan berita dipengaruhi oleh institusi media. Wartawan, editor, layouter, dan fotografer adalah bagian kecil dari suatu institusi media. Wartawan bukanlah orang tunggal yang menentukan suatu berita, lebih dari itu ada aspek-aspek lain yang berpengaruh, seperti bagian pemasaran, bagian iklan, dan pemodal (Shoemaker dan Reese, 1996:172-173). Media tidak hanya terdiri dari bagian redaksi saja, namun terdiri dari beberapa bagian lain, misalnya bagian iklan, bagian pemasaran, bagian percetakan, dan sebagainya. Ada institusi media yang memperbolehkan bagian iklan mengintervensi bagian redaksi dalam hal pemberitaan, terutama berita-berita yang berhubungan dengan klien pemasang iklan. Namun ada juga institusi media yang mengharamkan bagian redaksi untuk berkomunikasi dengan bagian iklan, bahkan menempatkan bagian redaksi dan bagian iklan dalam gedung yang berbeda. Hal ini semata-mata untuk menjaga independensi redaksi.

Faktor keempat yang mempengaruhi proses produksi berita adalah ideologi. Menurut Shoemaker dan Reese, faktor ideologi ini berkaitan dengan kerangka pikir yang dipakai oleh institusi media untuk melihat realita dan bagaimana media menghadapinya, menafsirkannya agar dipahami oleh publik (Shoemaker dan Reese, 1996:251). Ideologi berkaitan erat dengan nilai-nilai dasar yang dianut oleh suatu institusi media. Nilai-nilai ini bersifat melekat pada institusi media dan orang-

... nilai-nilai ini berpengaruh terhadap

pandangan media terhadap realita, dan bagaimana realita tersebut dikonstruksi menjadi berita.

Faktor kelima yang berpengaruh terhadap produksi berita adalah faktor ekstramedia. Faktor ekstramedia merupakan faktor yang berasal dari eksternal institusi media, sedangkan keempat faktor sebelumnya merupakan faktor-faktor yang berasal dari internal suatu institusi media. Faktor ekstramedia dapat dijabarkan dalam beberapa faktor lagi yang berpengaruh terhadap produksi berita, antara lain sumber berita, sumber penghasilan media, dan pemerintah.

1. Sumber Berita

Faktor ini melihat bahwa sumber berita bukanlah pihak yang netral yang menginformasikan apa adanya kepada wartawan tentang suatu peristiwa. Sumber berita melakukan politik pemberitaan atas suatu peristiwa. Dalam hal ini sumber berita melakukan seleksi fakta-fakta mana yang dapat diinformasikan kepada wartawan dan fakta-fakta mana yang tidak diinformasikan.

Sumber berita tidak bisa dilihat sebagai pihak yang netral. Sumber berita memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberitakan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya dan menghilangkan informasi yang merugikan dirinya (Shoemaker dan Reese, 1996:219-220).

2. Sumber Penghasilan Media.

Institusi media sebagai suatu institusi bisnis, tentunya memerlukan dana untuk hidup. Salah satu sumber penghasilan institusi

bersinggungan dengan kepentingan pengiklan. Seringkali ketika terjadi persinggungan kepentingan antara media dengan pengiklan, institusi media berkompromi, misalnya media tidak akan memberitakan kasus-kasus yang menimpa pemasang iklan. Namun demikian ada juga media yang "berani" mengambil resiko dengan tetap memberitakan kasus yang menimpa kliennya.

3. Pemerintah

Pengaruh pemerintah merupakan faktor dominan yang mempengaruhi suatu pemberitaan. Menurut Sudiby (2001:120), hal ini dikarenakan dengan kekuasaan otoriternya, negara dapat menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Lisensi-penerbitan pun dipegang oleh pemerintah. Oleh karena itu, media harus tunduk terhadap aturan-aturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Bagi media yang membangkang, pemerintah tidak segan-segan membredel media tersebut.

5. Konsep Dasar *Framing*.

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

Menurut *Amy Binder*, analisis *framing* adalah skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. *Frame* mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membentuk individu untuk mengerti makna peristiwa (Eriyanto, 2002 : 68).

Konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realita oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi secara khusus sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari pada yang lain. Seperti yang sudah dipaparkan di atas, media tidak begitu saja menulis suatu peristiwa menjadi berita, tetapi media melakukan proses seleksi sebuah peristiwa sebelum dijadikan berita dan mengemas berita-berita tersebut untuk mengkonstruksi pemikiran khalayak sesuai yang diinginkan oleh media.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif itu pada akhirnya dapat menentukan fakta apa yang diambil, bagian apa, dan bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut oleh penulisnya (Sobur, 2001:165).

Isi teks media dihasilkan dari proses yang panjang dari pengambilan data, penulisan, editing, sampai akhirnya termuat dalam suatu media massa. Panjangnya proses ini berdampak pula pada panjangnya daftar

cara pandang yang berebeda-beda dan masih dibatasi pula oleh otoritas dan lingkup *decision making* untuk memperlakukan isi media dalam proses dan produksinya. Bagaimana tampilan suatu realita dalam media massa akan tergantung pada keputusan menyangkut *framing* yang ingin dilakukan. *Framing* yang dilakukan media menunjukkan cara pandang mereka terhadap realitas tertentu. *Framing* merupakan operasionalisasi wacana media, bagaimana media membangun wacana dan melakukannya dengan *framing*, sehingga *framing* ada dalam setiap proses wacana media massa.

Ketika akan melakukan analisa *framing* konten suatu media massa, maka kita akan berkaitan langsung dengan konstruksi yang dilakukan media. Konstruksi media merupakan hal yang melekat pada proses *framing* yang dilakukan oleh media. *Framing* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari bagaimana pekerja media mengkonstruksi realita. *Framing* merupakan proses produksi dan pertukaran makna dan analisa *framing* merupakan proses yang menggunakan pendekatan konstruktif, bukan positivistik atau kritik.

Dalam proses *framing* media, wartawan ditempatkan pada posisi strategis, dimana ia berkesempatan untuk menafsirkan komentar dari sumber berita. Skema itu bukan hanya memungkinkan wartawan mengolah dan mengemas informasi dalam jumlah besar tetapi juga dalam membuat berita sesuai dengan ideologi, kecenderungan dan sikap politik

produksi makna dihubungkan dengan teks berita. Pada kenyataannya, sebuah teks sesungguhnya tidak mempunyai makna, tapi sebuah teks menjadi bermakna karena diberitakan oleh seseorang.

F. Metode Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode atau paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif menurut Risang Rimbamaja (2006:3) merupakan paradigma yang cocok digunakan untuk memahami kehidupan sosial dan menemukan bagaimana suatu makna dikonstruksi.

1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik alamiah maupun buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72).

2. Obyek Penelitian.

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah teks berita tentang kasus Supertoy HL-2 di harian Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo edisi tanggal 5-12 September 2008.

3. Teknik Pengumpulan Data.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode

dokumen yang ada serta catatan-catatan yang dimiliki oleh unit-unit analisis. Data yang diperoleh dari metode tersebut dapat diklasifikasikan dalam 2 jenis yaitu :

a. Data Primer.

Menurut Surakhmad (1990:163), data primer merupakan data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus. Hal ini merupakan komponen utama dalam penelitian, karena ketersediaan data primer merupakan faktor utama dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari kumpulan teks berita tentang kasus Supertoy HL-2 di Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo tanggal 5-12 September 2008.

b. Data Sekunder.

Selain data-data primer, peneliti dalam penelitian ini juga memerlukan data sekunder. Data-data sekunder digunakan untuk mendukung atau menunjang data-data primer. Menurut Anwar (2001: 35), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung, biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data-data sekunder dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian, antara lain buku-buku, makalah, dan berbagai sumber lain yang relevan.

4. Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini

suatu realita dibentuk dan dikonstruksi oleh media, sehingga hasil akhir yang tampak adalah adanya penonjolan-penonjolan realita dan aspek-aspek tertentu yang mudah dikenal.

Menurut Soesilo dan Wasburn dalam Eriyanto (2002:67), *framing* adalah cara bagaimana suatu peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan melakukan penekanan-penekanan serta penonjolan dari aspek-aspek tertentu. Dalam hal ini media melakukan penyeleksian, menghubungkan, serta menonjolkan suatu peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak.

Dalam hal pemberitaan kontroversi Padi Supertoy, Harian Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo memiliki perbedaan-perbedaan dalam melakukan penekanan dan penonjolan aspek-aspek yang dianggap penting. Aspek-aspek yang dianggap penting oleh masing-masing media ditampilkan lebih menonjol dibandingkan dengan aspek-aspek lain yang dianggap kurang begitu penting oleh masing-masing media.

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* model Robert N. Entman. Analisis ini merupakan pisau yang paling tepat dan cepat untuk mengupas konstruksi media mengenai pemberitaan kontroversi Padi Supertoy. Hal ini karena dalam pemberitaan kontroversi Padi Supertoy, media tidak melakukan pengingkaran penuh terhadap fakta-fakta yang terjadi di lapangan, namun hanya dibelokkan secara halus sesuai dengan

tujuan penelitian ini. Selain itu, model ini dirasa

sesuai dengan tujuan utama penelitian ini yaitu ingin mengungkap bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh media serta bagaimana peristiwa tersebut disajikan dan dibingkai.

Model Entman bergerak pada ranah bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh media dan bagaimana pemilihan atau seleksi fakta yang dilakukan media. Pada dasarnya konsep Entman merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan pola pemikiran tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Penonjolan pada aspek-aspek tertentu itulah yang menyebabkan informasi menjadi lebih bermakna. Peristiwa yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai peluang untuk lebih diperhatikan oleh khalayak. Penempatan judul yang dijadikan *headline* di halaman muka atau belakang, pengulangan kata, pemberian foto atau gambar adalah salah satu bentuk penonjolan aspek-aspek tertentu tersebut. Hal ini dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau pandangan wartawan (media) ketika melakukan penyeleksian isu, penulis berita serta pemaknaan atau pembikaaian isu atau peristiwa tersebut.

Menurut Entman dalam Nugroho, Eriyanto dan Sudiarsis (1999:21) *framing* merupakan penyeleksian berbagai aspek realita yang diterima oleh media sehingga membuat peristiwa tersebut menonjol dalam suatu teluk komunikasi. *Framing* digunakan untuk untuk menggambarkan proses

diambil dari aspek tertentu dari suatu realita oleh media

Sehingga secara sederhana, konsep *framing* dapat dipahami sebagai bagaimana penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga informasi mengenai isu atau suatu peristiwa tersebut mendapat alokasi yang lebih besar dari pada informasi-informasi tentang isu atau peristiwa yang lain (Eriyanto, 2002: 186).

Perbedaan terhadap alokasi pemuatan isu oleh suatu media tidak bisa dilepaskan dari proses politik pemaknaan media tersebut terhadap isu-isu yang dipilihnya. Politik pemaknaan yang dilakukan oleh media merupakan senjata ampuh dalam membangun opini publik tentang suatu isu atau peristiwa yang sedang berkembang. Namun demikian, Entman tidak merinci secara detail bagaimana pemaknaan suatu realita oleh media melalui elemen-elemen retorik. Ia memusatkan perhatian pada 2 level, yaitu makrostruktural dan mikrostruktural. Level makrostruktural melihat pembingkaiannya suatu peristiwa dalam ranah wacana, atau bagaimana peristiwa tersebut dipahami oleh media. Sedangkan level mikrostruktural merupakan level yang memiliki pusat perhatian pada bagian atau pada sisi mana peristiwa tersebut ditonjolkan serta pada bagian mana peristiwa tersebut dikedirikan.

Level makrostruktural sangat berkaitan dengan seleksi isu oleh media. Aspek ini berhubungan dengan proses pemilihan fakta. Dari realitas yang sangat beragam itu, aspek-aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan oleh media. Proses ini menjadikan ada bagian-bagian berita yang dimasukkan, namun juga ada bagian-bagian berita yang tidak

dimasukkan. Sedangkan level mikrostruktural sangat terkait dengan bagaimana penonjolan suatu aspek tertentu dari suatu isu. Dalam hal ini adalah bagaimana penulisan suatu fakta. Hal ini berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Meskipun tidak merinci secara detail elemen-elemen retorik sebagai alat analisisnya, namun Entman tetap menggunakan kata, kalimat, dan gambar secara terintegrasi sebagai alat memahami *frame* media terhadap suatu isu atau peristiwa. Fokus perhatian dalam *framing* model Entman adalah bagaimana seleksi isu dan penekanan-penekanan atau penonjolan-penonjolan yang dilakukan media terhadap suatu realita atau isu. Penonjolan-penonjolan itulah yang membuat informasi terhadap suatu realita atau isu menjadi lebih bermakna, menarik, berarti, dan mudah diingat oleh khalayak (Entman dalam Eriyanto, 2002: 186).

Dalam melakukan analisis framing terhadap pemberitaan suatu peristiwa atau isu oleh media, Entman dalam Eriyanto (2002:188-192) menggunakan 4 perangkat analisis yaitu :

a. *Define problems.*

Define problem atau pendefinisian masalah merupakan bingkai yang paling utama dalam melihat *framing* suatu peristiwa atau isu oleh media. Hal ini berkaitan dengan bagaimana suatu peristiwa atau isu

dapat dipahami atau dimaknai secara berbeda oleh media yang berbeda.

b. *Diagnose cause.*

Diagnose cause berkaitan dengan perkiraan penyebab masalah. Perangkat ini melihat bahwa dalam suatu isu atau peristiwa tentu ada aktor atau penyebab dibalik peristiwa tersebut. Perangkat ini digunakan untuk mengetahui penyebab isu atau peristiwa tersebut. Penyebab masalah tersebut dapat berupa orang (siapa) atau dalam bentuk lain (apa). Bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh media tidak bisa dilepaskan dari siapa atau apa yang dianggap media menjadi penyebab peristiwa tersebut.

c. *Make moral judgement.*

Elemen ini merupakan perangkat analisis ketiga dalam analisis *framing* model Entman. Perangkat ini berhubungan dengan pembuatan atau pilihan moral yang dilakukan oleh media. Perangkat ini digunakan sebagai pembenaran atau argumentasi terhadap pendefinisian masalah yang sudah ditetapkan oleh media. Ketika suatu masalah sudah ditetapkan, dan penyebab masalah telah ditentukan, maka dibutuhkan suatu argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan-gagasan tersebut. Gagasan yang dijadikan argumen tentunya merupakan suatu

d. Treatment Recommendation.

Perangkat ini menekankan pada penyelesaian masalah. Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh media, serta apa yang dipilih media untuk menyelesaikan masalah tersebut. Penyelesaian masalah yang dilakukan oleh media sangat bergantung pada bagaimana peristiwa tersebut dilihat dan siapa yang dianggap menjadi penyebab masalah oleh media yang bersangkutan.

5. Sistematika Penulisan.

Penulisan penelitian ini akan dilakukan dengan sistematika 4 bab. Bab I merupakan bab pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pemaparan teori-teori yang menjadi landasan pola pikir peneliti dalam melakukan penelitian, serta metode penelitian yang digunakan peneliti sebagai alat untuk membedah obyek penelitian.

Bab II berisi pemaparan peneliti tentang obyek penelitian. Dalam kaitannya dengan tema penelitian ini, peneliti dalam Bab II akan mendeskripsikan obyek penelitian berupa harian Media Indonesia, Kompas, dan Koran Tempo. Peneliti akan menulis hal-hal yang berkaitan dengan sejarah, perkembangan, dinamika, serta profil dari masing-masing obyek penelitian tersebut.

Dalam Bab III, peneliti akan memaparkan temuan-temuan data dari obyek penelitian. Setelah itu, temuan-temuan tersebut akan dianalisa

Skripsi ini diakhiri dengan Bab IV. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Selain itu, bab IV juga berisi saran-saran dari peneliti terhadap penelitian yang akan datang.