

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian yang sedang dilakukan sekarang ini dengan mempelajari hasil yang di dapat sebagai sarana dalam meninjau kemungkinan yang dapat ditemui pada penelitian yang tengah dilakukan sekarang ini. Berikut ini dua penelitian terdahulu yang digunakan:

1. Ghusnul Thariq (2010)

Penelitian terdahulu pertama berasal dari skripsi karya Ghusnul Thariq yang berjudul “*KPK Versus Polri dalam Konstruksi Media Massa (Analisis Framing terhadap Harian Kompas dan Republika)*” Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi pada Bidang Kajian Jurnalistik di Universitas Islam Bandung pada tahun 2010. Tujuan utama penelitian ini adalah mengetahui bingkai pemberitaan Kompas dan Republika mengenai kisruh yang terjadi antara KPK dengan Polri. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis *framing* dengan model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki, dimana unsur-unsur yang diteliti adalah sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dari sebuah berita.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen sintaksis Harian umum Kompas memperlihatkan lebih berpihak kepada polisi yang secara jelas ingin mengembalikan citra Polri di mata masyarakat dengan memainkan pesan yang

disampaikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sedangkan Harian Umum Republika lebih menyudutkan posisi Polri dan berpihak kepada Bibit-Chandra. Elemen skrip pada Koran Kompas mendeskripsikan bahwa pernyataan SBY melalui pidatonya telah menyudutkan kinerja Kejaksaan dan Polri. Sedangkan Koran Republika menggambarkan bahwa pernyataan dari pidatonya SBY lebih memihak terhadap Bibit-Chandra.

Elemen elemen tematik pada koran Kompas menunjukkan bahwa ketidakjelasan dan ketidakegasan SBY dalam mengambil keputusan mengenai kasus tersebut menjadi alasan Kompas untuk mengangkat citra Polri dimata khalayak pembaca. Sedangkan Republika menunjukkan bahwa pernyataan SBY mendukung penolakan terhadap persidangan kasus Bibit-Chandra sehingga ditafsirkan bahwa kebijakan SBY tersebut relevan untuk dijadikan alasan terhadap pemberhentian kasus Bibit-Chandra. Pada elemen retorik, koran Kompas ingin menegaskan bahwa kasus Bibit-Chandra merupakan kasus yang seharusnya segera ditanggapi secara serius dan bijaksana oleh pemerintah. Sedangkan Republika menegaskan bahwa kasus Bibit-Chandra harus di hentikan dan tidak di bawa kepersidangan.

Kesimpulannya menunjukkan bahwa Kompas dan Republika memiliki kecenderungan dan keberpihakan yang berbeda dalam memberitakan kisruh yang terjadi antara KPK dengan Polri. Kompas melihat bahwa kasus ini merupakan bentuk ketidakberesan dari lembaga-lembaga penegak hukum di Indonesia. Republika melihat kasus ini sebagai bentuk arogansi Polri yang merasa memiliki kewenangan yang lebih tinggi daripada KPK.

Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang dilakukan pada penelitian terdahulu ini kurang menonjolkan mengenai objek-objek pemberitaan yang dianggap sebagai aktor utama untuk dipersalahkan atau didukung keberadaannya. Berbeda halnya dengan penggunaan *framing* Entman yang lebih menampilkan pihak-pihak yang dianggap bertanggungjawab pada permasalahan dan siapa saja yang dianggap diselamatkan atau terselamatkan dalam pemberitaan melalui empat konsep yaitu: *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), *make moral judgement* (membuat pilihan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian masalah). Konsep *framing* Entman akan lebih memberikan kesempatan bagi peneliti untuk lebih menunjukkan arah keberpihakan media massa melalui serangkaian elemet pemberitaan melalui penggunaan bahasanya

2. Indra Triara (2013)

Penelitian terdahulu pertama berasal dari skripsi karya Indra Triara yang berjudul “*Analisis Framing Pada Pemberitaan Skandal Suap Impor Daging (Studi Kualitatif Mengenai Pembingkaihan Berita Skandal Suap Impor Daging Sapi di Harian Umum Pikiran dan Kompas)*” Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi pada Bidang Kajian Jurnalistik di Universitas Islam Bandung pada tahun 2013. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pembingkaihan berita skandal suap impor daging sapi di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Kompas. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis *framing* dengan model Robert N. Entman yang membedah teks

melalui empat konsep yaitu: *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), *make moral judgement* (membuat pilihan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian masalah).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pikiran Rakyat dan Kompas mendefinisikan masalah (*define problems*) secara berbeda. Harian Umum Pikiran Rakyat memaknai bahwa penangkapan Luthfi Hasan Ishaq oleh KPK sebagai tersangka, sedangkan Kompas memaknai penangkapan Luthfi Hasan Ishaq sebagai penjemputan terkait pemeriksaan. Pikiran Rakyat dan Kompas memperkirakan masalah (*diagnose causes*) secara berbeda. Pikiran Rakyat memaknai Luthfi telah menerima suap dari PT Indoguna terkait kuota impor sapi, sedangkan Kompas memaknai penetapan Luthfi Hasan Ishaq sebagai tersangka kasus suap dinilai terlalu dini.

Pikiran Rakyat dan Kompas membuat keputusan moral (*make moral judgement*) secara berbeda. Pikiran Rakyat memaknai bahwa pelaku suap dan penerima suap, keduanya harus dihukum, sedangkan Kompas memaknai Luthfi Hasan Ishaq diposisikan sebagai korban penyuapan JE, AAE, AF. Pikiran Rakyat dan Kompas menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) secara berbeda. Pikiran rakyat lebih menunjukkan *treatment recommendation* melalui adanya harapan bahwa kasus suap Luthfi Hasan Ishaq dapat dikembangkan lebih lanjut dan menyeluruh. Sedangkan Kompas memaknai pemberitaan sebagai bentuk penegasan pada keterlibatan inisial JE, AAE, AF yang bertanggung jawab atas terjadinya suap.

Kesimpulannya menunjukkan bahwa ada perbedaan cara pemberitaan yang dilakukan surat kabar Pikiran Rakyat dan Kompas dalam memberitakan kasus suap impor daging sapi yang melibatkan Luthfi Hasan Ishaq. Pikiran Rakyat membingkai kasus suap impor daging telah cukup jelas melibatkan Luthfi Hasan Ishaq, sehingga ada bentuk kepastian yang diberikan Pikiran Rakyat dalam memberitakan Luthfi Hasan Ishaq sebagai pihak yang bersalah. Sedangkan Kompas lebih berhati-hati dalam memberikan pemberitaan terkait status hukum Luthfi Hasan Ishaq dengan lebih banyak menggunakan kata-kata pengganti yang bermakna lebih halus.

Penelitian ini dianggap relevan untuk dapat menjadi rujukan penelitian yang peneliti lakukan sekarang ini karena menggunakan metode penelitian yang sama yaitu analisis *framing* model Entman. Penelitian terdahulu ini juga mengangkat tema kasus korupsi sebagai yang peneliti lakukan sekarang sehingga dapat menjadi sarana dalam memaknai adanya kepentingan-kepentingan media massa yang dibingkai dalam menceritakan peristiwa korupsi tersebut.

2.2 Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya mengacu pada adanya proses penyampaian pesan dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Pesan yang disampaikan sangat beragam sebagaimana keberagaman tujuan komunikasi manusia. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui simbol-simbol sebagaimana pengertian komunikasi yang diungkapkan Raymond (dalam

Mulyana, 2005: 62) bahwa, “Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

Komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan berbagai perangkat indra manusia untuk memberdayakan kemampuannya dalam memaknai pesan yang disampaikan. Berbagai hal yang menyangkut tentang penyampaian pesan tersebut merujuk pada upaya manusia untuk memanfaatkan kemampuannya dalam menggunakan berbagai simbol untuk dapat memberikan pemahaman kepada komunikan. Komunikasi pada dasarnya memberikan pemahaman tentang adanya penyampaian makna dalam bentuk pesan berupa tanda dan simbol yang menunjukkan adanya proses di dalamnya, sebagaimana diungkapkan Berger dan Chaffe (dalam Wiryanto, 2004: 3), bahwa “Komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya.”

Komunikasi sebagai suatu proses yang menyeluruh dan memiliki keterkaitan dengan berbagai perilaku manusia. Kepentingan komunikasi bukan hanya menyangkut tentang penyampaian pesan, tetapi komunikasi memberikan makna yang luas dan mendalam mengenai keberadaan manusia dan kompleksitas pemahamannya akan kehidupan dan cara hidupnya. Komunikasi difungsikan atas dasar upaya untuk memberikan pemahaman-pemahaman atau hal-hal yang

berkaitan dengan penyampaian sebagaimana diungkapkan Effendy (2009: 36) mengenai fungsi komunikasi antara lain, “Menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educated*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to influence*).

Fungsi komunikasi sebagaimana disebutkan di atas pada dasarnya menunjukkan keberadaan komunikasi yang digunakan untuk mencari hal-hal baru. Fungsi komunikasi pun berkaitan dengan keberadaannya sebagai sarana dalam menjalin interaksi yang berhubungan dengan diri pribadi dan juga lingkungan sebagaimana fungsi komunikasi yang dijelaskan Pearson dan Nelson (dalam Mulyana, 2005: 5) dalam dua fungsi umum, yaitu: “Pertama, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, berkenaan dengan kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.”

Kutipan diatas menjelaskan fungsi komunikasi yang berkenaan secara individual juga sosial. Pemahaman tersebut di dapat dari adanya kemampuan komunikasi untuk dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan tujuan-tujuan individual dalam sosialitas. Fungsi komunikasi di atas menunjukkan pada keberadaan komunikasi yang hubungannya dengan individualitas serta pengaruh sosial. Fungsi komunikasi lainnya dijelaskan Gorden (dalam Mulyana, 2005: 15) antara lain:

1. Fungsi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri,

untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Fungsi sebagai komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.
3. Fungsi sebagai komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of pasage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun dan sebagainya.
4. Fungsi sebagai komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau mengerakan tindakan, dan juga untuk menghibur.

Beragam fungsi komunikasi di atas telah menunjukkan bahwa komunikasi menjadi suatu hal yang mendasari kehidupan manusia. Komunikasi dapat menunjukkan identitas serta kemajemukan makna yang ditimbulkannya. Komunikasi bukan hanya menjadi alat dalam menjalankan interaksi, tetapi juga menjadi alat untuk melihat perkembangan manusia dan sosialitasnya. Komunikasi dapat menunjukkan nilai-nilai yang berkenaan dengan individualitas manusia serta kedudukannya sebagai makhluk sosial. Setiap fungsi komunikasi pun digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan komunikasi yang beragam yang apda intinya dikaitkan dengan adanya upaya melakukan perubahan sebagaimana diungkapkan Effendy (2009: 8) mengenai tujuan komunikasi antara lain:

“Perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*), perubahan perilaku (*behavior change*), perubahan sosial (*social change*).”

Berbagai bentuk perubahan dari dilakukannya komunikasi memberikan pemahaman bahwa komunikasi digunakan untuk mempengaruhi komunikan. Tujuan komunikasi juga dapat dibentuk sedemikian rupa yang pada intinya menempatkan pemahaman baru sebagai bagian di dalamnya. Tujuan komunikasi juga merujuk pada adanya usaha untuk lebih memahami lingkungan dan berbagai kejadian di dalamnya, karena komunikasi akan menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pemahaman atas pesan yang disampaikan. Pentingnya keberadaan komunikasi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dapat berdampak sistemik, sehingga komunikasi menjadi dasar mencari pemahaman yang sama.

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada adanya pendistribusian komunikasi melalui media yang dapat menyentuh komunikan yang luas. Komunikasi massa dilakukan dengan bantuan seperangkat media massa dalam menjangkau komunikannya sebagaimana diungkapkan Gerbner (dalam Rakhmat, 2009: 188) bahwa, “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.”

Komunikasi massa layaknya komunikasi yang mendasari penyampaian pesan-pesan, hanya saja media massa dalam hal ini dilibatkan sebagai sarana untuk menjangkau khalayak luas. Komunikasi massa tersebut disebarkan,

didistribusikan kepada khalayak luas yang proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan secara terlembaga, dan membutuhkan suatu teknologi, sehingga komunikasi massa merupakan produk dari masyarakat industri sebagaimana diungkapkan Wright (dalam Tubbs dan Moss, 2001: 199) sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut, bahwa: “Dalam komunikasi massa khalayak relatif besar, heterogen dan anonim bagi sumber. Pengalaman bersifat publik dan cepat. Sumber bekerja lewat suatu organisasi yang rumit alih-alih dalam isolasi, dan pesan mungkin mewakili usaha banyak orang yang berbeda.”

Adanya ciri-ciri khusus dalam menilai penerapan komunikasi massa menunjukkan bahwa Komunikasi massa memungkinkannya untuk memiliki perbedaan dengan bentuk komunikasi lainnya, sebagaimana karakteristik komunikasi massa memiliki yang membedakannya dengan jenis komunikasi lainnya sebagaimana dijelaskan Ardianto dan Erdinaya (2005: 7) mengenai karakteristik komunikasi massa, yaitu: “Komunikator terlembagakan; Pesan bersifat umum; Komunikatornya anonim dan heterogen; Media massa menimbulkan keserempakan; Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan; Komunikasi massa bersifat satu arah; Stimulasi alat indra ‘terbatas’; dan Umpan balik tertunda (*delayed*).”

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar dari pada komunikasi antar pribadi jika mengingat besarnya komunikan yang cenderung

heterogen. Berbagai penerapan komunikasi massa tersebut digunakan sebagai cara dalam mencapai komunikan yang luas karena komunikasi massa berpeluang untuk dapat mengubah pemahaman komunikan secara luas melalui keberagaman fungsinya sebagaimana diungkapkan Dominick (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 125) mengenai fungsi komunikasi massa, antara lain:

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk

memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu ke pada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari berupa tayangan hiburan.

Kelima fungsi komunikasi massa tersebut menjadi sarana media massa guna menjangkau kepentingan luas yang dilakukan secara serempak pada sasaran umum. Media massa dapat membentuk opini publik dan sarana untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat. Sejalan dengan penjelasan di atas,

Severin dan Tankard (2011: 4) mengatakan, bahwa “Apapun bentuknya, komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan kita. komunikasi massa menjadi mata dan telinga masyarakat. komunikasi massa memberi masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih memahami diri mereka sendiri. ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat.”

2.4 Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu jenis media massa cetak yang biasanya terbit secara harian, atau pun mingguan. Sebagai bentuk media cetak, surat kabar memiliki keunggulan karena berita yang disajikan dapat dibaca kapan saja dan secara berulang-ulang, selain dapat disajikan bukti otentik melalui bentuk cetaknya yang mudah untuk di bawa. Pemahaman mengenai surat kabar diungkapkan Ardianto dan Erdinaya (2005: 98) yang menyatakan bahwa “Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah.”

Pada dasarnya surat kabar merupakan suatu bentuk media massa cetak yang diterbitkan secara harian, mingguan, maupun bulanan dan memiliki kelebihan dibandingkan media massa lainnya karena dapat dibaca kapan saja dan secara berulang-ulang sebagaimana diungkapkan Lozare (dalam Mondry, 2008: 21), bahwa “Kelebihan media cetak secara umum dibandingkan media elektronik terletak dari ‘daya tahan’ informasi. Dari berbagai jenis media cetak (surat kabar,

majalah, tabloid) memiliki kelebihan yang tidak dimiliki media massa lain. hasil cetakan tersebut permanen sehingga pembaca bisa mengulanginya, sampai mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan.”

Surat kabar memungkinkan klahayak untuk dapat mengulang berbagai informasi yang ada dengan lebih detail. Surat kabar juga menyajikan bukti otentik dengan tujuan untuk dapat menyebarkan informasi, pendidikan, hiburan, bisnis, dan sebagai fungsi kontrol sosialnya. Fungsi surat kabar secara kontemporer dikemukakan Agee et., al. (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 98) terbagi atas tiga fungsi utama dan fungsi sekunder sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut, yaitu:

1. Fungsi utama media:

- a. *To inform*, yaitu menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara, dan dunia.
- b. *To comment*, yaitu mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita.
- c. *To provide*, yaitu menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

2. Fungsi sekunder media massa:

- a. Untuk kampanye proyek-proyek bersifat menasyarakatkan, yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu,
- b. Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun, dan cerita-cerita khusus,

- c. Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi, dan memperjuangkan hak.

Banyak ahli yang mengemukakan tentang fungsi surat kabar, sehingga dalam memahami fungsi surat kabar pada utamanya merupakan sebagai media dalam mempublikasikan berita, memahami peristiwa, menghibur pembaca, dan juga membantu pembaca melalui berbagai kegunaannya. Berbagai fungsi dari surat kabar tersebut dapat memberikannya ciri yang dapat membedakan dengan bentuk media massa lainnya. Ciri dari surat kabar merupakan bentuk khas dari surat kabar yang tidak dimiliki atau memiliki perbedaan keunggulan dengan yang lainnya sebagaimana empat ciri dari surat kabar yang dinyatakan Effendy (2003: 91) sebagai berikut:

1. Publisitas

Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum. Ditinjau dari segi lembarannya jika surat kabar mempunyai halaman yang banyak, isinya juga dengan sendirinya pula akan memenuhi kepentingan khalayak yang lebih banyak.

2. Periodisitas

Periodisitas adalah ciri surat kabar yang kedua. Keteraturan terbitnya surat kabar bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari, dapat pula satu kali atau dua kali seminggu. Periodisitas surat kabar berbeda dengan penerbitan buku yang

tidak disebarakan secara periodik meskipun isinya menyangkut kepentingan umum.

3. Universalitas

Yang dimaksud dengan universalitas ialah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia. Sebuah penerbitan berkala yang isinya menghususkan diri pada suatu profesi tidak dapat dikatakan sebagai surat kabar. Sebab isinya hanya mengenai suatu aspek kehidupan saja.

4. Aktualitas

Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua kata tersebut sangat erat kaitannya dengan berita. Tetapi yang dimaksudkan dengan aktualitas sebagai ciri surat kabar adalah pertama, yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita.

Keempat ciri surat kabar diatas sudah menampakan kelebihan dari surat kabar sendiri. Satu ciri tambahan surat kabar diungkapkan Ardianto dan Erdinaya, (2005: 125) bahwa “Surat kabar bersifat terdokumentasi. Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau di buat kliping.” Surat kabar memiliki ciri lain dibandingkan dengan media massa lainnya. Ciri yang memberdakan surat kabar dengan media massa lainnya menjadikan media massa tetap dapat menjadi alternatif masyarakat dalam mendapatkan berita. Surat kabar pun pengemasannya semakin berkembang dengan melibatkan produk *new media* melalui saluran internet dengan konten yang juga beragam selayaknya produk cetak.

2.5 Berita

Banyak definisi para ahli komunikasi maupun jurnalistik yang mencoba menggambarkan pemahaman yang paling mendekati kesamaan makna tentang berita. berita selaku dikaitkan dengan sifatnya yang faktual dan aktual yang berarti berita menunjukkan adanya kebaruan dari yang terbaru sebagaimana diungkapkan Bleyer (dalam Romli, 2005: 35) bahwa “Berita adalah sesuatu yang terkini (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar sehingga dapat menarik atau mempunyai makna dan dapat menarik minat bagi pembaca.”

Berita dapat merujuk pada laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi bagi orang banyak. Berita pada dasarnya mengacu pada inti pemahaman yang sama dalam memahami berita sebagai sesuatu yang menarik perhatian khalayak, aktual (baru dan hangat), dan penting. Secara sederhana berita mengacu laporan wartawan tentang suatu fakta atau peristiwa baru yang dianggap penting bagi khalayak media massa yang salah satunya disampaikan melalui surat kabar sebagaimana diungkapkan Bleyer (dalam Mondry, 2008: 133) bahwa, “Berita adalah sesuatu yang termasa dipilih wartawan untuk dimuat di surat kabar karena ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena ia dapat menarik pembaca-pembaca media cetak tersebut.”

Nilai berita merupakan penetapan ukuran-ukuran tertentu yang diberlakukan untuk menentukan apakah sebuah berita mempunyai nilai untuk disiarkan. Kepentingan, selera, dan kebutuhan setiap orang akan informasi pastilah tidak

selalu sama, maka dari itu nilai berita dijadikan sebagai suatu bentuk standar tertentu yang dijadikan pijakan dalam menilai kelayakan berita. Beberapa hal yang dianggap dapat memenuhi unsur karakter dalam menilai berita tersebut diungkapkan Romli (2005: 35) bahwa “Sebuah peristiwa dapat diberitakan atau dapat dipublikasikan di media massa (*fit to print*) jika memenuhi unsur aktual, faktual, penting, dan menarik.”

Elemen-elemen nilai berita yang mendasari pelaporan kisah berita dapat dilihat dalam kutipan berikut yang dijelaskan Santana (2005: 18), antara lain:

1. Penting (*Significance*), yaitu kejadian atau fakta yang sangat penting atau bermakna bagi kehidupan khalayak, yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kehidupan khalayak.
2. Tepat waktu (*Timeliness*), yaitu kejadian yang dilaporkan wartawan masih hangat
3. Kedekatan (*Proximity*), yaitu kejadian atau fakta yang dekat dengan kehidupan khalayak, baik secara fisik maupun emosional.
4. Ternama atau tenar (*Prominance*), yaitu kejadian atau fakta yang menyangkut diri orang-orang atau hal-hal yang terkenal di kalangan masyarakat. Namun dalam bukunya, Analisis *framing*, Eriyanto menjelaskan bahwa nilai berita ini diukur dari kebesaran beritanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.
5. Konflik, yaitu fakta tentang peperangan, perkelahian, permusuhan, perselisihan dan semacamnya. Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.

6. Kriminalitas, yaitu kejadian atau fakta tentang kejahatan dan penanganannya. Menurut penelitian, berita kriminal termasuk dalam tiga hal-hal besar yang selalu menarik perhatian orang secara universal.
7. Minat Insani (*Human Interest*), yaitu kejadian atau fakta yang bersifat insani, yang menyentuh aspek perasaan (emosi) dan naluri khalayak. Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
8. Peristiwa Sensasional, yaitu kejadian atau fakta yang tergolong aneh atau ganjil, spektakuler, luar biasa maupun sulit diterima akal.
9. Kemajuan (*Progress*) dan inovasi, yaitu kejadian atau fakta yang menyangkut kemajuan yang dicapai suatu masyarakat dan penemuan-penemuan baru para ilmuwan atau peneliti.
10. Tanggung Jawab Sosial, yaitu kejadian atau fakta yang dapat menggugah tanggung jawab sosial, seperti lingkungan hidup, keamanan dan ketertiban, kesehatan, pendidikan dan sebagainya.
11. Olah Raga, yaitu fakta atau kejadian yang menyangkut olahraga, terutama jika dikaitkan dengan prestise bangsa dan Negara
12. Seksualitas, yaitu kejadian yang menyangkut hubungan intim antara seorang pria dengan seorang wanita, atau sesama jenis (*homosex* dan *lesbi*), termasuk perkosaan dan pelecehan seksual.

Dengan kata lain, nilai berita menyediakan standar dan ukuran bagi wartawan sebagai kriteria dalam praktik kerja jurnalistik. Editor menentukan mana yang layak diberitakan, mana yang harus diliput, dan mana yang tidak perlu

diliput. Sebuah peristiwa yang mempunyai unsur nilai berita paling banyak dan paling tinggi lebih memungkinkan untuk ditempatkan dalam *headline*. Nilai berita bukan hanya menjadi ukuran dan standar kerja, melainkan juga telah menjadi ideologi dan kerja wartawan, nilai berita memperkuat dan membenarkan wartawan meliput suatu peristiwa dan tidak meliput berita lainnya.

Cara pemberitaan memiliki berbagai perbedaan, sehingga kepentingan berita juga berpengaruh pada keberagaman berita yang menghasilkan keberagaman jenis berita. Pemahaman mengenai pembagian jenis-jenis berita, salah satunya dapat dilihat dalam kutipan Romli (2005: 40) antara lain:

1. Berita Langsung

Berita langsung (*Straight News*) adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas dan apa adanya. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa apa adanya tanpa ditambah penjelasan dan interpretasi. Berita langsung dibagi menjadi dua jenis, Berita Keras atau Hangat (*Hard News*) dan Berita Lembut atau Ringan (*Soft News*). *Hard News* adalah laporan peristiwa yang sangat besar atau menggemparkan, memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan, berisi informasi peristiwa khusus (*special event*) yang terjadi tiba-tiba. *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan yang berisi informasi peristiwa atau gagasan sederhana, tidak berat, dan tidak menggemparkan.

2. Berita Opini

Berita Opini (*Opinion News*) yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang. Biasanya terdapat para cendekiawan,

sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu masalah atau peristiwa. Penulisannya dimulai dengan Teras pertanyaan (*Statement Lead*) atau Teras Kutipan (*Quotation Lead*), yakni mengedepankan ucapan yang isinya dianggap paling penting atau paling menarik. Sebagai penanda bahwa itu berita opini, biasanya pada judul dicantumkan nama narasumber, diikuti titik dua, lalu kutipan pernyataan atau kesimpulan pernyataan yang paling menarik. Berita opini juga dominan hadir di surat kabar. Bahkan, belakangan muncul istilah “Jurnalisme Omongan” karena hampir semua surat kabar menjadikan omongan atau pendapat tokoh, pejabat, atau orang penting di dunia ekonomi dan politik sebagai berita utama (*headline*). Wartawan merasa cukup menghadiri jumpa pers atau wawancara, lalu memberitakan apa yang diutarakan narasumber.

3. Berita Interpretatif

Berita Interpretatif (*Interpretative News*) adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya, sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretasi. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.

4. Berita Mendalam

Berita Mendalam (*Depth News*) yaitu berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan memperdalam hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*follow up*

system). Pendalaman dilakukan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita Penjelasan

Berita Penjelasan (*Explanatory News*) yaitu berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung atau berseri.

6. Berita Penyelidikan

Berita Penyelidikan (*Investigative News*), yaitu berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan berbagai sumber. Disebut pula Berita Penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan feature berita (*news feature*).

Berbagai jenis berita tersebut tetap harus disampaikan dengan dengan mengacu pada konsep penyusunan dan penulisan berita. Namun untuk mencapai target penulisan yang mudah ditangkap khalayak pendengar, khususnya penulisan berita, setidaknya sampai sekarang berita biasa disajikan dalam bentuk piramida terbalik. sebagaimana struktur berita yang diungkapkan Santana (2005: 18) bahwa “Pola penulisan piramida terbalik ini memungkinkan khalayak segera tahu apa inti berita yang hendak diceritakan. Selain itu, pola ini juga memudahkan proses penyuntingan berita dan memudahkan khalayak menangkap isi berita yang

disampaikan.” Penjelasan tersebut memperlihatkan bahwa proses penyusunan berita menunjukkan adanya tahapan-tahapan yang menkerangkakan berita tersebut terbentuk. Kerangka ini merupakan suatu struktur yang membentuk berita hingga seperti yang dibaca masyarakat melalui berita di surat kabar. Struktur berita ini penting untuk dapat direalisasikan dalam menyusun berita yang memenuhi persyaratan pemenuhan informasi bagi pembaca.

2.6 Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Media massa merupakan salah satu bentuk realitas yang telah dikonstruksi dalam bentuk berita, gambar, atau sebagainya sehingga media massa dapat dijadikan alat propaganda karena dianggap mampu menkonstruksikan realitas sosial dalam pandangan media massa sebagaimana diungkapkan Eriyanto, (2007: 23) bahwa, “Media massa bukanlah sekedar alat untuk menyalurkan pesan saja, didalamnya ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya.”

Pemahaman mengenai konstruksi media massa menunjukkan adanya sikap-sikap konstruktif dalam memandang peristiwa. Berita disajikan dengan begitu masifnya melalui media massa sehingga media massa berperan aktif dalam menkonstruksikan realitas atas adanya opini-opini yang terbentuk dari pemberitaannya sebagaimana diungkapkan Bungin (2008: 203) bahwa, “Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan

sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.”

Berita dalam media massa dihasilkan bukan hanya menggambarkan realitas, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi media itu sendiri. Media massa dipandang sebagai agen konstruksi yang mendefinisikan realitas. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Fakta yang terkandung didalamnya sudah mengalami penyaringan dari media itu sendiri sebagaimana diungkapkan Chomsky (2006: 5) bahwa, “Fakta di media massa hanyalah hasil rekonstruksi dan olahan para pekerja redaksi. Walaupun mereka telah bekerja dengan menerapkan teknik-teknik presisi, tetapi tetap saja kita tidak dapat mengatakan bahwa apa yang mereka tulis adalah fakta yang sebenarnya.”

Wartawan dari masing-masing media bisa jadi mempunyai pandangan, dukungan, dan konsep yang berbeda ketika melihat suatu realitas. Hal itu dapat dilihat dari bagaimana para pekerja media satu dan lainnya memiliki perbedaan cara memberitakan karena mengkonstruksikan peristiwa yang diujudkannya. Dari anggapan itulah, maka sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda antara media yang satu dengan media yang lainnya karena adanya kepentingan-kepentingan yang dikonstruksikan melalui media massa sebagaimana diungkapkan Bungin (2008: 192) bahwa, “Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.”

Realitas dalam berita hadir dalam keadaan subjektif karena realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang dan ideologi wartawan. Sebuah teks dalam sebuah berita tidak dapat disamakan sebagai cerminan dari realitas, tetapi ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Pada hakikatnya isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Peran media tentunya sangat penting bagi masyarakat, namun bagaimana media menampilkan sebuah realitas. Dalam penyampaian ini digunakanlah bahasa sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Berita-berita yang dikonsumsi khalayak setiap hari adalah realitas yang telah dibahasakan oleh para komunikator massa yang menjadi asumsi dasar dalam memahami konstruksi sosial media massa.

Konstruksi sosial pada awal pembentukannya berasal dari adanya filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif sebagaimana diungkapkan Glaserfeld (dalam Bungin, 2008: 13) yang menyatakan bahwa “Konstruktif kognitif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Piaget. Namun, apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemolog dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme.”

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Sokrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan sebagainya. Sebagaimana diungkapkan Bertens (dalam Bungin, 2008: 13) bahwa “Manusia

adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta.”

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak dipublikasikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya *The Social Construction of Reality* yang didalamnya digambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif sebagaimana diungkapkan Sobur (2012: 91) bahwa “Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari sekedar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu”

Konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Lebih lanjut Sobur (2012: 11) memperlihatkan lahirnya konstruksi sosial dari adanya konstruktivisme kognitif bahwa “Kemudian individu membangun sendiri realitas yang dilihatnya itu berdasarkan struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget disebut dengan skema skemata. Konstruktivisme macam inilah yang oleh Berger dan Luckmann disebut dengan konstruksi sosial.”

Berger dan Luckman (Bungin, 2008: 14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’ bahwa “Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.”

Pada prinsipnya setiap upaya menceritakan sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik hingga hiburan adalah usaha mengkonstruksi realitas. Penyusunan realitas secara subyektif juga terjadi dalam pembuatan dan penulisan berita. Dari yang awalnya berbentuk data atau fakta yang acak dan terpecah-pecah menjadi sistematis dalam bentuk realitas simbolik berupa berita dan cerita yang dikemas melalui kekuatan bahasa. Bahasa kemudian menunjukkan peran pentingnya dalam membangun konsep konstruksi sosial media massa. Bahasa bukan hanya sebagai mediator komunikasi, tetapi bahasa menjadi agen realitas sebagaimana diungkapkan Sobur (2012: 89) bahwa “Bahasa memang digunakan sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Akan tetapi, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi, atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik.”

Dalam pemaknaan suatu realitas dapat memungkinkan perbedaan penafsiran. Pada kenyataannya hanya satu makna yang bisa diterima. Kemenangan satu makna terhadap makna yang lainnya ini sebagaimana diungkapkan Hall (dalam Eriyanto, 2008: 29) bahwa, “Tidak dapat dilepaskan dari bagaimana wacana dominan membentuk, menghitung definisi, dan membentuk batas-batas dari pengertian tersebut. Wacana sendiri dipahami sebagai arena pertarungan sosial yang diartikulasikan lewat bahasa. Begitu pula dalam menginterpretasikan makna.

Dalam pembentukan realitas terdapat peran penting bahasa, seperti diungkapkan oleh Hall (dalam Eriyanto, 2008: 29) bahwa “Bahasa dan wacana dianggap sebagai arena pertarungan sosial dan bentuk pendefinisian realitas. Bahasa sebagaimana dianggap oleh kalangan strukturalis merupakan sistem penandaan. Pada peristiwa yang sama sekalipun, realitas dapat ditandakan secara berbeda.”

Bahasa berperan dalam menciptakan realitas, kata-kata tertentu tidak hanya memfokuskan perhatian khalayak pada masalah tertentu, tetapi juga membatasi persepsi khalayak dan mengarahkan pada cara berpikir serta keyakinan tertentu. Kata-kata yang dipakai dapat membatasi seseorang untuk melihat perspektif lain, menyediakan aspek tertentu dari suatu peristiwa, dan mengarahkan khalayak untuk memahami suatu peristiwa. Persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial Sesebagaimana diungkapkan Straaten (dalam Sobur, 2012: 87) bahwa “...yang dapat kita tangkap hanyalah tampilan (*appearance*) dari realitas di baliknya. Hal ini diakrenakan manusia memiliki keterbatasan dalam melihat realitas yang disebabkan karena faktor ruang dan waktu. Sehingga tidak dapat mengalami dua realitas yang berbeda di dalam ruang dan waktu yang simultan serta dalam waktu yang sama.”

Bahasa merupakan alat utama teks berita yang dapat dipahami penggunaannya sebagai mediator realitas. Artinya bahwa bahasa dapat menjadi sarana wartawan dan media massa dalam menggambarkan realitas. Bahasa dapat dimaknai sebagai sarana konstruksi realitas yang menjadi komoditas untuk

memahami pembingkaiian peristiwa dalam berita. Peristiwa dalam media massa tidak hanya diberitakan, tetapi dapat dibingkai untuk kepentingan tertentu. Berita bukan hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membingkai fakta yang diatur media massa sebagai agen konstruksi realitas.

2.7 Analisis *Framing*

Konsep *framing* kini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media massa. Dalam ilmu komunikasi, konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari isu yang lain. Cara pandang media massa atau wartawan itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan.

Untuk itu, analisis *framing* dapat memberikan kemampuan dalam melihat cara media massa membentuk makna yang ingin disampaikannya melalui tulisannya sebagai produk yang dikonstruksikan sebagaimana diungkapkan Sobur (2012: 162) bahwa, “Pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut.”

Analisis *framing* diperlihatkan sebagai cara yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi, memahami, maupun membingkai suatu realitas oleh media melalui pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita sebagai kemas. *Framing* sebagai tahap penyeleksian dari berbagai aspek peristiwa agar lebih menonjol dalam sebuah teks komunikasi sehingga mendapatkan alokasi besar dari sisi lain.

Frame dapat dipahami sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana sebagaimana diungkapkan Entman (dalam Eriyanto, 2007: 67) menyatakan bahwa, “*Framing* sebagai suatu proses seleksi dari berbagai aspek sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isi tertentu mendapatkan alokasi besar daripada sisi lain.”

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring “interpretasi” khalayak sesuai perspektifnya. Meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian, ada titik singgung utama dari definisi-definisi *framing*, yaitu pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari

realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal sebagaimana diungkapkan Eriyanto (2007: 70) mengenai dua aspek dalam *framing*, yaitu:

1. Memilih fakta/ realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*exluded*). Intinya, peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Akibatnya, pemahaman dan kontruksi atas suatu peristiwa bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lain.
2. Menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas.

Kedua proses ini membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu dan membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti bagi pembaca sebagai bentuk objektifitas media. Bentuk kebenaran bukan berarti nilai objektif menjadi mutlak di dapat, karena nilai objektif merupakan hal yang membingungkan karena kemungkinan objektivitas mutlak tidak dapat ditemui. Objektifitas media massa memang selalu menjadi perdebatan karena objektivitas jurnalistik itu mustahil.

Nilai-nilai subjektif media massa dan wartawannya akan ikut memberi pengaruh dalam semua proses kerja jurnalistik. Semua kerja jurnalistik pada

dasarnya subjektif dan mutlak pencarian berita, peliputan, penulisan sampai pada editing berita. Hal-hal seperti alasan suatu peristiwa diliput, penentuan narasumber, daftar pertanyaan, arah kecenderungan berita, bagaimana berita ditulis, bagian mana yang ditonjolkan, semua proses tersebut menunjukkan pertimbangan subjektif. Nilai subjektifitas media massa ini dapat dilihat pada pemahaman Eriyanto (2007: 28) bahwa,

“Praktik membuat liputan berita memihak satu pandangan dengan menempatkan pandangan kelompok lain yang oleh pendekatan positivistik dianggap sebagai tidak benar, dalam pandangan konstruksionis dipandang sebagai praktik jurnalistik. Karena itu, untuk mengerti kenapa praktik jurnalistik bisa semacam itu bukan dengan meneliti sumber bias, tetapi mengarahkan pada bagaimana berita dikonstruksi.”

Saat wartawan meliput suatu peristiwa, secara sengaja atau tidak, ia akan menggunakan dimensi perseptualnya. Setiap realitas yang kompleks dan tidak beraturan dipahami dan untuk proses itu melibatkan penerapan konsep, melibatkan pemahaman yang mau tidak mau sukar dilepaskan dari subjektifitas. Jadi, jika dalam pandangan positivis, wartawan sebuah media massa adalah seorang pengamat dan harus mengambil jarak dengan objek yang diliputnya agar terhindar dari subjektivitas, maka dalam pandangan konstruksionis, ia tidak mungkin menjaga jarak dengan objek yang diliputnya. Sebagai seorang agen, wartawan mustahil mengambil jarak dan objek yang dia liput. Justru ketika membuat berita, ia sebetulnya telah menjamin, dan hubungan dengan objek yang dia liput.

Pada saat wartawan telah selesai meliput dan menulis peristiwa hingga menjadi berita, masih ada proses lainnya di dalam media massa tempatnya bernaung. Media massa akan memilih realitas mana yang diambil dan mana yang

tidak. Selain itu, secara sadar atau tidak sadar, media massa juga memilih aktor yang dijadikan sumber berita, sehingga hanya sebagian saja dari sumber berita yang ditampilkan dalam pemberitaan. Media massa juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa lewat bahasa yang digunakan dalam pemberitaan. Media massa dapat membingkai suatu peristiwa dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya menentukan bagaimana cara khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kaca mata tertentu. Jadi berita yang disajikan juga menggambarkan konstruksi realitas dari media massa itu sendiri sebagaimana diungkapkan Eriyanto (2007: 25) bahwa,

“Dalam pandangan positivis, berita adalah informasi. Ia dihadirkan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan. Kenyataan itu ditulis kembali dan ditransformasikan lewat berita. Berita adalah refleksi dan pencerminan dari realitas. Berita adalah *mirror of reality*, karenanya ia harus mencerminkan realitas yang hendak diberitakan. Dalam pandangan konstruksionis, berita itu bukan menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai.”

Pada dasarnya pekerjaan media massa adalah mengonstruksikan peristiwa atau realitas, sehingga isinya adalah hasil kerjanya mengonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya sebagaimana diungkapkan Tuchman dalam Sobur (2012: 88) bahwa, “Seluruh isi media massa adalah realitas yang telah dikonstruksikan karena sifat dan pada kenyataannya pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa. Pembuatan berita di media massa pada dasarnya tidak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita.”

Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok sudah barang tentu punya peluang besar untuk diperhatikan oleh khalayak dalam memahami realitas. *Framing* dijalankan oleh media massa dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, seperti pengulangan, pemakaian gratis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian tabel tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan.

Ada beberapa ahli yang mendalami pembedahan teks melalui analisis *framing* menurut caranya sendiri. Berbagai model *framing* dapat dimanfaatkan pembaca untuk lebih memaknai isi berita dengan menggunakan konsep *framing* dari beberapa ahli seperti model Murray Edelman yang menganalisa berita melalui bentuk kategorisasi dan ideologi. William A. Gamson yang menganalisa berita melalui pembagian *core frame* dan *condensing symbols*. Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang menganalisa berita melalui aspek sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Robert N Entman yang menganalisa berita melalui empat aspek utama antara lain: *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan penyebab/sumber masalah), *make moral judgement* (membuat keputusan moral/ penilaian atas penyebab masalah), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Pada akhirnya peneliti memilih untuk menggunakan *framing* Entman karena secara jelas dapat menunjuk aktor-aktor yang dilibatkan atau dikeluarkan dalam pemberitaan.