

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) Presiden dan Wakil Presiden merupakan kegiatan lima tahunan untuk memilih Presiden dan Wakil presiden. Melalui Pemilu, rakyat berhak untuk menentukan pemimpin Indonesia selama lima tahun ke depan. Oleh karena itu, kegiatan tersebut bukan hanya penting bagi Calon-Calon yang akan maju sebagai pemimpin dan partai politik, akan tetapi penting bagi rakyat Indonesia secara keseluruhan sebagai penentu.

Sebagai kegiatan yang hanya diselenggarakan setiap lima tahun sekali dan dalam rangka untuk memilih pemimpin Negara. Pemilu diliput secara luas oleh media cetak maupun elektronik. Media Indonesia *online* dan Republika *online* termasuk beberapa dari media nasional yang berusaha untuk menampilkan realitas tentang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden secara langsung di Indonesia. Kedua media *online* ini berusaha untuk menampilkan suatu realitas yang ada dengan membentuk ataupun menyajikan dalam informasi yang berbeda, hal ini dikarenakan ideologi masing-masing media yang berbeda.

Berkaitan dengan Deklarasi Capres dan Cawapres Susilo Bambang Yudhoyono dan Boediono yang diselenggarakan di Sasana Budaya Ganesha (SABUGA), Institut Teknologi Bandung, Jawa Barat pada 15 Mei 2009. Acara deklarasi tersebut menempati *headline-headline* pemberitaan media massa, baik

media cetak maupun elektronik.

Deklarasi Capres SBY-Boediono adalah acara pengumuman atau pelantikan Cawapres dan Cawapres untuk mengikuti pemilihan umum mendatang. SBY Presiden Indonesia *incumbent* mencalonkan diri kembali menjadi Calon Presiden Indonesia periode 2009-2014. Duet SBY-Boediono cukup menyita perhatian berbagai pihak masyarakat maupun media massa. Terutama karena kontroversi yang muncul dengan terpilihnya sosok Capres Boediono sebagai pendamping Capres SBY. Terpilihnya Boediono sebagai Calon Wakil Presiden, menimbulkan reaksi publik dan media yang berdeda-beda. Bagi mereka yang keberatan menuding Boediono sebagai sosok neolib yang merusak tatanan perekonomian rakyat. Dari Para profesional dan eksekutif perusahaan-perusahaan di sektor keuangan sangat mendukung Boediono sebagai pendamping Capres SBY.

Dalam menampilkan pemberitaan tentang Deklarasi SBY-Boediono, setiap media mempunyai *frame* yang berbeda dalam mengemas sebuah realitas yang sama yaitu mengenai Deklarasi SBY-Boediono. Media Indonesia *online* dan Republika *online* dapat kita gunakan sebagai contoh dalam menyajikan realitas sosial yang ada. Pemilihan Media Indonesia *online* dan Republika *online* karena, Pertama Media Indonesia *online* dan Republika *online* merupakan media yang berskala nasional dengan memiliki latar belakang yang berbeda yang tentunya mempunyai keberpihakan masing-masing dalam mengemas suatu realitas. Kedua, Media Indonesia *online* merupakan salah satu media kampanye

Partai Golkar dan merupakan pendukung pasangan JK Wiranto bisa dikatakan saingan pasangan SBY-Boediono yang diusung partai Demokrat, sehingga Media Indonesia *online* lebih cenderung untuk menampilkan berita yang kontras terhadap pemilihan pasangan SBY-Boediono. Sedangkan Republika *online* adalah media Islam terbesar untuk komunitas muslim yang mendukung partai-partai Islam, sehingga Republika *online* menampilkan berita Deklarasi SBY Boediono yang lebih pro karena pasangan tersebut didukung oleh berbagai partai-partai Islam.

Hal ini kemudian menjadi relevan jika kita lihat dari latar belakang kedua media tersebut. Media Indonesia *online* merupakan bagian dari Surya Persindo Group yang dimiliki Surya Paloh dan mengklaim sebagai surat kabar harian yang dinamis, lugas dan kritis yang setiap harinya menghadirkan informasi terkini dengan jeli, akurat dan tajam. Media Indonesia *online* memiliki motto “Pembawa Suara Rakyat”.

Sementara di sisi lain Republika *online* sebagai media *online* dari SKH Republika merupakan salah satu media yang berbasis Islam yang didirikan oleh komunitas muslim yang saat ini mayoritas sahamnya dimiliki oleh Mahaka media, Sebuah perusahaan media yang dimiliki oleh pengusaha muda muslim bernama Erick Thohir yang memiliki ikatan kuat dengan ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dengan kata lain Republika *online* adalah media untuk komunitas muslim dan mengedepankan kepentingan ummat muslim. Asumsi yang berkembang saat ini adalah bahwa masing-masing media memiliki

keberpihakan atas dasar ideologi agama yang dianut oleh pemilik media.

Ketertarikan peneliti pada pemberitaan Deklarasi SBY-Boediono ini karena pendeklarasian ini memunculkan banyak asumsi dan menimbulkan kontroversi terhadap pencalonan Boediono sebagai Cawapres yang mendampingi Capres SBY. Pro dan kontra pemilihan Boediono diwarnai berbagai macam isu-isu terutama ditujukan kepada Cawapres Boediono. Peristiwa ini mengundang perhatian media massa termasuk dalam hal ini adalah Media Indonesia *online* dan Republika *online*. Pemilihan kedua media tersebut diharapkan nantinya mampu menggambarkan perbedaan masing-masing media dalam mengemas berita.

Alasan penulis memilih pemberitaan dari media *online* karena media *online* jika dilihat dari kontennya memiliki perbedaan dengan media cetak yaitu, Kapasitas *online* menampung berita tidak terbatas sehingga informasi yang diperlukan terpenuhi, pembaca dapat melakukan referensi silang dengan memanfaatkan arsip-arsip mengenai berita yang terkait pada halaman berita yang sama, selain itu dalam media *online* berita terbaru langsung dapat dikonsumsi kapan saja dengan istilah lain 'cepat saji'.

Media sebagai penyampai pesan kepada khalayak pembaca mempunyai peranan yang penting dalam membentuk persepsi masyarakat bervariasi atau berbeda terhadap suatu berita, seperti halnya Media Indonesia *online* dan Republika *online* yang sama-sama mengemas dan memberitakan Deklarasi SBY-Boediono di SABUGA, Bandung.

Salah satu berita pada saat pemilihan umum yang merupakan isu yang

essensial yaitu Deklarasi SBY-Boediono Masing-masing media mempunyai cara pandang sendiri untuk mengemas ataupun membingkai (*framing*) informasi tersebut. Media Indonesia *online* dan Republika *online* merupakan media *online* yang menyajikan berita mengenai Deklarasi SBY-Boediono. Dalam hal ini Media Indonesia *online* pada penyajian beritanya cenderung melihat peristiwa dari segi kontra. Khususnya terhadap pemberitaan pencalonan Boediono Sebagai Cawapres SBY untuk lima tahun mendatang.

Adapun kutipan judul berita dari Media Indonesia *online* dan Republika *online* mengenai Deklarasi SBY yaitu:

Agenda Ekonomi Pasangan SBY-Boediono Menuai Kecaman (22 Mei 2009), "PKS Nilai SBY Tidak Tunjukkan Itikad Baik", SBY Dituntut Bentuk Kabinet Ahli (16/05 2009), SBY Minta Maaf, dan PKS dan Demokrat Mesra Kembali.

SBY-Boediono Dinilai Tepat Untuk Perbaikan Ekonomi" (15/06 2009). "PKS Terima Alasan Yudhoyono Gandeng Boediono", "INACA : Boediono Mampu Bawa Perubahan Ekonomi" (15/06 2009), dan "PKS: Ini Cuma Masalah Komunikasi".

Dari uraian kutipan berita yang disajikan oleh Media Indonesia *online* dan Republika *online* jelas ada perbedaan sudut pandang antara kedua media tersebut. Republika *online* mengkonstruksi dan lebih menekankan pada Boediono merupakan sosok yang paling tepat untuk menjadi Calon Wakil Presiden SBY untuk melakukan perbaikan ekonomi di Indonesia, sedangkan Media Indonesia *online* mengkonstruksi bahwa Boediono tidak pantas mendampingi SBY sebagai Cawapres karena dengan terpilihnya Boediono tidak akan dapat melakukan perubahan atau revitalisasi perbaikan ekonomi karena agenda perekonomian

internasional yang diusung sangat berbeda dengan ekonomi kerakyatan di Indonesia. Secara sederhana *frame* yang digunakan untuk masing-masing media digambarkan pada tabel di bawah.

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Sudut Pandang Media Indonesia *Online* dan Republika *Online***  
**dalam Memberitakan Deklarasi SBY-Boediono**

Media online	Keterangan (Asumsi Sementara Peneliti dalam Perbedaan Pemberitaan Deklarasi SBY-Boediono)
Media Indonesia <i>Online</i>	Media Indonesia <i>online</i> memandang Deklarasi SBY dan Boediono merupakan pasangan Capres dan Cawapres yang tidakcocok untuk masa pemerintahan mendatang. Pemilihan Boediono sebagai Cawapres merupakan keputusan yang salah. Boediono tidak tepat untuk mendampingi Capres SBY pada masa pemerintahan mendatang dari segi ekonomi dan politik dan perstuan bangsa. Hal ini dapat dilihat Media Indonesia <i>online</i> selalu mengeluarkan pemberitaan bernada negative dan memojokkan sosok Boediono sebagai antek neolibe.
Republika <i>online</i>	Republika <i>online</i> memandang Deklarasi SBY-Boediono sebagai pasangan yang tepat untuk masa pemerintahan mendatang. Republika <i>online</i> memandang bahwa pasangan ini mampu memperbaiki perekonomian bangsa. Serta pemilihan Boediono sebagai Cawapres mampu memberikan pencerahan pada masalah ekonomi rakyat dan untuk kepentingan bangsa indonesia. Hal ini terlihat dari berita-berita yang disajikan oleh Republika <i>online</i> yang menampilkan pemberitaan dengan nada positif tentang pasangan tersebut.

Sumber : Analisis Peneliti Media Indonesia *online* dan Republika *online*, 2009

Perbedaan penyampaian berita tersebut berdasarkan *frame* masing-masing media. *Frame* menentukan bagaimana fakta diambil, siapa yang diwawancarai, bagaimana hasil wawancara itu diperlukan, bagaimana ia ditulis dan ditempatkan ke dalam halaman surat kabar. Republika *online* menyetujui pasangan SBY-

Boediono sebagai pasangan yang tepat dalam perbaikan ekonomi, politik serta untuk kepentingan bangsa . Sementara Media Indonesia *online* menempatkan pihak yang tidak setuju dengan pasangan SBY-Boediono yang akan menuai kecaman dalam perekonomian bangsa, ketidakstabilan politik serta keutuhan bangsa. *Frame* semacam ini menunjukkan bahwa Media Indonesia *online* memilih sisi-sisi kontroversi dibandingkan *Republika online*.

Perbedaan pengungkapan berita pada media massa dikarenakan orang-orang yang ada di dalamnya. Persepsi orang-orang tersebut, sebagai pelaku media, tentu akan mempengaruhi dalam melihat sebuah fakta berita dan menyajikannya dalam bentuk berita yang kemudian akan menciptakan realitas baru yang diterima oleh masyarakat pembaca.

Insan pers yang terlibat dalam proses pemberitaan sebuah fakta di antaranya adalah wartawan, staff redaksi, pimpinan redaksi dan pemilik sebuah media massa sehingga persepsi dari masing-masing insan pers tersebut memberikan kontribusi terhadap fakta mana yang akan diangkat atau dipilih menjadi sebuah berita. Menurut Junaedi, Insan pers bukan hanya satu-satunya yang menentukan pemilihan fakta berita karena mereka bekerja dalam suatu sistem industri media massa (Junaedi, 2005: 28).

Industri media yang makin kapitalistik juga ditandai dengan kuatnya peran pemilik media dan pemilik modal dalam mempengaruhi pemberitaan. Meskipun tidak secara langsung terlibat dalam setiap proses pembuatan berita, pemilik media dan pemilik modal tentu sudah mempunyai prinsip-prinsip atau

rambu-rambu yang harus dijalankan oleh seluruh insan pers yang ada di dalamnya.

Di samping kepentingan material, proses mbingkai berita juga tidak lepas dari kepentingan-kepentingan lain seperti kepentingan politik dan kepentingan ideologis (Sobur, 2004: 35). Kepentingan politik dengan mudah dilihat dari penonjolan berita-berita yang baik-baik tentang tokoh-tokoh politik atau pejabat yang dipandang menguntungkan pemilik media. Sementara berita-berita lain kurang ditonjolkan meskipun substansinya lebih dibutuhkan oleh masyarakat luas.

Dari perbedaan berita yang disampaikan tersebut, terlihat adanya keterlibatan ideologi dari kedua media. Sebuah teks tak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca ke arah suatu ideologi (Sobur, 2004: 37). Eriyanto sendiri menempatkan ideologi sebagai konsep dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini disebabkan oleh karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu (Eriyanto, 2002: 100).

Lebih dari itu, penyampaian sebuah berita ternyata menyimpan subjektivitas penulis. Bagi masyarakat biasa, pesan dari sebuah berita akan dinilai apa adanya. Berita akan dipandang sebagai barang suci yang penuh dengan objektivitas. Namun, berbeda dengan kalangan tertentu yang memahami betul gerak pers. Mereka akan menilai lebih dalam terhadap pemberitaan, yaitu dalam setiap penulisan berita menyimpan ideologi serta latar belakang seorang penulis.

Seorang penulis pasti akan memasukkan ide-ide mereka dalam analisis terhadap data-data yang diperoleh di lapangan. Hal inilah yang kemudian menyebabkan bingkai (*frame*) pemberitaan di media mengenai deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono dapat berbeda satu dengan yang lain, sekalipun mengangkat peristiwa yang sama.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Republika *online* dan Media Indonesia *online* membingkai atau mengkonstruksi realitas Deklarasi SBY-Boediono sebagai Capres dan Cawapres ke dalam teks berita. Hal itu dilakukan dengan menganalisa teks berita dari kedua media massa tersebut selama periode pemberitaan 15-22 Mei 2009 awal diseleggarakannya hingga setelah Deklarasi Capres SBY dan Cawapres Boediono.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial yang diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Menurut Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah. Tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda/plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu.

Sedangkan dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman. Alasan penulis menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman karena model *framing* ini merupakan model yang paling tepat untuk menganalisis model *framing* pada media *online* dengan waktu

pemberitaan yang cepat dan singkat. Model Robert N. Entman untuk penyajian berita pada media *online* memberikan tekanan bagaimana komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting untuk membuat teks berita

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik meneliti tentang pemberitaan media *online* Media Indonesia *online* dan Republika *online* dalam membingkai berita Deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono pada 15-22 Mei 2009.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis bermaksud meneliti dengan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakan media *online* Media Indonesia dan Republika membingkai (*frame*) pemberitaan Deklarasi Calon Presiden SBY dan Calon Wakil Presiden Boediono pada periode 15-22 Mei 2009?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perbedaan pembedaan pada pemberitaan Deklarasi pasangan SBY-Boediono?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu

1. Untuk mendeskripsikan *frame* atau pembedaan Media Indonesia *online* dan Republika *online* mengenai Deklarasi Capres dan Cawapres SBY-

Boediono pada periode 15-22 Mei 2009.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembingkai Media Indonesia *online* dan Republika *online* mengenai pemberitaan Deklarasi pasangan SBY-Boediono.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap hazanah pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan teori-teori komunikasi dan lebih khusus lagi yang berkaitan dengan *framing* Republika *online* dan Media Indonesia *online* terhadap deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian *framing* pada Republika *online* dan Media Indonesia *online*

#### **E. Kerangka Teori**

##### **1. Berita sebagai Kontruksi Realitas**

Menurut Harstley (1999, 56) teks berita apabila dibedah dari sudut narasinya, terdapat dua sisi yang saling bertolak belakang (oposisi). Dalam liputan selalu dua sisi, artinya memuat liputan orang-orang yang kontras.

Dalam upaya membuat peristiwa menjadi bermakna bagi penerima berita/khalayak, artinya khalayak akan membaca berita tersebut. Karena pada dasarnya berita bukan suatu ruang vakum, melainkan layaknya sebuah cerita, menyapa, dan mengajak pembaca berdialog.

Bentuk penyapaan tersebut adalah asumsi siapa dan apa khalayak dari media. Asumsi ini menyediakan konstruksi dari sebuah citra bagaimana wartawan menempatkan dirinya dalam peta ideologis tertentu. Asumsi ini dijadikan dasar bagaimana peristiwa tiap hari dimaknai (Eriyanto, 2002: 55). Secara singkat dapat dikatakan bahwa berita yang ditampilkan bukan sesuatu yang netral dan apa adanya, melainkan merupakan hasil liputan wartawan yang memiliki keberpihakan terhadap kepentingan ideologis tertentu (Eriyanto, 2001: 13).

Pamela J. Shoemaker dan Stephen Reese dalam Syahputra (2006:53) menyebutkan bahwa konstruksi berita pada dasarnya merupakan sebuah kesatuan informasi verbal dan visual yang didistribusikan secara kuantitatif dan kualitatif di dalam content media. Sisi kuantitatif dapat dilihat melalui frekuensi kemunculan berita tersebut, jumlah istilah atau pemakaian istilah dalam berita, serta durasi berita tersebut. Sisi kualitatif dilihat dari persepsi khalayak terhadap berita. Namun secara umum, segi kualitatif ini biasanya memperhatikan unsur objektivitas (melihat realitas media dan realitas sosial) dan faktualitas (muatan kebenaran berdasarkan fakta relevan). Kedua unsur ini sering mendapat sorotan karena proses penyusunan berita itu sendiri

menerima banyak pengaruh dari berbagai pihak. Pihak media memiliki ideologi yang ingin mereka refleksikan melalui berita-berita yang mereka sampaikan, yang ditunjukkan dalam cara penulisan berita, bentuk penceritaan suatu peristiwa, atau penentuan fakta mana yang harus ditekankan atau justru dihilangkan. Realitas yang dikonstruksikan oleh media sering kali diadopsi oleh masyarakat menjadi realitas sosial yang ada, sehingga unsur objektivitas sedikit dipertanyakan akibat ada unsur kepentingan.

Untuk mengetahui proses konstruksi realitas yang dilakukan oleh media, dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, di antaranya analisis wacana, semiotika, dan analisis *framing*. Analisis *framing* merupakan metode yang paling sesuai karena dalam perspektif komunikasi, analisis ini dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi dan menulis berita (Sobur, 2002:162). Kedua aspek penting *framing* tersebut, memilih dan menuliskan fakta, membuat kesatuan yang utuh dalam berita yang memperlihatkan bagaimana wartawan menyusun fakta dengan seleksi isu, mengisahkan fakta tersebut sehingga berita menyampaikan informasi secara lengkap, dan menuliskan fakta

menggunakan serangkaian paragraf yang berkorelasi, dan menekankan fakta yang menunjukkan sisi berita yang akan ditampilkan atau penonjolan aspek tertentu,

Media Indonesia *online* dan Republika *online* merupakan media *online* dengan gaya pemberitaan yang berbeda, sesuai dengan *frame* masing-masing. Gitlin dalam (Eriyanto, 2002:69) menyatakan bahwa bingkai media adalah pola yang selalu ada dalam bentuk kognisi, interpretasi, dan presentasi dari seleksi, penekanan, atau pengucilan. Bingkai media diperlihatkan melalui konsepsi dan skema interpretasi wartawan dalam menyusun, mengisahkan, menulis, dan menekankan fakta dari suatu peristiwa atau isu tertentu. Media Indonesia terkesan berusaha menghindari konflik dan terus mengupayakan penyelesaian dari suatu masalah dengan falsafah inti harian ini yaitu humanisme transendental, dan Republika, dengan Pers Islami-nya, memposisikan diri pada pihak yang lemah atau masyarakat kecil, khususnya komunitas muslim. Menurut Riset Media Nielsen, Harian ini menempati urutan kedua terbesar secara nasional dengan tiras 2,2 juta eksemplar setelah Pos Kota, dengan keunggulan segmentasi umum dan berita-berita yang kerap ditulis secara mendalam (Cakram On Newspaper 2005). Republika sendiri mengalami kenaikan tiras dari 105 ribu menjadi 202 ribu eksemplar setelah memberikan warna global pada isi tulisannya, bersinergi dengan *The New York Times* (AS) dan *New Strait Times* (Malaysia). Selain itu, identitas Islami Republika merupakan daya tarik kuat bagi mayoritas penduduk Indonesia

yang beragama Islam.

Berita pada surat kabar ditulis berdasarkan hasil perekaman wawancara terhadap realitas suatu peristiwa. Bagaimana suatu berita ditulis, dikemas, dan ditampilkan tidak lepas dari pertimbangan-pertimbangan nilai dan ideologis para pekerja pers, khususnya wartawan. Suatu fakta dapat dikemas menjadi berita yang menarik apabila diawali dengan judul berita yang menarik pula meskipun pesan yang disampaikan cukup sederhana. Sebaliknya, suatu fakta dapat dikemas menjadi berita ringan apabila berita tersebut tidak menonjolkan pesan yang dapat menarik perhatian publik.

## **2. Konstruksi Realitas terhadap Isi Media**

Berita di media merupakan konstruksi kultural, dalam melihat realitas sosial media menggunakan kerangka tertentu untuk memahaminya, seperti yang dikemukakan oleh Peter D. Moss : “Wacana media massa termasuk surat kabar merupakan konstruk kultural yang dihasilkan ideologi, karena sebagai produk media massa, berita surat kabar menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial (Eriyanto, 2002 : 10).

Kalimat di atas boleh jadi memiliki pengertian bahwa media melakukan seleksi terhadap realitas yang akan disajikan, untuk itu dalam prosesnya media melalui para reporter ataupun wartawannya memilih siapa yang akan dijadikan sebagai narasumber berita, atau sisi manakah dari realitas yang akan ditonjolkan sebaagai bentuk pemberitaan.

Konsep konstruksionisme yang kemudian dikenal sebagai konstruksi

sosial pertama kali dikenalkan oleh ahli sosiolog interpretatif, Peter R Berger dan Thomas Luckman. Konstruksi sosial digambarkan sebagai proses sosial dikarenakan melalaui tindakan dan interaksinya, individu menciptakan terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subyektif (Bungin, 2001:10).

Pernyataan di atas mengenai konstruksi sosial memiliki pengertian senada dan dijelaskan lebih lanjut oleh Eriyanto (2002:19) di bawah ini: “Sebuah realitas menurut pandangan konstruksionis tidak disampaikan apa adanya, namun disana telah terjadi proses interaksi antara wartawan dan realitas atau fakta itu sendiri. Proses interaksi itu menggambarkan bahwa realitas/fakta itu diterima dan diserap dengan penuh kesadaran. Kemudian wartawan menjadi aktor dalam memaknai sebuah realitas. Dalam menentukan sebuah realitas terjadi proses dialektika antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dengan apa yang dilihat oleh wartawan”.

Berbeda dengan konsepsi positivistis, konsepsi konstruksionis melihat fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang ada lalu diambil begitu saja menjadi bahan sebuah berita, fakta adalah hasil dari konstruksi. Perbedaan cara pandang antara pendekatan positivistis dan konstruksionis dalam memandang realitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini.



Tabel 1.2

## Perbandingan Paradigma Positivis dan Konstruksionis

Aspek	Paradigma Positivis	Paradigma Konstruksionis
<p>Ontologis (Apakah hakikat realita itu?)</p>	<p>Ada "realitas" yang nyata yang diatur dalam kaidah universal. Apa yang ditampilkan dalam pemberitaan adalah realitas senyatanya</p>	<p>Fakta merupakan konstruksi atas realitas, kebenaran fakta bersifat relatif sesuai dengan konteks. sehingga realitas yang terbentuk dalam Berita adalah realitas yang dikonstruksi</p>
<p>Epistemologis (Bagaimanakah hubungan antara periset dengan objek yang dikaji)</p>	<p>Realitas objektif berada di luar diri wartawan yang meliput dengan membuat jarak agar realitas sebagai hasil liputan bersifat objektif, sesuai dengan keadaan yang terjadi</p>	<p>Terjadi penekanan dari wartawan terhadap objek yang diliput dan menghasilkan realitas yang bersifat subjektif, ini terjadi karena wartawan tidak membuat jarak dengan objek yang</p>

		diliput
<p>Metodologis (Bagaimana seharusnya periset memperoleh informasi tentang objek studi)</p>	<p>Liputan dari dua sisi, objektif dan kredibel</p>	<p>Intensitas wartawan dalam berinteraksi dengan objek pemberitaan</p>
<p>Aksiologis (Bagaimanakah kepentingan ilmu pengetahuan terhadap masyarakat)</p>	<p>Wartawan berperan sebagai pelapor dan melaporkan yang terjadi sesuai dengan kenyataannya pilihan nilai, etika dan moral berada di luar proses peliputan berita</p>	<p>Wartawan berperan sebagai partisipan yang bertujuan merekonstruksi peristiwa secara dialektis sehingga nilai, etika dan keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan pada proses peliputan peristiwa</p>

Sumber: Guba dan Lincoln (1994) *Competing Paradigma in Qualitative Reserch*, disadur dari buku teori dan Paradigma Penelitian Sosial, edisi kedua, agus Salim (2006:7)

Pandangan konstruksionis telah memberikan pemahaman bahwa wartawan dan media menyajikan realitas pemberitaan dari hasil konstruksi perspektif mereka melalui penonjolan bagian-bagian tertentu dari sebuah realitas atau keseluruhan peristiwa yang sebenarnya. Pengkonstruksikan realitas ini tentunya dapat menimbulkan perspektif *audience/* pembaca yang berbeda dikarenakan realitas yang dihadirkan media dipahami secara terpisah dan sulit di cari keabsahan realitas yang sebenarnya.

Konstruksi realitas dalam pemberitaan dapat dilihat dari bagaimana Republika dan Media Indonesia *online* yang sama-sama menurunkan pemberitaan mengenai deklarasi SBY-Boediono. Republika lebih menyorot bahwa agenda perekonomian akan mengalami kecaman sedangkan Media Indonesia menyebutkan bahwa pasangan SBY Boediono lebih tepat.

### **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Isi Media**

Pengemasan realitas dengan lebih menonjolkan sebuah sisi atau bagian dari realitas itu tidak terjadi tanpa ada latar belakang yang mneyebabkan pemberitaan tentang sebuah peristiwa dikemas sedemikian rupa sehingga membentuk perspektif yang akan ditawarkan pada audience oleh pihak media. terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi media dalam menurunkan isi pemberitaan. Shoemaker dan Resee (1996:65). Faktor intrenal media dipengaruhi oleh para pekerja media, kegiatan rutin media, organisasi media dan ideologi media. Sementara dari faktor ekstramedia yang mempengaruhi media adalah sumber berita dan sumber penghasilan, serta pemerintah

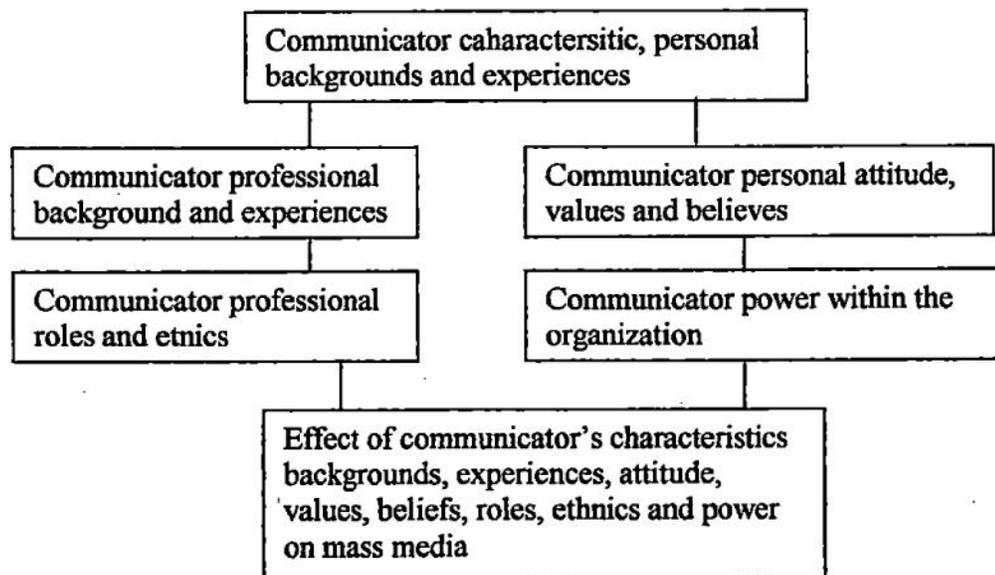
(eksternal).

**a. Pengaruh Faktor Internal terhadap Isi Media**

Wartawan, reporter ataupun pekerja lainnya adalah individu-individu yang memiliki sifat, karakter, kepribadian, profesionalisme, latar belakang bahkan menganut nilai-nilai yang berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini tentunya akan menghasilkan *output* yang berbeda untuk sebuah isi media. Perbedaan ini digambarkan dalam bentuk skema seperti di bawah ini

**Skema 1.1**

**Faktor internal yang mempengaruhi isi media**



Sumber : Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Resess, *Mediating the Message*, Secon Edition, USA : Longman Publisher, 1996, h.65

Pekerja media dengan latar belakang yang dimilikinya memiliki tendensi-tendensi tertentu yang akan mempengaruhi cara pandang mereka terhadap realitas. “ *Our families, our school and all of our life experiences shape our priorities, expectations and dreams* (Shoemaker, Reese, 1996 : 78).

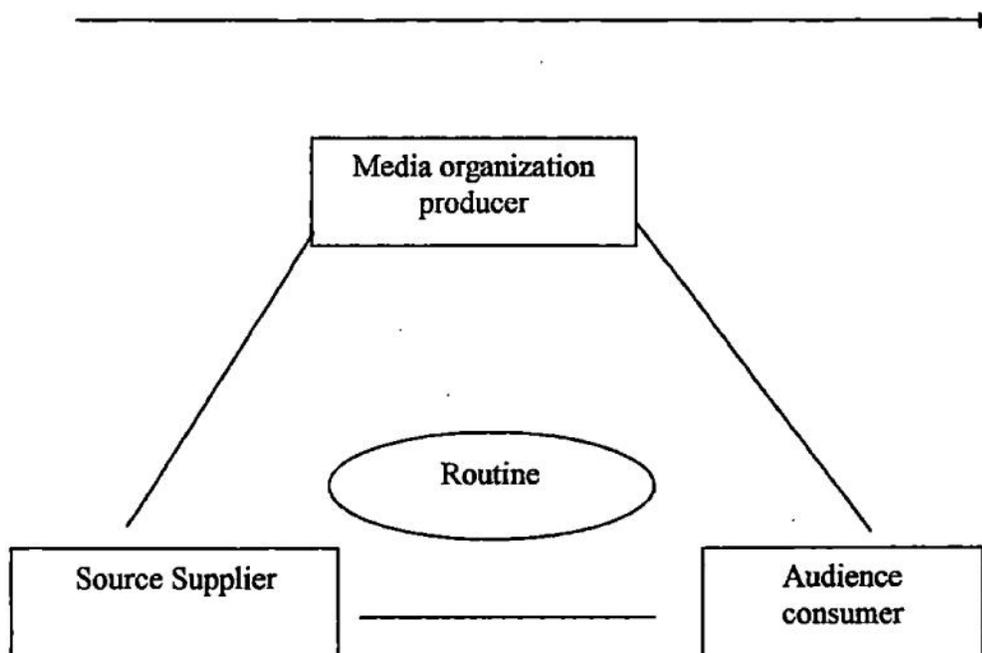
Ketika pekerja media adalah seorang nasionalis, maka ia akan menulis dan menghasilkan tulisan dengan menggunakan atribut nasionalis. tulisan dalam media juga menggambarkan seperti apa penulisnya walaupun tidak mutlak karena ada pertimbangan. Shoemaker dan Reese menyebut kepercayaan dan nilai individu sebagai “*Motherhood*” dan Gans (1979) mendefenisikan “*Motherhood*” dengan *Identifies these as ethnocentrism, altruistic democracy, responsible capitalism, small town pastoralism, individualism, moderatism, social order and national leadership* (Shoemaker Reese, 1996:78). Etnosentrisme yang dimaksud bisa berarti bahwa pekerja media akan menganggap budaya yang dimiliki penting untuk ditampilkan dalam tulisan mereka bila mereka sendiri juga menganggapnya sebagai suatu hal yang penting. Faktor agama di atas lebih merujuk kepada individu-individu pekerja media sesuai agama yang dianutnya, bila ada kemungkinan atau kesempatan maka pekerja media akan menampilkan agamanya tersebut.

Output media akan dapat dihasilkan bila media melakukan aktifitas atau kegiatan rutin mereka yang melibatkan reporter, wartawan dan

khalayak media. Bahan mentah media berupa sumber berita ini dikumpulkan untuk kemudian diolah oleh prosedur dan disajikan pada khalayak media sebagai konsumen. Keputusan untuk mengambil bahan mentah yang akan dijadikan berita, siapa yang akan mengolahnya dan khalayak mana yang akan menjadi target berita akan sangat mempengaruhi output yang dihasilkan media.

### Skema 1.2 Hubungan Rutin Media

#### *Process of Production of Symbolic Content*



Sumber : Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message*, Second Edition, USA : Longman Publisher, 1996, h. 109

Pada saat pekerja media masuk dalam satu institusi media, maka mereka menjadi bagian dari kebijakan-kebijakan yang ada dalam institusi tersebut menjadi bagian dari sebuah perusahaan atau institusi mengharuskan pekerja media patuh, tunduk dan mengikuti semua peraturan yang ada. Setiap organisasi termasuk institusi media memiliki sistem keorganisasian yang harus dijalani oleh setiap anggotanya. Pemilik media memanasifestasikan kebijakannya ke dalam bentuk organisasi otomatis dipengaruhi oleh kepentingannya. Kebijakan ini akan memberi panduan kepada pekerja media dalam melakukan pekerjaannya.

Kewenangan atau kekuasaan pemilik media diungkapkan oleh Shoemaker dengan kalimat sebagai berikut:

*“Ultimately media owners or their appointed top ecedutive have the final say in what the organization does. If the emloyeees dont like it, they can quit. Others will be found to take their place, and routines can be changed (Shoemaker Resee, 1996 :163).*

Pemilik media memiliki otoritas untuk merubah kebijakan apapun dalam menjalankan perusahannya, tidak ada seseorang atau pekerja media yang dapat menolak keputusan yang diberikan, pilihannya adalah mengikuti peraturan atau keluar dari perusahaan. Ini menunjukkan begitu otoriternya pemilik media dalam memberikan kebijakan walaupun pada akhirnya dapat menunggu sikap profesionalisme pekerja media.

Otoritas pemilik media terhadap medianya dapat disebabkan juga oleh kepentingan ideologi yang dianutnya dan lalu diperjuangkannya ideologi merupakan sebuah sistem nilai, seperti yang dikemukakan oleh Sargaent, "Sebuah ideologi adalah sebuah sistem nilai atau keyakinan yang diterima sebagai fakta atau kebenaran oleh kelompok tertentu. Ia tersusun dari serangkaian sikap terhadap berbagai lembaga serta proses masyarakat. Pernyataan di atas bisa diartikan bahwa ideologi merupakan standar nilai yang berada pada sebuah kelompok dimana individu-individunya memahami ideologi tersebut sebagai bagian dari dirinya.

Louis Althusser seorang filsuf dari Prancis mengemukakan dua tesis untuk memahami ideologi:

Pertama, ideologi menghadirkan imaginary relationship antara individu dengan eksistensi kondisi realitasnya. Kedua, ideologi mempunyai eksistensi material yang tidak dapat dibatasi sebagai ide semata, namun ia memiliki aspek material.

Ideologi merupakan konsep yang abstrak dimana pemahaman akan ideologi terkadang berbeda anatar orang yang satu dengan yang lain. Raymond William mengemukakan tiga hal mengenai ideologi (Fiske, 1990 :165), yaitu:

1. *A system of beliefs characteristic of particular class or group*
2. *A system of illusory beliefs false ideas or false consciousness which can be constracted with true or scientific knowledge*

### 3. *The general process of the production of meaning and ideas.*

Hal-hal yang dikemukakan oleh William di atas memiliki pengertian bahwa ideologi merupakan karakteristik sebuah sistem keyakinan dari kelompok tertentu dimana ideologi bisa saja merupakan sebuah kesadaran/keyakinan palsu yang dapat dipisahkan dengan pengetahuan ilmiah, ideologi maupun proses umum dari kegiatan produksi makna. Penempatan berita dalam peta ideologi digambarkan dengan ilustrasi yang menarik oleh Daniel Hallin, Pertama, bidang penyimpangan (*sphere of deviance*). Kedua, bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*) dan ketiga adalah bidang consensus (*sphere of consensus*).

Ideologi juga dapat dilihat dalam teks dengan melihat penandaan realitas yang dilakukan media, dari sisi mana media menempatkan/memposisikan dirinya serta penilaian apa yang mereka berikan. Bidang-bidang di atas menjelaskan bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh wartawan dalam keseluruhan peta ideologis. Dalam wilayah penyimpangan suatu peristiwa, gagasan atau perilaku tertentu dikucilkan dan dipandang menyimpang. Ini seperti nilai yang dipahami bersama bagaimana peristiwa secara umum dipahami secara sama antara berbagai komunitas. Bidang kedua adalah wilayah kontroversi, jika pada wilayah penyimpangan peristiwa, gagasan, perilaku dipandang menyimpang dan buruk, maka pada wilayah ini realitas masih

diperdebatkan atau dipandang kontroversi. Sedangkan pada wilayah paling dalam menunjukkan bagaimana realitas tertentu dipahami dan disepakati bersama sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai ideologi kelompok tertentu.

#### **b. Pengaruh Faktor Ekstramedia terhadap Isi Media**

Sumber berita media menjadi faktor pertama yang dapat mempengaruhi isi media, selain reporter atau wartawan media yang langsung mencari berita atau peristiwa langsung dari sumber berita, media massa juga mengambil berita dari kantor-kantor berita dunia sebagai sumber beritanya. Kevalidan dan subjektivitas informasi yang diperoleh dengan langsung menemui sumber berita yang terkait lebih terjaga karena belum banyak pihak yang terlibat selain orang atau institusi yang terkait. Pemilihan kantor berita dunia sebagai sumber berita tentunya juga akan mempengaruhi isi media ini disebabkan informasi yang diperoleh dari kantor berita dunia akan tercampuri dengan subjektivitas yang dibangun oleh kantor berita itu sendiri mengingat tiap-tiap kantor berita dunia merupakan perwakilan dari sebuah negara yang tentunya akan membawa cara pandang itu dalam mengemas informasi atau pesan sehingga informasi didapat berdasarkan perspektif kantor berita itu juga.

Fakta kedua adalah sumber penghasilan (pengiklanan), media membutuhkan dana atau penghasilan untuk kelangsungan hidup media tersebut. Sumber penghasilan media tersebut dapat berasal dari

pengiklanan dan konsumen media. Hal ini berarti media harus banyak menyesuaikan pemberitaan yang akan disajikan ke khalayak dengan pengiklan maupun konsumen media. Terkadang pengiklan juga akan melakukan berbagai cara agar apa yang diberitakan media dapat sesuai dengan kepentingannya, salah satunya dengan menghilangkan pemberitaan atau isu yang dapat memperburuk citra pengiklanan. Hal ini secara tidak langsung menuntut media untuk menyajikan pemberitaan.

#### 4. Internet (*Media Online*) sebagai Medium Komunikasi

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan sangat cepat, karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai *media online*. *Media online* (internet) didirikan oleh pemerintah Amerika Serikat pada tahun 1969. *Media online* didefinisikan sebagai jaringan luas komputer, yang dengan perizinan, dapat saling berkoneksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarluaskan dan membagikan *digital files*, serta memperpendek jarak antar negara. Tidak seperti radio dan televisi yang disiarkan dari satu lokasi untuk diterima di daerah sekitarnya, internet mampu mengkoneksikan antara satu komputer dengan komputer lain, sekaligus sebagai *broadcaster* dan *receiver* (Perebinossoff, 2005 : 23).

Secara sederhana, "internet" atau hanya "net" saja, definisinya adalah hampir seluruh jaringan global yang mengkoneksikan jutaan komputer (*an almost global network connecting million of computers*) (Thurlow, Lengel &

Tomic, 2004). Awalnya, media *online* mulai memasuki kebudayaan komunikasi massa pada pertengahan tahun 1990-an di Amerika Serikat. Media *online* digunakan sebagai sarana menyebarkan foto pribadi dan media lain dengan teman dan keluarga, mem-*posting* portfolio, mengekspresikan opini atau observasi, menyiarkan produksi/ciptaan sendiri yang menghibur, serta menghasilkan uang dari internet (Perebinossoff, 2005; 44). Hanya dengan bermodal perangkat komputer sederhana dan koneksi internet yang ke depan akan lebih murah, orang bisa mengakses informasi pendidikan dan kerja, berita bisnis sains, filsafat dan perkembangan situasi terkini di berbagai belahan dunia. Media *online* pun sekarang dapat diakses di berbagai kafe, sekolah atau kampus, tempat kerja, bahkan rumah. Kelebihan lain dari internet terletak pada kecepatannya dan kebebasan orang menggunakannya untuk berbagai alternatif informasi yang dapat diakses darinya. Selanjutnya, selain memfasilitasi kita untuk menyebarkan informasi, media *online* juga mengandung bahaya berkelanjutan, apabila disalahgunakan oleh pihak yang tak bertanggungjawab. Kekurangan dari media *online* adalah jika penggunaannya disalahgunakan, misalnya untuk menyebarkan *black campaign* bernuansa SARA di *milist-milist*, film-film katarsis seksual via situs *youtube*, ancaman/intimidasi lewat *e-mail* pada kelompok minoritas, informasi/berita yang cenderung hiperbolis, dan lain-lain. Kemudian, jika hal-hal di atas dilakukan, tidak ada yang bisa disalahkan untuk mempertanggungjawabkannya, karena minim sekali kemungkinan untuk melacaknya. Hal ini

juga disebabkan internet dapat diklasifikasikan sebagai sarana *free communication*.

Lister (2003 : 12) memberikan definisi yang lebih luas lagi mengenai *media online* (internet). Berdasarkan definisi oleh “*The Federal Networking Council*” di Amerika Serikat; internet mengacu pada sistem informasi global yang secara logis terhubung bersama oleh suatu area alamat global yang unik berdasarkan *Internet Protocol* (IP) atau bagian yang mengikuti, hal ini memungkinkan terjadinya komunikasi melalui rangkaian *Transmission Control Protocol Internet Protocol* (TCP/IP) atau bagian lain yang mengikuti; dan atau *IP protocol* lain yang sesuai dan memungkinkan membuat internet diakses baik secara publik maupun privat, dipakai untuk berkomunikasi, dan saling menghubungkan infrastruktur yang ada di dalamnya

#### ***News Portal sebagai News Media***

Saat ini kita menggunakan bentuk *new media*. *New Media* adalah bentuk-bentuk media dan isi media yang diciptakan dan dibentuk oleh perubahan teknologi. Internet adalah salah satu *new media* di abad 21. Sebagai teknologi baru, bentuk media dan teknologi muncul secara bersamaan, dan disebut *media convergence*. *Media Convergence* adalah definisi general sebagai kombinasi antara dua atau lebih media tradisional yang menjadi satu proses; serta memberikan *impact* bagi media lain dan *user*-nya (Folkerts, Lacy, 2004 : 33). Internet dianggap sebagai “*superhero*” di era globalisasi seperti sekarang ini, karena banyak sekali membawa keuntungan, kemudahan,

pengetahuan akan teknologi-teknologi yang semakin canggih, dan membawa dampak/pengaruh yang besar bagi para penggunanya. Maka dari itu berdasarkan kenyataannya, kini banyak orang berebut untuk menciptakan inovasi-inovasi terbaru dan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan “*the new media*” untuk memenuhi kebutuhannya atau sekedar untuk mengikuti tren yang sedang merambah kehidupan seluruh masyarakat.

*News Portal* (Portal Berita) adalah salah satu bentuk Konvergensi *New Media* yang terdiri atas faktor, karakteristik, dan dampak dari *New Media* itu sendiri. Faktor-faktor konvergensi media berdasarkan definisi konvergensi media yaitu adanya penggabungan proses-proses komputer, telekomunikasi, dan media dalam lingkungan digital (Pavlik, 2004 : 12). Karakteristik *New Media* sendiri adalah (Lister, 2003 : 21) : *digitality, interactivity, dispersality,* dan *virtuality*. Sedangkan dampak adanya konvergensi media terhadap konsumen dalam menggunakan media beserta kepemilikan media, adalah sebagai berikut (Pavlik, 2004 : 22):

- a. Peningkatan konsumsi media.
- b. Teknologi Prosumer dalam media.
- c. Konsentrasi kepemilikan media.

## **5. Kredibilitas Pemberitaan di Media Online**

### **a. *News Concept***

Berita harus disertai dengan kelengkapan berita, yaitu memenuhi unsur-unsur 5W + 1 H (*Who, What, When, Where, Why, How*). Dean M.

Lyle Spencer dalam bukunya yang berjudul *News Writings* yang kemudian dikutip oleh George Fox Mott (*New Survey Journalism*) menyatakan bahwa berita dapat didefinisikan sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca (Muda, 2005:21). Sedangkan Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III menyebutkan bahwa berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas (Muda, 2005).

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar, maupun penonton. Jadi, walaupun ada fakta tetapi jika tidak dinilai penting, aktual, dan menarik oleh sejumlah besar orang, maka hal tersebut masih belum bisa diangkat sebagai bahan berita. Tujuan utama penyajian berita sendiri adalah menginformasikan peristiwa penting sebagai upaya untuk memberikan daya tarik agar orang mau membaca, mendengar, atau menonton sajian berita tersebut (Muda, 2005:22).

**b. *Online News***

*Online news* adalah sebuah hal baru yang mulai eksis sekitar 2 dekade yang lalu. *Online news* mulai ada pada pertengahan tahun 1990-an (dengan terkenalnya *World Wide Web*), namun sebenarnya *online news* sudah dapat dilakukan pada awal 1980-an. Pada tahun 1983, grup koran

Knigh-Ridder dan AT&T meluncurkan revolusi eksperimennya untuk membawa orang-orang menjelajahi informasi lewat komputer mereka sendiri. Sebuah layanan teks video, yaitu Viewtron, menjadi pelopor media *online news* ini. Sesuai perhitungan comScore Media Matrix XPC di Chicago, pada bulan Juni 2003 telah terdaftar 217.133.857 portal website di seluruh dunia yang berfasilitas penyuguhan berita/informasi (Salwen, 2005). Angka ini membuktikan bahwa perkembangan *online news* begitu pesat di mata penggemar berita dan dunia *online*.

*Online news* diartikan sebagai media yang berkapasitas menawarkan berita *live*, audio, dan video yang terbentuk berdasarkan teknologi *hypermedia* dan *hypertext* yang berkembang pesat meliputi suara dan grafis. *Online news* muncul sebagai sumber informasi yang mempunyai versi *print and broadcast*. *Online news* berkaitan dan juga termasuk di dalam *online journalism* dan/atau *online newspaper* di internet. Dan yang paling jelas dua model ekonomi pada *online news* adalah pada biaya berlangganannya dan bergantung pada periklanannya.

Para peneliti mengatakan bahwa internet akan menjadi komunikasi masa depan. Dikutip oleh Salwen, sebagai contoh Katz (1999) mempercayai bahwa jurnalistik masa depan ditemukan di internet dan suatu hari *online news* akan menjadi *mainstream journalism* (jurnalistik utama); karena *World Wide Web* (WWW) dibuktikan dapat mentransformasikan kebudayaan, bahasa, dan informasi.

Perkembangan pesat dari *online news* ini disinyalir karena *online news* menawarkan isi (*content*), teknologi (*technologies*), dan distribusi (*distribution*). Menurut Salwen (2005:258) definisi peran *online news*, yaitu:

- 1) *Online editions are little more than electronic version of the parent newspaper*
- 2) *As a hybrid of printed newspaper and original content*
- 3) *Some online news sites contain large amounts of original content created by separate staffs*
- 4) *Used as sources of news and information are being widened to meet the needs*
- 5) *Online newspaper should think of themselves as full-service independent Website*
- 6) *Online news as a sites should work with 24-hour deadlines and update content on a frequent and regular basis*
- 7) *As a reseller original content can be an exclusive investigative report or other reporting not published in the printed edition of the newspaper or anywhere else*
- 8) *As a reseller original content may also be a first report of breaking news not yet printed in the traditional newspaper*
- 9) *As a supplementary material that adds to stories in the printed newspaper may also be considered original content*

*Online news* adalah tahap penting bagi konvergensi media (*media convergence*). *Online news* memang masih memiliki banyak keterkaitan dengan koran cetak tradisional (teks dan foto), tetapi *online news* juga memiliki potensi untuk memanfaatkan berbagai fitur baru dari dunia pencampuran komunikasi media digital diantaranya audio, video, animasi, dan peningkatan kontrol pengguna (*user control*). Kelebihan dari *online news* ini adalah beritanya yang selalu diperbaharui secara berkelanjutan (*continuous updates*), memiliki interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia (Salwen, 2005). Jadi selain menawarkan kecanggihan teknologi untuk masa kini dan masa depan, *online news* juga membawa pengaruh yang besar di dunia jurnalistik lewat kelebihan-kelebihannya.

c. ***Online Ethic***

Meskipun banyak diwarnai kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain, *online news* tetap memiliki kelemahan. Salah satu kelemahan dari media *online* (termasuk *online news*) adalah kebebasan berkomunikasi dan berpendapat di dalamnya. Dan salah satu faktor yang membuat seseorang bersembunyi di balik struktur kebebasan berkomunikasi (*free communication*) dan berpendapat adalah globalisasi. Globalisasi ini mengakibatkan penyebaran nilai-nilai kebudayaan yang salah, norma-norma dan praktek kapitalisme, serta adanya pencampuran kebudayaan luar. Salah satu jalan untuk mengatasi hal tersebut adalah studi etika, atau disebut dengan *online ethic* (etika *online*).

Etika *online* akan mempelajari filosofi moral, menerangkan bagaimana bersistematis, mengetahui tentang apa yang baik dan salah, sesuai dengan yang diberikan oleh konteks kebudayaan. *Online ethics* sendiri didefinisikan : “*a form of ethic specifically pertaining to how we communicate online*” (bentuk etika yang mengkhususkan tentang bagaimana kita mengkomunikasikan *online*) (Thurlow, Lengel & Tomic, 2004:64). Pada intinya, media *online* tidak boleh hanya mengedapankan inovasi-inovasi terbarunya saja untuk menarik pengguna, namun juga harus mengedapankan kode etik *online* dalam setiap pengembangan sarananya.

## 6. Konsep *Framing*

### a. Pengertian *Framing*

*Framing*, menurut Robert. N. Entman adalah suatu strategi konstruksi dalam memproses berita. Perangkat *framing* yang terdiri dari mendefinisikan masalah, penyebab, evaluasi dan rekomendasi terhadap permasalahan merupakan rutinitas dan konvensi pembentukan berita pada suatu media. David E. Dnow dan Robert Benford mendefinisikan *framing* sebagai pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan, *framing* mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citraan tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu (Eriyanto, 2002: 66).

Aditjondro mendefinisikan *framing* sebagai proses atau metode

penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, tetapi dibelokkan secara halus dengan memberikan sorotan pada aspek-aspek tertentu dengan menggunakan istilah-istilah atau konotasi tertentu (Sobur, 2004: 162).

Dalam perspektif individu, *frame* adalah perseptif bagaimana seseorang mengkonstruksi pesan, baik pesan yang ditangkap melalui media atau langsung dari suatu peristiwa (Eriyanto, 2002: 86). *Frame* berpikir wartawan dengan demikian sangat berpengaruh terhadap pesan yang direkam dan diwujudkan dalam bentuk berita.

Berangkat dari pengertian di atas, *framing* mengandung dua langkah pokok yaitu menyeleksi isu dan menekankan isu. Ketika melakukan proses seleksi isu, berarti media telah melakukan tindakan memilih fakta atau realitas. Artinya, ada realitas yang dipilih dan ada realitas yang dibuang. Realitas yang dibuang tidak akan ditulis sebagai berita yang akan disajikan kepada khalayak pembaca, sedangkan realitas yang dipilih akan ditulis dan disajikan kepada khalayak pembaca.

Antara media satu dengan media yang lainnya tentu akan menghasilkan berita yang berbeda meskipun realitas yang menjadi sumber atau bahan beritanya sama. Hal ini terjadi karena sejak awal peliputan suatu peristiwa, masing-masing wartawan secara subyektif telah aktif dalam proses seleksi isu (Sobur, 2004: 168). Perspektif individu wartawan sangat menentukan realitas apa yang akan dipilih dan apa yang

akan dibuang.

*Frame* berpikir seseorang, biasa disebut dengan istilah skema individu, akan mengarahkan individu wartawan untuk melakukan simplifikasi, klasifikasi, asosiasi dan generalisasi. Simplifikasi dilakukan oleh wartawan dengan cara menyederhanakan realitas yang akan diliputnya. Simplifikasi dilakukan karena realitas peristiwa yang kompleks dan runtut tidak mungkin diliput semua dari menit pertama sampai peristiwa tersebut berakhir. Klasifikasi dilakukan untuk memudahkan wartawan dalam memilah dan memilih bagian peristiwa mana yang akan diliput atau dijadikan sebagai bahan berita. Untuk mempermudah wartawan dalam memahami atau menangkap suatu peristiwa, maka wartawan akan mengasosiasikan suatu peristiwa dengan peristiwa lain. Hal ini dilakukan karena pada kenyataannya suatu peristiwa tidak dapat berdiri sendiri lepas dari peristiwa lainnya. Asosiasi ini akan menjadikan sebuah realitas menjadi lebih menarik dan bermakna. Berbagai rentetan peristiwa apabila dicermati merupakan pengulangan-pengulangan atau pernah terjadi sebelumnya sehingga wartawan cenderung akan melakukan generalisasi (Eriyanto, 2002: 86-88).

*Framing* yang dilakukan oleh media menimbulkan beberapa akibat, yaitu:

- 1) Menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lainnya
- 2) Menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya

- 3) Menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya (Eriyanto, 2002: 141-144).

Melihat langkah-langkah *framing* dan efek-efek yang ditimbulkan maka media harus memiliki suatu standar untuk menjaga agar media tetap obyektif dalam melakukan pemberitaan. Meskipun untuk obyektif sempurna tidak mungkin dilakukan, minimal media telah memiliki suatu pemahaman tentang obyektivitas suatu berita. Berita dinilai obyektif apabila tidak mencampur adukkan antara fakta dengan opini dalam proses pencarian berita maupun dalam penulisan berita (Eriyanto, 2002: 113).

Analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan peraturan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi (Sobur, 2004). Pengertian ini menunjukkan bahwa *framing* tidak dapat lepas dari konteks social yang secara sistemik atau structural telah didominasi oleh ideologi, kekuasaan, atau budaya tertentu.

Analisis *framing* merupakan analisis untuk mengetahui bagaimana realitas atau peristiwa, kelompok, aktor dan lain-lainnya dibingkai oleh media melalui proses konstruksi makna dan realitas tertentu. Dengan demikian, analisis *framing* memberikan tekanan pada bagaimana realitas dikonstruksi oleh media. Dalam perspektif yang lebih luas, analisis *framing* juga harus melihat siapa atau pihak mana yang memberikan

tekanan makna tertentu terhadap khalayak pembaca.

b. Fungsi dan Teknik *Framing*

*Framing* dalam suatu berita dapat berfungsi untuk mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab timbulnya masalah, memberikan penilaian moral, dan memberikan saran maupun pembenaran terhadap suatu peristiwa (Sobur, 2004: 182). Untuk menghasilkan *framing* yang baik, teknik *framing* harus memperhatikan fungsi-fungsi di atas.

Teknik *framing* menurut Entman (Sobur, 2004: 172) dilakukan dengan empat cara. Pertama, *framing* pada identifikasi masalah, yaitu peristiwa sebagai apa dan dengan nilai positif atau negatif seperti apa. Suatu peristiwa akan memunculkan banyak masalah. Masalah-masalah mana yang menarik untuk diangkat atau ditonjolkan tergantung pada perspektif yang digunakan. Kedua, *framing* pada identifikasi penyebab masalah. Wartawan atau jurnalis akan memberikan interpretasi siapa yang terlibat atau menyebabkan munculnya suatu masalah. Ketiga, evaluasi moral. Dalam proses *framing*, jurnalis memberikan penilaian moral atas penyebab masalah. Keempat, memberikan saran penanggulangan masalah, dengan cara menawarkan suatu cara penanganan masalah serta memprediksikan hasilnya.

c. Model *Framing*

Dilihat dari cara melakukan analisis *framing*, ada tiga model *framing*. Pertama, model Pan dan Kosicki. Kedua model Gamson dan

Modigliani. Ketiga model Robert M, Entman. Model yang digunakan Robert M Entman berdasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media mengandung konstruksi makna tertentu. Model *framing* dalam suatu berita atau artikel selalu terdiri atas berbagai *package* (kemasan) interpretatif yang mengkonstruksi makna tertentu. Kemasan ini memuat *core frame* (*frame* inti) dan *condensing symbols*. *Core frame* pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa dan mengarahkan makna isu yang dibangun melalui *condensing symbols*. Sedangkan *condensing symbols* merupakan hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik sebagai dasardigunakannya suatu perspektif (Sobur, 2004: 177).

*Frame* menurut Robert M. Entman (1991: 52) adalah pemilihan (*selection*) dan penonjolan hal yang penting (*salience*). Proses *framing* merupakan proses seleksi dari berbagai realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibanding yang lain. Entman juga menyertakan penempatan-penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

Dalam penelitian ini teknik analisis *framing* menggunakan analisis *framing* model Robert M. Entman. Metode analisis *framing*, yaitu bagaimana realitas atau peristiwa dibingkai oleh media dalam konstruksi

tertentu. Atau dengan kata lain, adalah metode untuk melihat cara berita (*story telling*) media atas suatu peristiwa. Pemilihan model Robert M. Entman ini dikarenakan dalam model ini elemen yang digunakan untuk menganalisis data menitikberatkan pada penonjolan sesuatu hal yang dianggap penting. Pemilihan model ini juga dikarenakan pemberitaan deklarasi SBY-Boediono merupakan suatu gerakan sosial, sehingga pemilihan model *framing* ini menggunakan model Robert M. Entman.

## **F. Metode penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu metode analisis data di mana datanya tidak berwujud angka melainkan menunjukkan suatu mutu dan kualitas, prestasi, tingkat dari semua variabel penelitian yang bisa dihitung atau diukur secara langsung. Data ini digunakan untuk menjelaskan atau melaporkan data dengan apa adanya kemudian membagi interpretasi terhadap data tersebut (Jalaludin Rahmat, 2001).

### **2. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian dalam penelitian kontruksi realitas pemberitaan deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono pada Republika *online* dan Media Indonesia *online* periode pemberitaan 15-22 Mei 2009. Pemilihan tanggal tersebut dikarenakan pada tanggal-tanggal tersebut maraknya media yang memberitakan pasangan SBY-Boediono dan deklarasi SBY-Boediono

pada tanggal 15 Mei 2009.

### 3. Teknik Pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Teknik Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data primer diperoleh melalui media *Republika online* dan *Media Indonesia online* periode pemberitaan 15-22 Mei 2009.

#### b. Studi Pustaka

Adalah pengumpulan data dari literatur-literatur, majalah, surat kabar dan sumber-sumber lain yang memuat informasi yang relevan dan mendukung penelitian.

### 4. Teknik Analisis Data.

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis *framing* model Robert M. Entman. Metode analisis *framing*, yaitu bagaimana realitas atau peristiwa di bingkai oleh media dalam konstruksi tertentu. Atau dengan kata lain, adalah metode untuk melihat cara berita (*story telling*) media atas suatu peristiwa.

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

diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas. Dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok, pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitaka, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan lain-lain.

Adapun elemen-elemen yang digunakan untuk menganalisis *framing* model Robert N. Entman adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.3 Perangkat *Framing* Robert N. Entman**

<i>Define Problems</i> (Pendefenisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? sebagai apa? atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral

	apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Konsepsi mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. *Define problems* (pendefenisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan *master frame*/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

*Diagnoses causes* (memperkirakan penyebab masalah) merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sisni bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah.

*Make moral judgement* (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefenisian

masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefenisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Elemen *framing* lain adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menialai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (eriyanto, 2008:186-189).

Berita mengenai deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono adalah berita yang dimuat oleh media *online* Republika ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)) dan Media Indonesia ([www.mediaindonesia.com](http://www.mediaindonesia.com)) periode pemberitaan 15-22 Mei 2009. Penelitian tentang kontruksi realitas pemberitaan media *online* mengenai deklarasi Capres dan Cawapres SBY-Boediono yang bersifat deskriptif yaitu ingin mencari jawaban secara mendasar tentang fakta-fakta penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu (Moh. Nazir, 1983: 687).

### G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memudahkan penyajian hasil analisis data sekaligus memudahkan proses analisis penelitian. Untuk itu, tulisan ini disusun secara sistematis yang terdiri dari 4 bab.



Bab I berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori dan metode penelitian yang digunakan. Paparan pada bab ini berfungsi sebagai pendahuluan yang mengantarkan isi pembahasan pada bab-bab berikutnya.

Bab II berisi tentang profil kedua Media yaitu Media Indonesia *online* dan Republika *online*. Isi dari profil perusahaan terdiri dari sejarah perusahaan, visi dan misi media, struktur organisasi media, media *online* surat kabar harian dan profil pembaca media.

Bab III berisi pembahasan yang akan menjelaskan tentang penyajian data dan analisis data terhadap berita-berita yang mengangkat tentang deklarasi SBY-Boediono yang telah diperoleh peneliti dengan merujuk pada tinjauan pustaka atau kerangka teori dan metodologi yang ada dengan menggunakan analisis *framing* model Robert N. Etman.

Bab IV berisi kesimpulan dan saran yang merupakan bab penutup dalam penelitian ini. Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari penelitian yang menggunakan analisis *framing*, sehingga kita akan mengetahui bagaimana sebenarnya Media Indonesia *online* dan Republika *online* mengemas berita deklarasi SBY-Boediono. Kemudian pada akhir bab berisi saran dari peneliti berkaitan dengan permasalahan yang diteliti atau alternatif penilainan dan pandangan masyarakat dalam memandang dan memaknai berita yang dimuat di media massa. Skripsi ini juga menyertakan beberapa lampiran yang terkait dengan penelitian, misalnya berita-berita yang dijadikan sebagai objek penelitian.