

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Popularitas Rhoma saat ini masih kalah dibandingkan Sule (pelawak). Bisa-bisa lebih populer dia (Sule) daripada Rhoma."Rhoma tidak cocok untuk maju sebagai capres. "Dia jauh sekali untuk urusan pemerintahan, karena dia orang seni. Untuk seni memang dia jago, tapi untuk pemerintahan kurang.

Senin (19/11/2012)

(www.sindonews.com, diakses tanggal 18/02/2013)

Kutipan tersebut di atas diambil dari salah satu berita yang berjudul "Popularitas Rhoma Gak Ngaruh Buat Nyapres," yang dimuat dalam portal berita *sindonews.com* salah satu portal populer di Indonesia pada tanggal 19 November 2012 lalu yang disampaikan Iberamsyah. Isi beritanya sebenarnya berkaitan dengan deklarasi si Raja Dangdut Rhoma Irama untuk maju sebagai Capres (calon presiden) pada Pemilu (pemilihan umum) tahun 2014 mendatang. Popularitas yang menjadi andalan Rhoma Irama untuk maju menjadi calon presiden tidaklah cukup karena jika hanya mengandalkan popularitas Sule seorang pelawak saja jauh lebih populer dibandingkan dirinya. Jago di bidang seni, tidak berarti layak untuk urusan pemerintahan dan menjadi pemimpin negara.

Berita lainnya di portal berita yang sama, *sindonews.com* berjudul "Tim Sukses Jokowi Sesalkan Bang Oma" yang dimuat tanggal 2 Agustus 2012 dikemukakan:

Ceramah menyinggung SARA oleh penyanyi dangdut Rhoma Irama terkait Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI beberapa waktu lalu sangat disayangkan oleh Deni Iskandar, Ketua Tim Advokasi pasangan Jokowi-Ahok. Menurut Deni, temuan itu telah membuktikan siapa yang

menghembuskan isu SARA selama ini ([http://www.sindonews.com/Tim Sukses Jokowi Sesalkan Bang Oma](http://www.sindonews.com/Tim_Sukses_Jokowi_Sesalkan_Bang_Oma), diakses tanggal 2/08/2012).

Portal berita ini membingkai berita tersebut dengan menggunakan tulisan SARA dengan huruf kapital. Ini merupakan salah satu cara wartawan dalam menekankan fakta dengan struktur retorik misalnya dengan grafis, metafora berupa kata dan idiom.

Pemberitaan pencalonan Rhoma Irama di portal berita *sindonews.com* yang berjudul “PKB tak serius usung Rhoma” yang dimuat pada tanggal 3 Desember 2012, juga membingkai berita tersebut dengan menggunakan foto Rhoma Irama yang disandingkan dengan Aceng Fikri mantan Bupati Garut yang juga melakukan perkawinan siri dengan seorang perempuan beberapa waktu lalu yang hanya bertahan 3 hari saja.



Gambar 1.1. Foto Rekyasa Rhoma Irama bersama Aceng Fikri
Sumber: (<http://www.sindonews.com/post/type/> diakses tanggal 18/02/2013)

Tampak portal berita *sindonews.com* membingkai berita seputar pencalonan Rhoma Irama dengan menggunakan foto atau gambar Rhoma Irama yang disandingkan dengan Aceng Fikri. Penggunaan foto atau gambar dalam membingkai

berita pencalonan Rhoma Irama ini merupakan salah satu cara wartawan dalam menekankan fakta.

Pemberitaan dengan kontruksi yang berbeda mengenai pencalonan Rhoma Irama dijumpai pada portal berita lainnya yakni *detik.com*. Portal berita terbesar di Indonesia ini juga banyak memberitakan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres tahun 2014 mendatang. Berita yang dimuat pada *detik.com* pada tanggal 6 Februari 2013 yang berjudul “Rhoma Irama Tenar Sebagai Capres” mengkonstruksi sosok Rhoma Irama sebagai tokoh panutan dengan menggunakan kalimat “Capres Unggul dan Paling Tenar” Di antara 12 nama terkenal yang dipilih rakyat, Rhoma Irama tampil sebagai Capres paling tenar. Nama Rhoma menjadi nama yang disebut pertama kali oleh 25,8 persen masyarakat Indonesia, disusul Ketua Umum Golkar Aburizal Bakrie (Ical) berada di posisi 2 dikenal 16,9 persen responden. Sementara Prabowo Subianto diurutan ketiga dengan persentase sama seperti Ical (<http://www.detik.com/2090149/10/survei-PDB>, diakses tanggal 18/02/2013). Tulisan judul berita dengan huruf *italic* memiliki makna tersendiri misalnya dengan penonjolan suatu berita.

Dalam berita *detik.com* lainnya yakni pada tanggal 6 Desember 2012 dengan teks berita “Maju Capres Beberapa Partai Sudah Respon Positif,” mengkonstruksi sosok atau kepribadian Rhoma Irama yang dicintai masyarakat dan para ulama. Berita ini dibingkai dengan menggunakan kalimat “memiliki sifat jujur, pandai, dan menyampaikan kebenaran.” Konstruksi kepribadian Rhoma Irama ini oleh portal berita *detik.com* sebagai Capres yang diterima banyak masyarakat ditunjukkan dengan foto-foto atau gambar 1.2.



**Gambar 1.2. Foto Rekeyasa Rhoma Irama bersama Ulama dan Poster
Penyambutan Rhoma Irama di Semarang**

Sumber: (<http://www.detik.com/rhomairama>, diakses tanggal 18/02/2013)

Portal berita *detik.com* mengkonstruksi berita dengan menggunakan kata-kata, kalimat serta gambar atau foto Rhoma Irama tersebut yang berbeda dari foto Rhoma Irama yang digunakan portal berita *sindonews.com*. Penggunaan foto-foto ini bertujuan untuk memperkuat konstruksi berita yang disampaikan portal berita *detik.com*.

Terkait dengan pemberitaan pencalonan Rhoma Irama jadi Capres, dua portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* tersebut, memberikan perhatian yang cukup besar yang ditunjukkan dengan seringnya pemberitaan mengenai Rhoma Irama di portal berita tersebut. Perhatian yang besar oleh kedua portal berita ini tidak terlepas dari peristiwa politik sebagai salah satu topik yang selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Dalam hal ini, terdapat dua faktor yang saling berkaitan dengan berita politik, *pertama*, dewasa ini politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*) yakni media massa yang mustahil dipisahkan dari kehidupan politik. Para aktor yang ingin terjun di dunia politik seperti halnya Rhoma Irama yang mencalonkan diri sebagai presiden senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar seluruh aktivitas politiknya memperoleh liputan dari media. *Kedua*,

peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor (politik) lazimnya selalu mempunyai nilai berita khususnya bila peristiwa politik itu mengenai pergantian presiden biasanya menjadi sebuah berita luar biasa (Hamad, 2004: 1).

Cara kedua portal berita (*sindonews.com* dan *detik.com*) dalam membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres memiliki perspektif yang berbeda. Berita tersebut dikonstruksi dengan menggunakan pilihan kata-kata dan foto yang menunjukkan penolakan terhadap Rhoma Irama khususnya oleh portal berita *sindonews.com*. Konstruksi berita ini dapat dipengaruhi adanya intervensi dari pemilik portal berita *online sindonews.com* dalam hal ini Hary Tanoesoedibjo yang merupakan bos MNC (Media Nusantara Citra) Group. Hal ini senada dengan yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemberitaan seperti pengaruh individu-individu pekerja media, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional seperti pemilik media, pengaruh dari organisasi media, dan pengaruh ideologi (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Hary Tanoesoedibjo sebagai pemilik media, juga aktif dan berkecimpung dalam dunia politik yakni di Partai Nasional Demokrat (Nasdem) sebelum akhirnya memutuskan untuk keluar terhitung pada tanggal 22 Januari 2013 lalu dan kemudian pada tanggal 20 Februari 2013 dilantik menjadi ketua DPP Partai Hanura dan pada tanggal 3 Juli mengumumkan diri akan mendampingi Wiranto sebagai Cawapres dari partai Hanura. Sejak terlibat dalam partai Nasdem, dia memiliki ambisi yang besar untuk menguasai politik Indonesia khususnya di Jakarta sama dengan Ahok teman satu persekutuannya di Gereja Tiberias. Adanya ambisi kedua orang ini di bidang politik ini seperti dilaporkan kajian blog berita *kompasiana.com* saat pelaksanaan

Pilgub (Pemilihan Gubernur) DKI yang akhirnya memenangkan Jokowi dan Ahok. Pemenangan Ahok ini tidak terlepas dari adanya dukungan besar Hary Tanoesoedibjo sebagai penguasa puncak MNC Grup seperti *Koran-sindo.com*, *okezone.com*, *sindonews.com*, dan *rcti.tv*. Media-media portal tersebut ramai memberitakan Jokowi dan Ahok dengan menampilkan sisi-sisi positif dari kedua tokoh tersebut. Sebagai pemilik, Hary Tanoesoedibjo penentu segala hal yang bersifat strategis bagi MNC baik menyangkut kebijakan konten, pemberitaan, maupun bisnis MNC (<http://politik.kompasiana.com/2012/09/11/antara-kampanye-sara-dan-persekutuan-sara-486062.html>, diakses tanggal 9/3/2013).

Ambisi politik Hary Tanoesoedibjo diwujudkan melalui Partai Nasdem, yang didirikan oleh Surya Paloh, pemilik Media Grup si pemilik Metro TV. Dalam perkembangannya, Hary Tanoesoedibjo memiliki pengaruh di Nasdem yang lebih besar daripada Surya Paloh. Ambisi Hary Tanoesoedibjo salah satunya ditunjukkan dengan usahanya untuk menggunakan media yang dimilikinya untuk mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres. Deklarasi pencalonan Rhoma Irama dari partai politik yang berbeda merupakan peristiwa politik yang dapat mengancam keberadaan partai politik lainnya. Hary Tanoesoedibjo sebagai salah satu petinggi partai politik Nasdem menggunakan media miliknya untuk membangun kekuatan politik dan sekaligus menyerang lawan politiknya seperti munculnya pemberitaan Rhoma Irama sebagai Capres dari partai politik lainnya. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya liputan pemberitaan kasus Rhoma Irama dari Rubrik Lipsus Jakarta 1, laporan Koran *sindo*, www.okezone.com, pemberitaan MNC Grup dan Media Grup. Dari satu kasus Rhoma Irama yang berseru agar umat Islam memilih pemimpin seiman di Masjid Al-Isra, Tanjung Duren, Jakarta Barat, Minggu,

29 Juli 2012 saja, terdokumentasi lebih dari 200 judul berita belum termasuk berita di televisi yang diulang-ulang. Ketika Rhoma Irama mendeklarasikan dirinya sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang, media tersebut kembali ramai mengangkat kasus Rhoma tersebut (<http://politik.kompasiana.com/2012/09/11/antara-kampanye-sara-dan-persekutuan-sara-486062.html>, diakses tanggal 9/3/2013). Dampak dari konstruksi pemberitaan portal berita *sindonews.com* tersebut kemudian dibalas oleh Rhoma Irama dengan melarang semua lagunya diputar di MNCTV dan radio dangdut Indonesia (<http://www.tabloitbintang.com/film-tv-musik/kabar/62733>, diakses tanggal 9/3/2013). Dilakukan Hary Tanoesoedibjo tersebut sejalan dengan pendapat Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese bahwa Hary Tanoesoedibjo selaku pemilik media dapat melakukan intervensi terhadap media miliknya sehingga mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama seperti yang ada sekarang ini (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Sementara portal berita *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama juga terkait dengan faktor organisasi namun bukan karena adanya kepentingan pemilik untuk terjun di bidang politik seperti yang terjadi pada portal berita *sindonews.com*. Pendekatan organisasi terkait dengan isi media melihat bahwa pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita (Sudibyo, 2009: 9). Kontruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama seperti yang ada di portal berita *detik.com* merupakan hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Misalnya, mekanisme penentuan nilai-nilai berita, dimana sebuah peristiwa seperti pencalonan Rhoma Irama diberitakan dengan pertimbangan mempunyai nilai berita tertentu. Menurut Agus Sudibyo hal itu bisa terjadi karena

pada perkembangannya, kalangan redaksi mungkin bosan dengan *genre* pemberitaan yang sudah biasa, dan mencoba untuk mengembangkan angel-angel lain. Namun pihak sirkulasi menuntut agar *genre* pemberitaan itu tetap dipertahankan karena pasar pembaca ternyata menyukainya (Sudibyo, 2009: 9-10). Akhirnya berita-berita sensasional dan bombastis seperti pencalonan Rhoma Irama disajikan oleh portal media ini. Hal ini menunjukkan bahwa portal berita ini mengangkat Rhoma Irama bukan berdasarkan motivasi ekonomi atau persaingan politik tetapi karena memang tokoh ini mempunyai nilai berita yang tinggi (Sudibyo, 2009: 9). Hal itu ditunjukkan dengan pemilihan kata-kata tertentu, foto-foto yang digunakan untuk memperkuat konstruksi berita yang dilakukan portal berita tersebut.

Konstruksi berita dari perspektif portal berita *detik.com* ini juga dapat dipengaruhi faktor ideologi seperti yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese yakni sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif dalam masyarakat. Faktor ideologi dalam hal ini, yakni Rhoma Irama yang maju sebagai capres dengan mengatasnamakan agama Islam. Indonesia dengan mayoritas beragama Islam, menjadi dasar bagi portal berita *detik.com* dalam mengkonstruksi berita pencalonan Rhoma Irama misalnya dengan menampilkan foto-foto agamis Rhoma Irama. Selaku pemilik portal berita *detik.com*, Chairul Tanjung adalah seorang pengusaha di bidang media beragama Islam yang taat. Konstruksi *detik.com* terhadap pemberitaan pencalonan Rhoma Irama dengan menggunakan kata-kata, kalimat, dan foto-foto Rhoma yang agamis merupakan salah satu cara untuk mendukung tokoh beragama Islam maju sebagai pemimpin (Sudibyo, 2009: 12).

Dalam mengkonstruksi berita, tampak bahwa kedua portal berita tersebut tidak terlepas dari adanya pengaruh baik faktor *internal* maupun faktor *eksternal*. Pengaruh faktor *internal* berupa kebijakan redaksional tertentu, kepentingan pada pengelola atau pemilik media, relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu. Sementara faktor *eksternal* seperti tekanan pasar pembaca, adanya kekuatan-kekuatan luar lainnya. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese membenarkan hal tersebut bahwa pemberitaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengaruh individu-individu pekerja media, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional, pengaruh dari organisasi media, dan pengaruh ideologi (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Perbedaan kedua portal berita dalam mengkonstruksi berita tersebut menurut Ibnu Hamad, juga terkait dengan pihak-pihak tertentu seperti pihak aktor politik, para wartawan, pemilik modal, dan lain-lain. Kepentingan dari pihak-pihak ini memiliki tujuan yang sama yakni pembentukan opini publik (*public opinion*) melalui pemberitaan tersebut. Dari sisi aktor politik, berita mengenai dirinya diharapkan mempengaruhi sikap khayalak mengenai dirinya. Sementara dari sisi para wartawan isi berita dapat dipengaruhi faktor individu, pengalaman, karakter, pendidikan yang dimiliki wartawan tersebut (Hamad, 2004: 2).

Berita pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden seperti yang diberitakan kedua portal berita ini tujuan utamanya adalah untuk pembentukan opini publik mengenai dirinya. Dalam hal ini, portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* setidaknya melakukan tiga hal, yakni: (1) menggunakan simbol-simbol politik (*language of politic*) yang dalam pemberitaan Rhoma Irama dengan menampilkan partai politik yang mencalonkannya, (2) melaksanakan strategi pengemasan pesan

(*framing strategies*) yang ditunjukkan dengan pembingkai berita dari perspektif yang berbeda antara *sindonews.com* dan *detik.com*, dan (3) melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Dalam kajian ini, difokuskan pada poin nomor 2 strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) atau berita oleh kedua portal berita.

Dalam mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama, kedua portal berita *sindonews.com* menggunakan bahasa atau pilihan kata tertentu, dan gambar atau foto-foto. Penggunaan pilihan kata-kata dan foto-foto Rhoma Irama memperkuat konstruksi yang digunakan oleh kedua media ini. Hal itu dikuatkan oleh Ibnu Hamad bahwa dalam mengkonstruksi suatu berita, bahasa baik bahasa verbal (kata-kata tertulis maupun lisan) maupun bahasa non verbal (gambar, foto, gerak-gerik, grafik, angka, tabel) merupakan unsur utama. Bahasa verbal maupun non verbal merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Tidak ada berita tanpa bahasa Verbal dan non verbal). Hal tersebut dikuatkan pendapat Ludwig Wittgenstein yang mengatakan bahwa gambar atau foto pada pokoknya menyatakan menggambarkan realitas. Kata-kata dan struktur bahasa menentukan gambaran suatu realitas (Wittgenstein, dalam Hamad, 2004: 14).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, tampak bahwa portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* membingkai beritanya dari sudut pandang yang berbeda. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan kajian mengenai kedua portal berita ini khususnya dalam membingkai berita pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang dengan menggunakan analisis *framing*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui cara portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian karya-karya ilmiah, khususnya dalam memberikan sumbangan terhadap perkembangan studi Ilmu Komunikasi terutama mengenai analisis media portal berita dengan menggunakan analisis *framing*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi dalam memuat berita politik khususnya para tokoh yang mencalonkan diri sebagai pemimpin di portal berita seperti portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*. Selain itu, diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi wartawan untuk memuat berita yang lebih objektif.

E. KERANGKA TEORI

1. Konstruksi dalam Media

Konsep konstruksionisme diperkenalkan oleh Peter L. Berger bersama Thomas Luckman melalui karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas (Sobur, 2012: 91). Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis sering disebut paradigma produksi dan pertukaran makna.

Berger dalam penelitiannya menemukan tesis utama yakni manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus-menerus. Menurutnya, masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Sebaliknya, manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Teori konstruksi Peter L. Berger dan Thomas Luckman menyatakan bahwa "realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subyektif dan obyektif, realitas tidak dibentuk secara ilmu, juga tidak diturunkan oleh Tuhan. Sebaliknya, realitas itu dibentuk dan dikonstruksi manusia. Pemahaman ini menyiratkan bahwa realitas berpotensi berwajah ganda, plural (Berger dan Luckman, 1996: 12).

Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu. Misalnya, berita pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden

dapat dimaknakan atau ditafsirkan berbeda-beda oleh media. Konstruksi yang berbeda tersebut dilengkapi dengan pernyataan tertentu, sumber kebenaran tertentu, bahwa yang mereka katakan dan mereka percayai itu adalah benar adanya, dan punya dasar atau bukti yang kuat.

Berger dan Luckman memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik (Berger & Luckman dalam Sobur, 2012: 91).

Pada praktiknya, media massa memiliki kewenangan penuh dalam mengkonstruksi realitas maupun fenomena-fenomena sosial dalam masyarakat, sehingga akan lebih mudah pula dalam memberikan pengaruh terhadap pembentukan opini publik. Dalam ungkapan McQuail, “media massa merupakan filter yang menyaring sebagian pengalaman dan menyoroti pengalaman lainnya dan sekaligus kendala yang menghalangi kebenaran” (McQuail, 2003: 66). Dalam kegiatannya melaporkan peristiwa yang terjadi, pada dasarnya media menafsirkan dan merangkai kembali kepingan-kepingan fakta dari realitas yang begitu kompleks sehingga membentuk sebuah kisah yang bermakna dan dapat dipahami oleh khalayak.

Media juga memilih orang atau tokoh sebagai sumber berita berdasarkan kriterianya sendiri sehingga hasil pemberitaannya pun cenderung sepihak. Dengan demikian, media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga mendefinisikan peristiwa dan sumber berita. Lewat pemberitaan, media dapat membingkai peristiwa dengan bingkai tertentu. Peristiwa yang telah terbingkai inilah yang didengar dan dibaca khalayak. Khalayak tidak dapat melihatnya dari bingkainya sendiri.

Media merupakan arena pergulatan antara ideologi yang saling berkompetisi. Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang dimana berbagai ideologi dipresentasikan. Di satu sisi media bisa dijadikan sebagai sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan (Sobur, 2012: 30).

Penerapan gagasan Berger mengenai konstruksi realitas dalam konteks berita dapat dipahami bahwa sebuah teks berita tidak bisa kita samakan seperti sebuah *copy* dari realitas. Ia haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas karenanya, sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Wartawan bisa jadi mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita. Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Di sini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produksi interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut (Gans, 2004: 182).

Asumsi dari paradigma konstruksionis adalah melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Yang menjadi titik perhatian bukan bagaimana seseorang mengirimkan pesan, melainkan bagaimana masing-masing pihak dalam lalu lintas komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna (Denzin dan Lincoln, 1994: 24). Di sini diandaikan tidak ada pesan dalam arti yang statis yang saling dipertukarkan dan disebarkan. Pesan itu sendiri dibentuk secara bersama-sama antara pengirim dan penerima atau pihak yang berkomunikasi dan dihubungkan

dengan konteks sosial tempat mereka berada. Fokus dari pendekatan ini adalah bagaimana pesan politik dibuat/diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan itu secara aktif ditafsirkan oleh individu sebagai penerima.

Terdapat dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. *Pertama*, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas (Littlejohn, 2005: 180). Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan. *Kedua*, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator, dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas. Seorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuan sendiri (Bennet, 1998: 287).

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Gans mengemukakan bahwa realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Dalam pandangan konstruktif tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa

berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan yang berbeda (Gans, 2004: 187). Rakow mengemukakan bahwa fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal ambil, ada, dan menjadi bahan dari berita. Fakta/realitas pada dasarnya dikonstruksi. Manusia membentuk dunia mereka sendiri (Rakow, dalam Kelley, 2007: 5). Realitas bukanlah sesuatu yang terberi, seakan-akan ada, realitas sebaliknya diproduksi.

Dalam pandangan konstruksionis fakta itu ada dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Manusia yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan. Hal ini dapat dicontohkan dengan deklarasi Rhoma Irama untuk menjadi presiden. Setelah pendeklarasian tersebut kita membaca di surat kabar atau mendengar di televisi telah terjadi persaingan politik antara figur-figur calon pemimpin agamis dan non agamis. Lawan-lawan politik yang tidak suka dengan Rhoma Irama melakukan cara-cara kekerasan dengan menjelek-jelekan Rhoma Irama. Peristiwa pendeklarasian pencalonan itu dimaknai oleh media sebagai persaingan politik antara figur-figur calon pemimpin agamis dan non agamis. Pemaknaan semacam ini adalah konstruksi dari wartawan. Ia bukanlah suatu peristiwa yang seakan-akan memang seperti itu, sebaliknya wartawan yang secara aktif memproduksi dan mendefinisikan peristiwa tersebut sebagai persaingan politik antara figur-figur calon pemimpin agamis dan non agamis. Fakta ada dalam konsepsi pikiran seseorang. Kitalah yang secara aktif mendefinisikan dan memaknai peristiwa tersebut sebagai persaingan politik antara figur-figur calon pemimpin agamis dan non agamis. Konstruksi tersebut kemudian ditambah dengan mencari bukti-bukti, apa motifnya, dan dihubungkan dengan kegiatan Rhoma Irama sebagai seorang penyanyi dangdut sebelum mengumumkan pencalonan dirinya sebagai Capres.

Fakta dalam pandangan konstruksionis itu diproduksi dan ditampilkan secara simbolik sehingga realitas tergantung pada bagaimana ia dilihat dan bagaimana fakta tersebut dikonstruksi. Dengan kata lain, realitas atau fakta itu tergantung pada bagaimana ia dilihat. Pikiran dan konsepsi kitalah yang membentuk dan mengkreasikan fakta. Fakta yang sama bisa menghasilkan fakta yang berbeda-beda. Misalnya, pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden dengan mengatakan bahwa dirinya didukung oleh sejuta umat dan para ulama. Rhoma Irama mengatakan bahwa dia tidak mencalonkan diri tetapi karena atas desakan umatlah dirinya maju menjadi calon presiden. Pencalonan dirinya juga bertujuan untuk memperbaiki akhlak para pemimpin dan dalam masyarakat yang sudah sedemikian bobrok. Fakta ini bisa dimaknai sebagai upaya untuk mengejar kekuasaan diri sendiri dan bisa juga dimaknai sebagai upaya untuk menekan bangkitnya pemimpin yang memiliki latarbelakang etnis dan agama tertentu. Semua fakta tersebut bisa jadi benar-tergantung pada bagaimana ia dilihat dan didekati. Hal ini dimungkinkan karena manusia adalah makhluk yang aktif dalam mendefinisikan realitas. Fakta yang satu dengan yang fakta yang lain, yang tidak beraturan, dirangkai. Fakta tersebut juga dipahami sehingga mempunyai makna tertentu.

Terkait dengan fakta dan berita dilihat dari konstruksionis, media adalah agen konstruksi (Eriyanto, 2012: 25). Media bukanlah sekadar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihaknya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan semacam ini menolak argument yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber

berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrument yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Apa yang tersaji dalam berita, dan kita baca setiap hari adalah produk dari pembentukan realitas oleh media. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak.

Dalam pandangan konstruksionis, media memilih, realitas mana yang diambil dan mana yang tidak diambil. Media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa. Lewat bahasa yang dipakai, media dapat menyebut Rhoma Irama yang mencalonkan diri sebagai calon presiden yang ideal, tetapi juga bisa menyebut sebagai calon tidak layak. Lewat pemberitaan pula, media dapat membingkai peristiwa deklarasi pencalonan diri Rhoma Irama dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya menentukan bagaimana khalayak harus melihat dan memahami pencalonan tersebut dalam kaca mata tertentu (Bennet, 1998: 287).

Dilihat dari konstruktivis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang 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 (Schudson, dalam Berkowitz, 1997: 7). Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas. Realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda, karena ada cara melihat yang berbeda. Perbedaan antara realitas yang sesungguhnya dan berita tidak dianggap salah, tetapi sebagai suatu kewajaran.

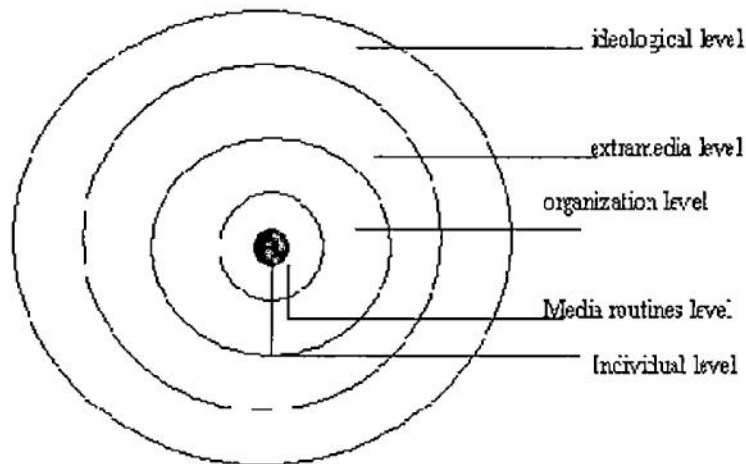
Pandangan konstruksionis mempunyai penilaian yang berbeda dalam menilai objektivitas jurnalistik. Hasil kerja jurnalistik tidak bisa dinilai dengan menggunakan

sebuah *standard* yang rigid. Hal itu dikarenakan berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya menghasilkan realitas yang berbeda pula. Apabila ada perbedaan antara berita dan realitas yang sebenarnya, maka tidak dianggap sebagai kesalahan, tetapi memang seperti itulah pemaknaan mereka atas realitas. Menurut pandangan konstruksionis, penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan dengan sumber lain, menempatkan wawancara seorang tokoh lebih benar dari tokoh lain, liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak lain, tidak berimbang dan secara nyata memihak satu kelompok, semuanya tidaklah dianggap sebagai kekeliruan atau bias, tetapi dianggap memang itulah praktik yang dijalankan oleh wartawan (Brewer dan Kimberly, 2010: 159). Konstruksi wartawan dalam memaknai realitas yang secara strategis menghasilkan laporan semacam itu. Praktik membuat liputan berita memihak satu pandangan, menempatkan pandangan satu lebih penting dibandingkan pandangan kelompok lain adalah suatu hal yang dibenarkan. Untuk bisa memahami kenapa praktik jurnalistik bisa semacam ini bukan dengan meneliti sumber bias melainkan mengarahkan pada bagaimana peristiwa dikonstruksi (Caregee dan Wim, 2004: 214).

Pandangan konstruksionis melihat bahwa wartawan adalah layaknya agen/aktor pembentuk realitas (Bennet, 2004: 287). Wartawan bukanlah pemulung yang mengambil fakta begitu saja. Karena dalam kenyataannya, tidak ada realitas yang bersifat eksternal dan objektif, yang berada di luar diri wartawan. Realitas bukanlah sesuatu yang berada di luar yang objektif, yang benar, yang seakan-akan ada sebelum diliput oleh wartawan. Sebaliknya, realitas itu dibentuk dan diproduksi tergantung pada bagaimana proses konstruksi berlangsung. Realitas itu, sebaliknya

berdasarkan proses seleksi yang panjang dan rumit serta dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor.

Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi proses produksi berita, yaitu: faktor individual, rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia, dan level ideologi seperti digambarkan berikut ini (Shoemaker, dan Reese, 1996: 29).



Gambar 1.3. Model Hirarki Faktor-faktor yang Mempengaruhi Isi Berita
 Sumber: Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, 1996

Faktor-faktor yang mempengaruhi konstruksi media yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese tersebut dijelaskan seperti berikut:

- a. Faktor individual, berhubungan dengan latar belakang profesional pengelola media, seperti latar belakang kehidupan wartawan, meliputi jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, dan kebudayaan.
- b. Rutinitas media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita yang meliputi bagaimana berita dibentuk, melalui proses apa serta melalui tangan siapa saja berita diproduksi sebelum sampai pada proses pencetakan. Segala

proses seleksi berita terjadi karena rutinitas kerja keredaksionalan yang dipandang sebagai suatu bentuk rutinitas organisasi media. Disini pula seorang redaktur memegang kendali pemberitaan, karena redaktur memiliki otoritas penuh untuk memutuskan peristiwa mana yang layak diangkat dalam sebuah berita dan mana yang tidak layak.

- c. Level organisasi atau sering disebut juga institusi media, berhubungan dengan struktur organisasi secara hipotetik yang turut mempengaruhi pemberitaan, institusi media meliputi wartawan, editor, layouter, fotografer, bagian pemasaran, pengiklan, dan pemodal.
- d. Level ekstramedia, berhubungan dengan lingkungan di luar media, antara lain:
 1. Sumber berita, dalam hal ini bukan dipandang sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi, namun memiliki kepentingan tersendiri serta memberlakukan politik media dalam informasinya. Hal tersebut turut mempengaruhi pemberitaan.
 2. Sumber penghasilan media
 3. Pihak *eksternal* media, meliputi pemerintah dan lingkungan bisnis.
- e. Level ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau sebagai referensi, acuan individu, golongan dan organisasi dalam menafsirkan realitas serta bagaimana mereka menyikapi realitas yang ada tersebut. Melalui level ideologi ini, media mempunyai kekuasaan dan hak untuk menentukan apa saja yang akan disajikan dalam pemberitaannya kepada khalayak. Saat itu, media akan menggunakan kekuasaannya untuk membentuk opini publik sesuai dengan keinginannya, sehingga redaksi dan jurnalis dikontrol dan didikte harus memberitakan apa saja sesuai dengan ideologi media (Shoemaker, dan Reese, 1996: 29).

Mengacu pada pendapat yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa dalam menyajikan sebuah berita dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan dan pengelola media itu sendiri, sehingga media dapat memutuskan berita mana yang layak untuk dimuat dan mana yang tidak layak untuk dimuat. Wartawan dan redaksi mempunyai peranan penting dalam penentuan pemberitaan, sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan dalam kebijakan pemberitaan suatu media massa.

Penyajian berita oleh media massa juga erat hubungannya dengan kepentingan ekonomi seperti pemilik modal, pemasaran dan pengiklan yang selalu mempertimbangkan sebuah peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan agar dapat menaikkan angka penjualan atau oplah media. Perlu diketahui bahwa pihak media massa memerlukan dukungan dana atau sponsor untuk kelanjutan pemberitaannya yang biasa disebut iklan. Pihak media membutuhkan penanam modal dan iklan atau pihak-pihak sumber dana untuk mendukung produksinya.

Sumber berita yang akan dimintakan keterangan oleh wartawan, bukanlah orang-orang yang netral melainkan memiliki suatu kepentingan tersendiri dengan pihak media massa tersebut, sehingga dalam keterangan di pemberitaannya pun akan cenderung subjektif dan tidak berimbang. Sedangkan sumber penghasilan media terletak pada produksi berita media massa itu sendiri. Bagaimana caranya berita atau informasi yang disajikan dapat menarik perhatian khalayak.

Pihak di luar media massa lebih banyak ditentukan oleh media itu sendiri, misalnya pada saat pemerintahan Orde Baru, Suharto berkuasa penuh mengendalikan pemberitaan-pemberitaan yang beredar di seluruh Indonesia. Hal ini dikarenakan pemerintah memegang peranan penting yakni sebagai pihak yang mengizinkan

penerbitan media massa sehingga mau tidak mau media harus mengikuti aturan main dari pemerintah yang berkuasa.

Berbeda dengan negara yang berasas demokratis seperti sekarang bahwa yang paling besar mempengaruhi pemberitaan ialah lingkungan bisnis. Pihak media massa harus selalu mengikuti perkembangan informasi yang tengah beredar di masyarakat dan menjadi pola kehidupan masyarakat saat ini.

Selain faktor-faktor yang mempengaruhi berita seperti yang dikemukakan Shoemaker dan Reese di atas, Eoin Devereux dalam bukunya "*Understanding The Media*," menyebutkan bahwa kepemilikan media turut memberikan implikasi bagian pemberitaan di media massa antara lain:

1. Adanya fakta bahwa para pemilik media massa menjadi konglomerat-konglomerat transaksional yang mempunyai wewenang mengontrol di bidang media dan nonmedia.
2. Terjadinya pergantian audience sebagai konsumen dari media, bukan sebagai warga Negara yang sudah seharusnya mendapatkan informasi dari media itu sendiri atas apa yang sedang terjadi di sekitarnya.
3. Timbulnya kekuasaan yang cenderung mendominasi di bidang ekonomi dan politik dalam kaitannya dengan kepemilikan media.
4. Adanya intervensi atau campur tangan dari pemilik modal dan pemilik media terhadap pemberitaan di media massa miliknya, khususnya pemberitaan mengenai dirinya atau media yang ia miliki.
5. Adanya deviasi atau penyimpangan dalam berita, sehingga para awak media tidak lagi begitu mempedulikan kode etik dalam produksi dan proses peliputan berita.
6. Adanya ideologi yang dominan dalam media massa, sehingga mempengaruhi produksi berita (Devereux, 2003: 54).

Implikasi-implikasi di atas dapat dilihat dengan realita yang selalu kita temui dalam pemberitaan di berbagai media massa. Pemberitaan-pemberitaan yang tidak seimbang sehingga terdapat pihak-pihak yang merasa diri dirugikan atas pemberitaan di media massa tersebut.

3. Realitas dan *Framing*

Dalam pandangan konstruksionis, tidak ada realitas dalam arti riil yang seolah-olah ajeg, sebelum peneliti mendekatinya. Hal yang ada sesungguhnya konstruksi atas suatu realitas. Egon G. Guba mengemukakan bahwa realitas sosial tergantung pada bagaimana seseorang memahami dunia, bagaimana seseorang menafsirkannya. Penafsiran dan pemahaman itulah yang kemudian disebut sebagai realitas. Peristiwa dan realitas yang sama bisa jadi menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda-beda dari orang yang berbeda. Definisi orang atas realitas tersebut yang menunjukkan bagaimana realitas dipahami atau bagaimana seseorang menafsirkan dunia (Guba, 1990: 127).

Penelitian dalam aliran konstruksionis bertugas menemukan bagaimana media membingkai atau mengkonstruksi peristiwa dengan cara tertentu. Tujuan dari penelitian konstruksionis seperti dikemukakan Lawrence Newman adalah untuk mempelajari bagaimana individu hidup dalam lingkungan sosial, atau bagaimana seseorang memahami realitas. Untuk dapat mengerti bagaimana seseorang memahami realitas, bagaimana ia hidup dalam pengalaman keseharian, peneliti bukan hanya perlu menafsirkan tindakan sosial tersebut, melainkan juga *sharing* dan masuk ke dalam dunia kehidupan sosial yang diteliti.

Dalam penelitian teks berita berlaku hal yang sama. Tujuan dari analisis isi dari paradigma konstruksionis adalah untuk melihat dan mengetahui bagaimana media mengkonstruksi realitas. Peneliti masuk, *sharing*, dan mencoba berempati dengan media yang diteliti: bagaimana media tersebut mengkonstruksi realitas. Dalam analisis konstruksionis, peneliti mencoba memahami dan berempati bagaimana media memberitakan dengan cara tertentu. Penelitian berhasil kalau

peneliti mampu meresap dalam alam pikiran media tersebut, untuk kemudian memberikan penafsiran dan pemaknaan, apa sebenarnya yang ingin dikatakan oleh media tersebut.

Realitas dalam pandangan konstruksionis tersebut dapat dihadirkan salah satunya melalui *framing*. *Framing* menentukan bagaimana realitas itu hadir di hadapan pembaca. Apa yang kita tahu tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa itu yang memberikan pemahaman dan pemaknaan tertentu atas suatu peristiwa (Gorp, 2010: 84). *Framing* dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila wartawan memiliki *frame* yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dan menuliskan pandangannya dalam berita. Apa yang dilaporkan oleh media seringkali merupakan hasil dari pandangan wartawan ketika melihat dan meliput peristiwa (Gorp, 2010: 84). Analisis *framing* yang sama dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang secara radikal berbeda.

Tabel 1.1. *Framing* dan Realitas

Pemberitaan peristiwa tertentu	Kenapa peristiwa itu diberitakan? Kenapa peristiwa lain tidak diberitakan? Kenapa peristiwa yang sama di tempat/pihak yang berbeda tidak diberitakan?
Pendefinisian realitas tertentu	Kenapa realitas didefinisikan seperti itu?
Penyajian sisi tertentu	Kenapa sisi tertentu yang ditonjolkan? Kenapa bukan sisi yang lain?
Pemilihan fakta tertentu	Kenapa fakta itu yang ditonjolkan? Kenapa bukan fakta yang lain?
Pemilihan narasumber tertentu	Kenapa narasumber itu yang diwawancarai? Kenapa bukan yang lain?

Sumber: Eriyanto, 2012: 97-98

4. Konsep *Framing*

Ide tentang *framing*, pertama kali dimunculkan oleh Baterson (1995). *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisasikan pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep serupa juga diberikan oleh Goffman (1974) yang mengandalkan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2012: 161).

Analisis *framing* dalam perspektif komunikasi, digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media massa pada saat mengkonstruksi realitas. Analisis tersebut mencermati bagaimana cara melakukan seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta yang disajikan dalam bentuk berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat khalayak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *framing* merupakan cara pandang wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita (Gandy dan Li, 2005: 5).

Cara pandang atau perspektif tersebut akan menentukan fakta apa yang akan diambil untuk dijadikan dalam sebuah berita, bagian mana yang akan ditonjolkan dan yang dihilangkan serta akan dibawa ke arah mana berita tersebut (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999: 21). Secara terminologi terdapat beberapa definisi yang dikemukakan para ahli ilmu komunikasi seperti pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Definisi *Framing*

Menurut Robert N. Entman	<i>Framing</i> merupakan proses seleksi dari aspek-aspek realitas, sehingga bagian tertentu dari realitas tersebut ditonjolkan dan ada yang dihilangkan atau aspek tertentu yang lebih menonjol dibandingkan aspek yang lain. Ia juga menempatkan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi yang lebih besar dari pada sisi yang lainnya
Menurut William A. Gamson dan Andre Modigliani	<i>Framing</i> adalah suatu cara bercerita atau kumpulan dari gugusan ide-ide yang telah terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna yang berasal dari peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana tertentu. Cara wartawan bercerita tersebut terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu merupakan semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan oleh individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima
Menurut Todd Gitlin	<i>Framing</i> adalah strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas
Menurut David E. Snow dan Robert Sanford	<i>Framing</i> adalah pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. <i>Frame</i> mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat.
Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	<i>Framing</i> adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Sumber: Eriyanto, 2012: 77-79

Framing telah membuka wacana studi komunikasi yang multidisipliner dalam pembacaan tentang media. *Framing* melibatkan latar belakang sosiologis, politik dan budaya media dalam mendapatkan analisis yang komprehensif dari sebuah persoalan yang diungkapkan dengan dalam berita, sehingga dalam analisis *framing* fenomena

media dapat dijelaskan beserta konteks sosiologis, politik dan budaya yang melingkupinya (Eriyanto, 2012: 298). Dengan demikian pembacaan atas fenomena media yang mengangkat persoalan yang sama bisa akan sangat berbeda sesuai latar belakangnya.

Framing didefinisikan sebagai proses "membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Pan dan Kosicki mengemukakan terdapat dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. *Pertama*, konsepsi psikologis. *Framing* dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Dalam hal ini *framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. *Framing* disini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi dari suatu isu/peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat suatu keputusan tentang realitas (Scheufele, 1999: 106).

Kedua, konsepsi sosiologis. Konsepsi sosiologis ini berbeda dari konsepsi psikologis yang lebih melihat pada proses internal seseorang, bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu. Sementara konsepsi sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Scheufele, 1999: 106). *Frame* dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. *Frame* berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.

Hal senada dikemukakan Maria-Agnes Pilon & Natalie Michlewicz bahwa dalam pandangan Pan dan Kosicki terdapat dua konsepsi dari *framing* yang saling terkait seperti dikemukakan berikut:

Sociological Conception. We actively classify, organize and interpret our life experiences to make sense of them

A Psychological Conception. Framing is a certain „placement“ of information so that certain elements of an issue get a greater allocation of an individuals“ cognitive resources.

Integration and distinctions. News media frames are a cognitive device used in information encoding, interpreting and retrieving (Pilon & Michlewicz, 2007: 167).

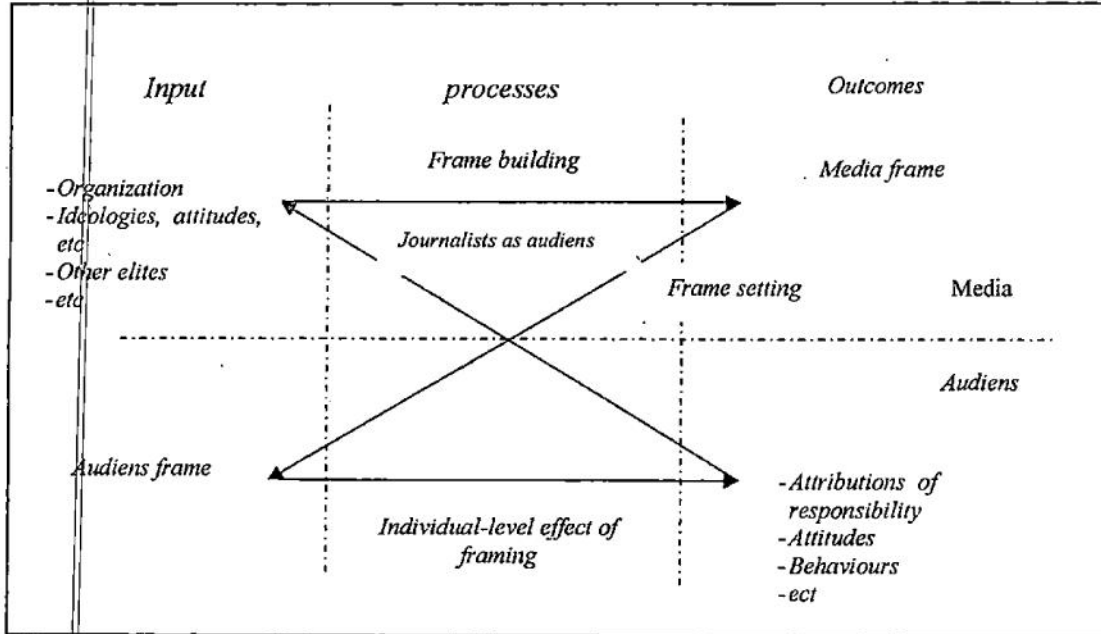
Kutipan tersebut menjelaskan bahwa konsepsi sosiologis, berkaitan dengan hal dimana kita aktif mengklasifikasikan, mengatur dan menafsirkan pengalaman hidup kita untuk memahami mereka. Sementara konsepsi psikologis, *framing* adalah "penempatan" informasi tertentu, sehingga unsur-unsur tertentu dari masalah mendapatkan alokasi yang lebih besar dari sumber-sumber pengetahuan individu. Integrasi dan perbedaan. Berita Media *frame* adalah perangkat kognitif yang digunakan dalam pengkodean informasi, penerimaan, dan penafsiran.

Dalam pandangan Pan dan Kosicki tampak ada dua konsepsi yang berlainan mengenai *framing*. Di satu sisi, *framing* dipahami sebagai struktur internal dalam alam pikiran seseorang, di sisi lain *framing* dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana sosial/politik. Pan dan Kosicki membuat suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama konsepsi psikologis yang melihat *frame* semata sebagai persoalan internal pikiran dengan konsepsi sosiologis yang lebih tertarik melihat *frame* dari sisi bagaimana lingkungan sosial dikonstruksi seseorang.

Dua konsepsi ini digabung dalam sebuah model seperti dikemukakan Pan dan Kosicki dapat dilihat dari bagaimana suatu berita diproduksi dan peristiwa

dikonstruksi oleh wartawan. Setiap pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas, dengan penafsiran sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan menonjol. Hal ini memperlihatkan bahwa wartawan bukanlah agen tunggal dalam menafsirkan peristiwa. Dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan konsepsi yang ada dalam pikiran semata. Proses konstruksi itu melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan. Sebagai bagian dari lingkungan sosial, wartawan akan menerima nilai-nilai, kepercayaan yang ada dalam masyarakat (Coleman, 2010: 233). Ketika menulis dan mengkonstruksi berita, wartawan bukanlah berhadapan dengan publik yang kosong. Ketika peristiwa ditulis, dan kata mulai disusun, khalayak menjadi pertimbangan dari wartawan. Dalam hal ini wartawan tidak menulis untuk dirinya sendiri melainkan untuk dinikmati dan dipahami oleh pembaca. Selain itu, proses konstruksi juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar professional dari wartawan (Coleman, 2010: 233).

Dietram A. Scheufele menjelaskan model proses *framing* tersebut dengan mengaitkannya dengan tiga hal, yakni: *input*, *processes* dan *outcomes*. Hal itu seperti dijelaskan pada Gambar 1, mengkonseptualisasikan *framing* sebagai suatu kesinambungan yang diawali dengan adanya *input*, kemudian diproses, dan kemudian diperoleh hasil (Scheufele, 1999: 115). Gambar tersebut menjelaskan empat proses: *building frame*; bingkai pengaturan, tingkat individu terhadap efek *framing*, dan hubungan antara *frame* individu dan *frame* media (yaitu, wartawan dan elit dalam proses *framing*).



Gambar 1.4. Mode Proses Penelitian *Framing*

Sumber: Dietram A. Scheufele, 1999: 115

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa proses penelitian *framing* pada umumnya dilakukan dengan mengikuti tiga tahapan, yakni adanya input seperti organisasi, ideologi, elit-elit, kemudian dilakukan proses yang meliputi empat proses yakni *building frame*; bingkai pengaturan, tingkat individu terhadap efek *framing*, dan hubungan antara *frame* individu dan *frame* media. Hal terakhir adalah *outcomes* yang menyajikan media kepada audiens yang kemudian oleh audiens dikonstruksikan sesuai dengan penafsiran sendiri.

F. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing* dan menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut paradigma konstruktivis, realitas

sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang yang biasa dilakukan oleh kaum klasik dan positivis. Paradigma konstruktivis menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna ataupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Karenanya, dalam penelitian analisis *framing* ini bertujuan untuk menemukan bagaimana sebuah peristiwa atau realitas dikonstruksi oleh media massa *online* dan melalui cara apa konstruksi tersebut dibentuk. Proses pembentukan dan konstruksi dari realitas ini, akan menghasilkan adanya bagian tertentu yang menonjol dan mudah dikenali serta bagian lain yang dihilangkan.

Penelitian mengenai analisis *framing* tersebut kerap digunakan untuk melihat dan mengetahui konteks sosial budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideologi (Mulyana, 2002: 117). Kevin M. Carragee dan Wim Roefs mengemukakan bahwa sejumlah penelitian *framing* yang pernah dilakukan sebelumnya memiliki kecenderungan menggunakan analisis *framing* yang menghubungkan antara *frame* media dengan isu-isu politik dan kekuatan sosial (Carragee dan Roefs, 2004: 214). Mengacu pada pendapat tersebut, maka pisau analisis *framing* dalam penelitian ini tepat digunakan untuk menemukan kondisi dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perbedaan berita dan makna yang terdapat dalam berita politik dalam hal ini pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan umum tahun 2014 mendatang dalam portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*.

Kemudian, melalui analisis *framing* ini pula dapat mengetahui bagaimana proses kebijakan yang terjadi di dalam ruang redaksi. Proses pemilihan atau seleksi

isu yang disajikan dalam sebuah berita dapat pula menjadi cerminan untuk melihat bagaimana sebenarnya setiap portal berita memandang pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan umum tahun 2014 dalam pembentukan pemberitaan tersebut. Di dalam penelitian ini, akan dipaparkan bahwa teks berupa berita yang dimuat dalam portal berita merupakan produk dari sebuah institusi media. Artinya, berita tersebut tidak dapat dikatakan sebagai *copy* atas realitas.

Dietram A. Scheufele mengemukakan bahwa berita bukanlah representasi dari realitas, jadi berita yang kita baca dalam portal berita pada dasarnya merupakan hasil dari konstruksi kerja jurnalistik (Scheufele, 1999: 104). Seluruh proses konstruksi, mulai dari memilih fakta, narasumber, pemakaian kata, gambar, grafik hingga penyuntingan turut memberikan andil bagaimana realitas tersebut dihadirkan dalam bentuk berita di media massa seperti portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita di portal berita tentang pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014. Adapun berita yang dipakai adalah berita yang ada di portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* sejak munculnya pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden yakni sejak Agustus tahun 2012 – Februari 2013 (batas mulai penulisan skripsi) masing-masing sebanyak 10 berita.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik tersebut merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang ada dan catatan yang dimiliki

oleh unit analisis, sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian tersebut serta untuk memperoleh dan melengkapi data yang diperlukan.

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data oleh penyelidik dengan tujuan khusus (Jensen, Bruhn, dan Janskowski, 2002: 28). Data yang diambil sebagai data primer oleh peneliti yakni, berupa berita-berita mengenai pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilu tahun 2014 mendatang yang dimuat pada portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* pada bulan Desember 2012 dengan jumlah berita secara keseluruhan sebanyak 20 berita, yakni masing-masing 10 berita untuk portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya berbentuk data-data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah berupa buku-buku, referensi penelitian, internet, program acara yang ada di televisi yang mendukung penelitian, seperti program berita yang dimiliki setiap stasiun televisi dan program-program lainnya (Jensen, Bruhn, dan Janskowski, 2002: 28).

4. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* dengan metode model Pan dan Kosicki. Alasan pemilihan model Pan dan Kosicki dalam penelitian ini didasarkan pada perbandingan di antara model-model *framing* lainnya. Model Entman dan Edelman, tidak merinci secara detail elemen retorik. Meskipun

dalam tingkatan analisisnya mereka menunjukkan bagaimana kata, kalimat atau gambar dapat dianalisis sebagai bagian integral memahami *frame*, tetapi mereka tidak mengajukan gambaran detail mengenai elemen retorik tersebut. Model mereka terutama bergerak pada level bagaimana peristiwa dipahami dan bagaimana pemilihan fakta yang dilakukan oleh media. Model Gamson yang banyak ditekankan adalah penandaan dalam bentuk simbolik baik lewat kiasan maupun retorika yang secara tidak langsung mengarahkan perhatian khalayak (Sobur, 2012: 14).

Model Pan dan Kosicki, disertakan dalam unit analisis mereka apa saja elemen retorik yang perlu diperhatikan untuk menunjukkan perangkat *framing*. Model Pan dan Kosicki banyak diadaptasi pendekatan linguistik dengan memasukkan elemen seperti pemakaian kata, menulis struktur dan bentuk kalimat yang mengarahkan bagaimana peristiwa dibingkai media (Eriyanto, 2012: 293). Hal ini memperlihatkan bahwa model *framing* Pan dan Kosicki merupakan model *framing* yang menyajikan alat yang lebih detail dalam menganalisis suatu berita. Selain itu, bingkai ada dalam pikiran pembaca. Sehubungan dengan itu, dalam penelitian ini merupakan model *framing* yang paling cocok digunakan untuk menganalisis pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres tahun 2014 mendatang.

Adapun analisis *framing* model Pan dan Kosicki terdiri dari empat struktur seperti dikemukakan berikut:

- (a) *Syntactic structures*, or patterns in the arrangements of words or phrases;
- (b) *Script structures*, referring to the general newsworthiness of an event as well as the intention to communicate news and events to the audience that transcends their limited sensory experiences;
- (c) *Thematic structures*, reflecting the tendency of journalists to impose a causal theme on their news stories, either in the form of explicit causal statements or by linking observations to the direct quote of a source; and

(d) *Rhetorical structures, referring to the "the stylistic choices made by journalists in relation to their intended effects" (Pan dan Kosicki, 1993: 61).*

Keempat struktur dalam analisis *framing* model Pan dan Kosicki tersebut secara lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3. Tabel Kerangka *Framing* Pan dan Kosicki

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
Sintaksis	1. Skema berita	<i>Headline, lead, latar kutipan, sumber pernyataan, penutup</i>
Skrip	2. Kelengkapan berita	Apa, siapa, kapan, dimana, mengapa, dan bagaimana (5W+1H)
Tematik	Detail Maksud Nominalisasi Koherensi Bentuk kalimat Kata ganti	Paragraf, proposisi kalimat, hubungan antar kalimat
Retoris	Leksikon Grafis Metafora Pengandaian	Kata, idiom, gambar atau foto, grafik

Sumber: Sobur, 2012: 176

a. Struktur Sintaksis

Dalam khasanah gramatikal, struktur sintaksis diartikan sebagai pola-pola penyusunan kata atau frase ke dalam kalimat. Berkaitan dengan wacana pemberitaan, Pan dan Kosicki mengartikannya sebagai pola penempatan unsur berita dalam bagan berita yang secara hirarkis tersusun oleh *headline, lead, episode, background* (latar) dan *closure* (penutup). Dalam pemikiran yang sama, distribusi penempatan berita dalam halaman pers cetak juga termasuk dalam kategori ini. Struktur ini berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun opini, kutipan dan pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum

berita. Struktur sintaksis ditempatkan sebagai pola penonjolan berita atau aspek-aspek yang dianggap penting dari sebuah wacana berita dengan landasan pemikiran bahwa semakin penting suatu aspek atau berita akan semakin ditonjolkan dalam struktur penempatannya, dengan harapan akan mendapatkan alokasi perhatian dalam proses kognisi khalayaknya. Inti dari struktur ini adalah mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa-peristiwa yang dilihat dari cara menyusun fakta menjadi berita (Sobur, 2012: 176).

b. Struktur Skrip

Berhubungan dengan pola pengorganisasian sebuah peristiwa atau tindakan yang dalam konteks wacana pemberitaan, ini tidak dapat dijelaskan dari fungsi sosialnya sebagai *story telling*, yaitu bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan ke dalam bentuk berita. Fungsi sosial ini menyangkut *newsworthiness* yang erat kaitannya dengan kaidah jurnalistik, misalnya menyangkut imparialitas dan objektivitas pemberitaan. Pola skriptural ini terlihat dari unsur kelengkapan berita yang sejalan dengan kaidah jurnalistik yaitu bentuk 5W+1H (*what, who, where, when, why, dan how*) yang menjadi penanda *framing* yang penting (Eriyanto, 2012: 299).

c. Struktur Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam preposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan, yaitu elemen-elemen ide yang terdiri dari *basic unit* sebagai elemen ide utama yang terlihat dalam bentuk kalimat utama dan elemen-elemen ide pendukung yang tertuang dalam bentuk contoh, kutipan, *background information*. Hubungan keduanya dapat berpola

hubungan kausal dan *logico-empirical*. Hubungan antara *basic unit* dengan elemen ide pendukungnya ini oleh Pan dan Kosicki disebut sebagai *hypothesis-testing feature*. Pola hubungan di atas dicontohkan keduanya dalam pola kalimat yang menggunakan frase sebab, karena, karena itu dan sebagainya (Eriyanto, 2012: 301).

d. Struktur Retoris

Struktur ini merupakan pilihan gaya pelantunan yang digunakan oleh awak media dalam menyampaikan informasinya kepada khalayak. Pemakaian struktur retorik oleh wartawan terlihat dari pemakaian idiom, grafik maupun gambar yang dipakai untuk lebih menekankan arti tertentu kepada khalayak. Dengan kecenderungan sifatnya yang dapat *scientific* (keilmuan), primordialistik maupun legistik berkaitan erat dengan kecenderungannya untuk memperkuat klaim faktualisasi dari pemberitaan yang disampaikan (Eriyanto, 2012: 302).

Analisis *framing* model Pan dan Kosicki ini dapat dicontohkan dengan pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada portal berita *sindonews.com* seperti berikut.

Tabel 1.4. Contoh Penerapan Analisis *Framing* Pan dan Kosicki dalam Penelitian

SINTAKSIS	STRATEGI PENULISAN
judul	PKB tak serius usung Rhoma Anti Pluralisme, Rhoma Irama bakal ditolak internal PKB Amien: Rhoma Irama belum layak nyapres
Kutipan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wakil Sekjen Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Daniel Johan, siap menjegal si raja dangdut Rhoma Irama yang dicapreskan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Pasalnya, Bang Haji, sapaan akrabnya, dinilai bukan sosok yang pluralis. Padahal PKB adalah partai yang mempelopori penghapusan UU yang bersifat rasis dan diskriminasi 2. "Dia itu seniman dan budayawan, dia piawai di lagu, tapi kalau jadi presiden saya minta Rhoma berpikir ulang," kata Amien.
Pernyataan/ Latar Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Amin mengatakan memimpin negara tak bisa disamakan dengan pekerjaan sebagai seorang seniman seperti yang selama ini diketahui publik tentang Rhoma. Hal ini lantaran menjadi presiden harus memiliki kapasitas dan sejumlah kriteria. Amien menyebut kriteria yang harus dipenuhi yakni memahami hukum ekonomi global, didukung kekuatan TNI dan yang pasti harus memiliki jam terbang politik. Ia menilai Rhoma belum memenuhi kapasitas dan semua kriteria itu. "Yang mau maju harus refleksi diri. Apakah dari pemahaman dan penguasaan kenegaraan cukup, penerimaan bangsa cukup, diterima Hankam, dunia global menerima atau tidak. Itu harus dipenuhi," kata dia.
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Modal memimpin 240 juta warga Indonesia harus komplit. Tidak boleh setiap orang yang ingin jadi presiden lantas maju. Bukan karena banyak kawan lantas bagus," tukas Amien. 2. Saya pribadi misalnya adalah pecinta berat Rhoma Irama (hampir sama lagunya aku kenal), tapi jelas tak tertarik melihatnya sebagai calon presiden," pungkasnya
SKRIP	Who? Rhoma Irama How? – What? Pencalonan Rhoma irama menjadi capres 2014 When? Tahun 2012-2013 Where? Indonesia Why? <ol style="list-style-type: none"> 1. Ambisi Rhoma untuk nyapres (hal ini dikuatkan dari pernyataan Effendi Ghazali yang menyatakan jangan ngomong dicalonkan, karena memang berambisi juga) 2. juga ada pernyataan Ibrahemsjah "Harusnya dia realistis pragmatis, jangan hanya kepingin maju saja. Tapi basis mana yang mendukung dia,"
TEMATIK Paragraph	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantan Ketua MPR RI Amien Rais meminta Raja Dangdut Rhoma Irama berpikir ulang terkait rencana untuk mencalonkan diri sebagai presiden pada Pemilu Presiden 2014 mendatang. Rhoma dinilai belum memenuhi kriteria sebagai Presiden. (paragraph)
Proposisi	<ol style="list-style-type: none"> 2. "Dia itu seniman dan budayawan, dia piawai di lagu, tapi kalau jadi presiden saya minta Rhoma berpikir ulang," kata Amien.

Tabel 1.4. lanjutan

SINTAKSIS	STRATEGI PENULISAN
Proposisi	3. "Dia itu seniman dan budayawan, dia piawai di lagu, tapi kalau jadi presiden saya minta Rhoma berpikir ulang," kata Amien.
Hubungan antar kalimat	4. Bahwa publik suka tokoh alternatif, itu benar. Tapi komunikasi politik kan perlu kejelasan partai, dan ya boleh saja (pencapresan Rhoma) sebagai <i>testing the water</i> . Tapi kalimatnya jangan karena didesak," ucap Effendy Ghazali
RETORIS	1. Seniman dan budayawan, dia piawai di lagu 2. Ceramah Rhoma yang bersifat SARA, dengan kata "kotak-kotakkan" dan bernada "menghasut.
	

Tabel 1.5. Perbandingan *Framing Sindonews.com* dan *Detikcom*

ELEMEN	SINDONEWS.COM	DETIK.COM
Frame	Kontra pencalonan presiden Rhoma Irama dalam pilpres 2014 mendatang	Pro pencalonan presiden Rhoma Irama dalam pilpres 2014 mendatang
SINTAKSIS	<p>1. 100% dari judul yang dibuat mengunderestimatekan/menyudutkan Rhoma, bahwa dia tidak mampu/tidak cocok maju sebagai capres</p> <p>2. Popularitas Rhoma, sama sekali tidak ada pengaruhnya dalam pencalonannya menjadi capres, artis adalah pekerja seni, namun dibanding pelawak Sule yang notabene seniman, popularitas Rhoma masih kalah.</p>	<p>1. 80% dari judul yang dibuat bernada mendukung Rhoma/memberi kesempatan Rhoma untuk bisa maju jadi capres di pilpres 2014 mendatang</p> <p>2. Popularitas Rhoma punya pengaruh dalam pencalonannya sebagai capres, karena dibanding Abu Rizal Bakri atau Jusuf Kalla, Rhoma lebih unggul/lebih terkenal daripada mereka yang notabene lebih senior di kancah dunia politik</p>

Tabel 1.5. lanjutan

ELEMEN	<i>SINDONEWS.COM</i>	<i>DETIK.COM</i>
SKRIP	Dari sisi pencalonan, terdapat penekanan bahwa Rhoma adalah berambisi untuk menduduki kursi kepemimpinan sebagai presiden, sehingga dia dianggap mencalonkan diri, bukan dicalonkan	Dari sisi pencalonan, Rhoma irama adalah seseorang yang dicalonkan oleh para ulama dan para habaib se indonesia, dan sama sekali tidak berambisi untuk menduduki kursi kekuasaan sebagai presiden. Alasan dia menerima pencalonan ini, karena adanya rasa prihatin terhadap kemerosotan moral dan agama bangsa indonesia.
TEMATIK	Poligami adalah perilaku menyimpang Rhoma yang memiliki kecenderungan seks tinggi, dan dia juga menelantarkan para istrinya salah satunya adalah mantan istrinya Angel Lelga	Poligami dianggap sah karena dalam memimpin negara yang penting adalah memiliki jiwa kepemimpinan yang baik, lalu poligami juga bukan perbuatan yang dilarang agama karena sah, lalu dalam kepemimpinannya presiden Soekarno adalah salah satu presiden RI yang paling sukses dalam kepemimpinannya dan beliau juga melakukan poligami.
RETORIS	Mantan suami Angel Lelga, Angel Lelga adalah artis yang pernah heboh di ekspos media karena mengaku diterlantarkan oleh Rhoma, pelaku poligami yang tidak mampu bertanggung jawab terhadap istri-istrinya, dan telah merendahkan harkat dan martabat wanita, juga termasuk menodai kesakralan dari pernikahan itu sendiri.	Suami Richa Rahim, Richa Rahim adalah seorang penyanyi dangdut, dan menjadi istri kedua Rhoma yang sampai sekarang masih setia mendampingi Rhoma walaupun mereka tidak di karunia anak dari rahimnya