

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian mengenai analisis *framing* yang dilakukan oleh media massa khususnya surat kabar. Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu mengenai analisis *framing*.

Hal tersebut penting dilakukan untuk mengetahui model dan teori yang peneliti terdahulu lakukan sehingga menjadi referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Pada hakikatnya penelitian terdahulu merupakan suatu referensi yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian terdahulu yang menjadikan sebagai bahan acuan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini	Kritik
1.	Anshar Mohamad Ramdhan, UNIKOM 2015 Pembingkaiian Berita 100 Hari Kerja Jokowi dan Jusuf Kalla (Analisis Framing Robert N. Entman di	<ul style="list-style-type: none">Pada berita yang dianalisis oleh Anshar Mohamad Ramdhan mengenai pembingkaiian berita 100 hari kerja Jokowi dan Jusuf Kalla sedangkan peneliti	Media yang digunakan untuk dianalisis antara Pikiran Rakyat dan Inilah Koran tidak seimbang. Terlihat bahwa Pikiran Rakyat adalah

	Harian Surat Kabar Pikiran Rakyat dan Inilah Koran Edisi Januari-Februari)	<p>pembingkaian aksi kartu kuning ketua BEM UI</p> <ul style="list-style-type: none"> Objek penelitian yang digunakan Ansar Mohamad Ramdan adalah surat kabar Pikiran Rakyat dan Inilah Koran sedangkan peneliti menggunakan surat Kabar Wartakota 	<p>pionir surat kabar Nasional khususnya di Jawa Barat sedangkan Inilah Koran dianggap sebagai surat kabar yang masuk kategori baru di Jawa Barat.</p>
2.	Noor Hafidz Priatna, UNPAD 2016 Pemberitaan Isu LGBT dalam Media Massa Daring (Analisis Pembangkaian Robert N. Entman Mengenai Pemberitaan Pro-Kontra Isu LGBT pada Kanal Health Media Daring Kompas.com Edisi 26 Januari-April 2016)	<ul style="list-style-type: none"> Pada berita yang dianalisis oleh Noor Hafidz Priatna mengenai pemberitaan isu LGBT sedangkan peneliti mengenai pembangkaian berita aksi kartu kuning ketua BEM UI Objek penelitian yang digunakan Noor Hafidz Priatna adalah media masaa daring Kompas.com sedangkan peneliti adalah surat kabar Wartakota 	<p>Pada kesimpulan tidak menampilkan kontra dari Kanal Helath Media pada Daring Kompas.com sehingga media terkesan pro terhadap eksistensi LGBT.</p>
3.	Novina B. Bestari, UNPAD 2016 Pemberitan Kontroversi Proyek Pembangunan Pembangkit Listrik 35 Megawatt dalam Kompas.com	<ul style="list-style-type: none"> Pada berita yang dianalisis oleh Novina B. Bestari mengenai kontroversi proyek pembangunan pembangkit listrik 35 Megawatt dalam Kompas.com Objek penelitian yang digunakan oleh Novina B. Bestari adalah media massa daring Kompas.com 	<p>Saran yang diberikan tidak terdapat solusi dan terkesan memihak kepada media massa daring Kompas.com yang akhirnya menyudutkan satu pihak.</p>

		sedangkan peneliti adalah Wartakota	
--	--	--	--

Sumber: Peneliti, 2018

2.1.2 Tinjauan Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) untuk membahas tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy (1993) mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar, radio, film dan televisi.

Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak. Akibatnya terciptalah *global village* dimana setiap kejadian yang terjadi di suatu negara dalam beberapa saat bisa diketahui oleh masyarakat di dunia.

Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua item, yakni: *Pertama*, Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio

dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film. (Effendy, 1986: 26)

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bitnner dalam Rakhmat yang mengatakan “*Mass communication is messages communicated though a mass medium to a large of people*”.

(Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah salah satu bentuk penyampaian pesan dengan menggunakan media. Komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa melalui siap dan golongan mana pesan tersebut diterima dan ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media.

2.1.3 Tinjauan Media Massa

2.1.3.1 Peran Media Massa

Menurut Burhan Bungin dalam buku *Sosiologi Komunikasi* (2008: 85), Media massa memiliki paradigma sebagai pelopor perubahan atau *agent of change*. Untuk menjalankannya, media massa memiliki peranan sebagai tempat untuk mengedukasi, sarana informasi, dan juga hiburan. Secara spesifiknya, media massa berperan dalam persoalan yang terjadi di masyarakat secara aktual, yaitu:

1. memberikan sesuatu harus spesifik dan berimbang. Agar peran edukasi dan informasi bisa dijalankan.

2. Saat memberitakan tentang sebuah realitas yang terjadi di masyarakat, harus diberitakan fokus hanya pada realitas yang ada di masyarakat tidak tercampur dengan kekuasaan yang ada di masyarakat.
3. Media harus mampu memilih kepentingan sebagai lembaga produksi untuk memenuhi peranan sebagai sarana pendidikan.
4. Media harus menjadi *early warning system* apapun yang terjadi di lingkungan sekitar khalayaknya. Bukan hanya tentang bahaya lingkungan namun juga sebagai sistem atas ancaman lingkungan tersebut.
5. Media massa harus bisa menyoroti alasan sebuah peristiwa terjadi, bukan hanya meberitakan saat peristiwa itu terjadi saja tetapi harus bisa melihat dari sisi yang lain.

2.1.3.2 Media Cetak

Hamundu (1999), media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dalam dapat ditemui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram diperlihatkan poster.

Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur memasukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat

diseleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi.

2.1.4 *The Premis of Media Effect*

Berbagai penelitian komunikasi massa biasanya dalam konteks politik selama ini menghasilkan empat premis tentang pengaruh media. Keempat premis dimaksud terangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2.2

Empat Premis Pengaruh Media

	Premis	Asumsi	Metodologi	Jenis Media
Fase I (1920-PD II)	<i>All- powerfull media</i>	Media berpengaruh kuat secara langsung	Kualitatif (Observasi)	Cetak, radio, film
Fase II (1969-1970)	<i>Powerfull media put to the test</i>	Media hanya memiliki pengaruh kecil/terbatas dan berfungsi sebagai perantara atau <i>reinforce</i> apa yang sudah ada.	Survey kuantitatif	Cetak, radio, film
Fase III	<i>Powerfull media rediscovered</i>	Media masih memiliki kekuatan pengaruh yang kuat	Survey kuantitatif (longitudinal)	Televisi
Fase IV	<i>Negotiated</i>	Media berpengaruh	Kualitatif	Televisi

(1970 an -)	<i>Media Influence</i>	kuat khususnya dalam mengkonstruksi persepsi khalayak mengenai realitas sosial	(paradigma konstruktifi sme)	
----------------------	----------------------------	---	------------------------------------	--

Sumber : Empat Premis Pengaruh Media oleh Sasa Djuarsa Sendajaya dalam Adiyana Slamet, 2017:121)

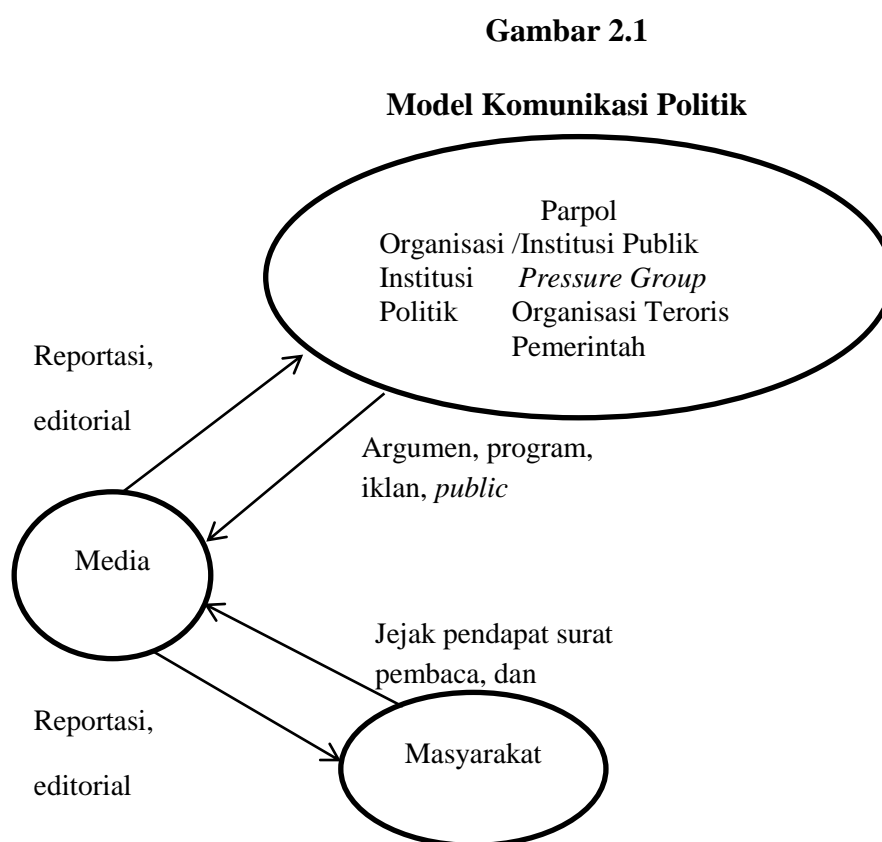
Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa pengaruh media termasuk pers tidak sebesar klaim *the fourth estate* dalam konteks komunikasi massa maupun dalam menggunakan demokrasi sekarang ini. Lebih khusus lagi, McLeod dkk (2002) mengatakan “penelitian terbaru memberi lebih dari sekedar bukti bahwa pengaruh media lebih bersifat kondisional ketimbang universal”.

McLeod dkk yang meyakini bahwa setiap konsumen media punya cara/pandangan/sikap sendiri-sendiri terhadap informasi yang diterima oleh media. Orang-orang yang skeptik atas kualitas berita tentu akan memproses informasi secara lebih kritis. Masyarakat juga memiliki perbedaan dalam *level of agreement* mereka atas norma-norma yang dimiliki media mereka atas norma-norma yang dimiliki media berita. Semua ini, menurut McLeod dkk, menjadikan media berfungsi sekedar untuk “*emphasizing the pluralistic functions of watchdog, providing a forum for ideas, and helping people play active roles are much more likely to attentively use the news media, thus indirectly their knowledge and participation.*” Dengan kata lain, peran media dalam pembangunan demokrasi bersifat tidak langsung, sekedar

stimulan atas partisipasi politik para pengguna media, dan belum memiliki peran besar dalam mengubah/mengarahkan perilaku politik mereka.

2.1.5 Posisi Media dalam Ranah Pembangunan Demokrasi

Ada beberapa model komunikasi yang menghubungkan media dengan elemen-elemen pembangunan demokrasi. Berikut ini adalah model yang dipaparkan oleh Brian McNair (1995):



Sumber: Model Komunikasi Politik Brian McNair dalam Slamet, Adiyana 2017:121

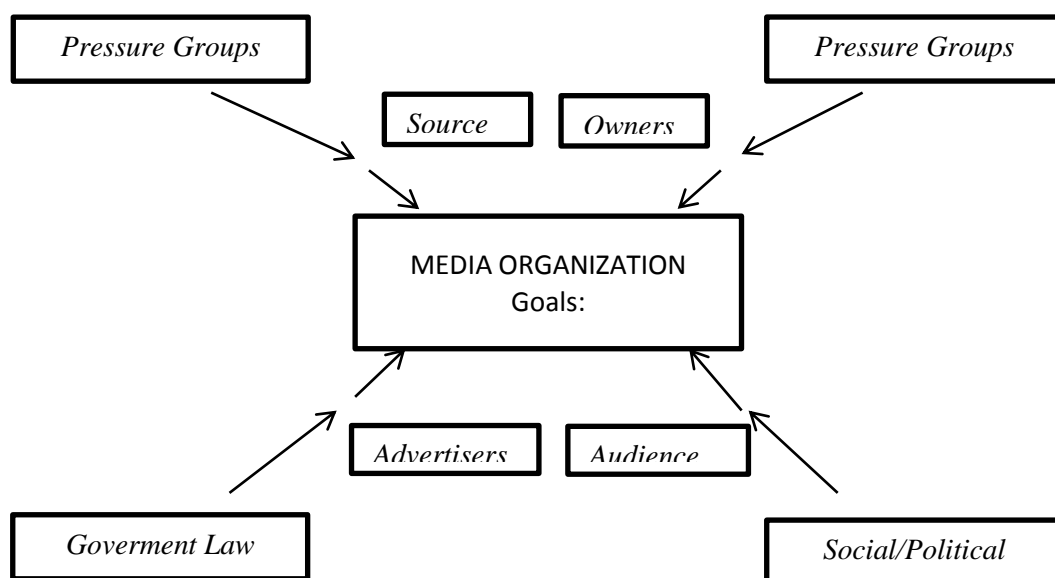
Dapat dipahami bahwa McNair menganggap Media sebagai sentral dari elemen-elemen pembangunan demokrasi- semacam *gatekeeper* bagi seluruh pesan politik. Semua pembangunan demokrasi dianggap *mediated*. Di

berbagai negara maju-dimana media menjangkau semua lapisan masyarakat, seperti di USA-model ini cukup relevan.

Model lain yang menggambarkan posisi media dalam pembangunan demokrasi (termasuk di dalamnya pembangunan demokrasi) dipaparkan oleh McQuail (1987) sebagai berikut:

Gambar 2.2

Posisi Media dalam Pembangunan Demokrasi



Sumber: Posisi Media dalam Pembangunan Demokrasi Model McQuail dalam Adiyana Slamet. 2017:122

Model McQuail ini menggambarkan bahwa media sangat dipengaruhi oleh tujuan utama media itu sendiri. Tujuan utama media yang telah teridentifikasi adalah: (1) memberikan profit kepada pemodal-baik pemilih maupun pemegang saham, (2) ‘tujuan ideal’ yang bersifat kultural, sosial, maupun politik, (3) memaksimalkan dan memuaskan audiens, dan (4) memaksimalkan pemasukan iklan. Tujuan-tujuan tersebut sering bertolak-

belakang dan jarang sekali terjadi keselarasan penuh di antara keempatnya. Diakui pula bahwa ada *work culture* dan tujuan-tujuan lain dari media, khususnya mereka yang berorientasi manajemen atau laba, berorientasi teknis atau *skill (craft)*, atau mereka yang mengutamakan tujuan-tujuan komunikasi.

2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Performa Media

Pertanyaan pokok kemudian, adalah (1) “Seperti apakah kondisi ideal media yang diharapkan pembangunan demokrasi?” dan (2) “faktor-faktor apa saja yang bisa mendorong atau menghalangi media untuk mencapai kondisi ideal itu?”

Merujuk pada model Gazali, unsur media dipengaruhi pula oleh unsur-unsur pembangunan demokrasi lainnya, yaitu oleh institusi pemerintahan, *civil society* dan *market*. Kondisi ideal yang diharapkan oleh pembangunan demokrasi adalah terciptanya keseimbangan antara keempat unsur tersebut. Dengan kata lain, tidak ada unsur yang dominan di antara keempatnya. Dalam model Segitiga Gazali, media mestinya tepat berada di tengah, tidak bergeser ke sudut salah satu unsur. Ketika ada salah satu unsur mendominasi unsur yang lain, maka kualitas pembangunan demokrasi akan berkurang yang pada gilirannya akan merugikan semua unsur pembangunan demokrasi itu sendiri.

Dengan mengacu kepada konsep Ranah Publik (*Public Sphere*) yang dicetuskan Jurgen Hebermas, mencoba menjawab kedua pertanyaan di atas. Hebermas (dalam Boyd Barret, 1994) berpendapat bahwa “pada awalnya media dibentuk untuk menjadi bagian dari *public sphere*, tetapi kemudian dikomersilkan menjadi komoditi yang didistribusikan secara massal serta

‘menjual khalayak massa’ demi kepentingan perusahaan periklanan. Kondisi ini pada gilirannya menjauhkan media dari perannya semula sebagai *public sphere*”. Memang, konsep *public sphere* ini dinilai oleh Bord-Barret memiliki beberapa kelemahan, diantaranya adalah perhatian Hebermas yang berlebihan pada berita politik serta berlebihannya Hebermas dalam membesar-besarkan kecurangan yang muncul karena komersialisasi media massa di abad 19 dan abad 20-an.

Terlepas dari kekurangannya, beberapa ‘tuntutan’ dari konsep *public sphere* cukup baik untuk menempatkan fungsi media dengan tepat di antara unsur pemangunan demokrasi lainnya. Berdasarkan konsep “*public sphere* yang disempurnakan”, McNair memberikan lima fungsi media dalam masyarakat demokratis yang ideal:

1. Fungsi *monitoring*: memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang sedang berlangsung dalam masyarakat itu.
2. Fungsi mendidik (*educate*): memberikan kejujuran atas makna dan signifikansi dari fakta-fakta yang terjadi. Jurnalis harus menjaga obyektifitasnya karena *value* yang mereka miliki sebagai ‘pendidik’ tergantung pada bagaimana mereka memilih isu/wacana yang dipublikasikannya.
3. Memberikan *platform* terhadap diskursus politik publik, memfasilitasi/mengkomodir pembentukan opini itu kepada publik, termasuk di dalamnya memberikan tempat kepada berbagai pendapat yang saling berlawanan, tanpa mengurangi nilai-nilai demokrasi.

4. Fungsi *watchdog*: mempublikasikan institusi politik dan institusi pemerintahan, menciptakan keterbukaan (transparansi) pada institusi-institusi publik tersebut.
5. Fungsi *advocacy*: menjadi *channel* untuk advokasi politik. Partai-partai, contohnya membutuhkan ‘alat’ untuk mengartikulasikan kebijakan dan program mereka kepada khalayak, dan karenanya media mesti terbuka kepada semua partai. Lebih jauh lagi, beberapa media umumnya media cetak secara aktif memperjuangkan salah satu partai dalam situasi sensitif seperti pemilihan umum: dalam konteks ini fungsi *advocacy* dapat pula dikatakan sebagai fungsi persuasi.

Tabel 2.3

Fungsi Media dalam Masyarakat Demokratis Ideal Berdasarkan Konsep *Public Sphere*

	Faktor-Faktor yang Berpengaruh
Fungsi <i>Monitoring</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah (UU, PP, dll) ➤ Kepentingan ekonomi/politik <i>market</i> (pemodal, pengiklan, oplah, <i>rating</i>, <i>hit-rate</i>, dll) ➤ Kebijakan redaksional (visi-misi media, segmentasi audiens, dll) ➤ Kebijakan <i>civil society</i> (KPI, PWI, dll: berupa peraturan resmi, kode etik, ombudsman, dll)

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Teknologi komunikasi/telekomunikasi ➤ Kualitas SDM (tingkat pendidikan, <i>skill</i>, tingkat pendapatan, dan modal puara pekerja media, wartawan, dll)
Fungsi <i>educate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kebijakan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan sumber (berita) ➤ Kualitas SDM media ➤ <i>Media Literacy</i> para konsumen
Fungsi <i>platform</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest group</i> (Partai, senator) ➤ Kulaitas sumber daya ➤ Kualitas SDM media ➤ <i>Media Literacy</i> para konsumen
Fungsi <i>watchdog</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest group</i> ➤ Kualitas SDM media ➤ <i>Pressure groups</i>
Fungsi <i>advocacy</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest group</i> ➤ Kualitas SDM media ➤ <i>Pressure groups</i>

Sumber: Fungsi Media dalam Masyarakat Demokratis Ideal Berdasarkan Konsep Public Sphere dalam Adiyana Slamet, 2017:123-124)

Tabel diatas memperlihatkan ada empat faktor yang paling berpengaruh dari posisis media dalam ranah pembangunan demokrasi. Keempat faktor itu regulasi pemerintah, kebijakan pemodal, kebijakan lembaga-lembaga *civil society* dan kualitas sumber daya manusia dalam media yang bersangkutan. Keempat faktor tersebut yang sangat menentukan apakah sebuah media dapat berfungsi sebagaimana diealnya (akuntabel) menurut harapan pembangunan demokrasi.

2.1.7 Mahasiswa, Politik, dan Demokrasi

Peran mahasiswa dalam politik dan demokrasi digambarkan pada buku Mohtar Mas' Oed tahun 2003 dengan judul Negara, Kapital dan Demokrasi, dijabarkan sebagai berikut:

Mahasiswa adalah makhluk istimewa, mereka ada pada lapisan umur yang memungkinkan untuk menjadi *energetic* dan cocok untuk menjadi pelopor kebaikan keadaan. Secara sosial mereka juga istimewa. Lebih-lebih lagi, kurikulum pendidikan tinggi dirancang untuk mendidik mahasiswa menjadi calon pengisi lapisan pemimpin.

Mohtar Mas' oed dalam buku Negara, Kapital, dan Demokrasi menjabarkan dua fungsi yang cocok bagi para lulusan perguruan tinggi, *pertama*, sebagai manager atau *kedua*, sebagai pencetus gagasan. Peran pertama lebih berorientasi pada tindakan, yaitu lebih menekankan masalah "*how to get things done*". Peran kedua lebih berorientasi pada kegiatan pemikiran, yaitu lebih menekankan pada kerja "asah otak" untuk melahirkan kemungkinan alternatif. Yang pertama lebih memperluaskan bekal keilmuan yang menunjang penyelesaian masalah sesuatu bidang dan ilmu-ilmu manajemen yang bersifat teknokratis. Sedangkan yang kedua lebih memerlukan bekal keilmuan yang mengutamakan kontemplasi.

Walaupun kedua fungsi itu umumnya ditemukan pada pribadi yang berbeda, kadang-kadang keduanya ditemui pada satu pribadi. Berfungsi sebagai manager maupun sebagai pencetus gagasan memerlukan satu syarat utama, yaitu belajar bermasyarakat, terutama belajar memimpin masyarakat.

Belajar menyelesaikan masalah-masalah kemasyarakatan secara bersama pada dasarnya adalah belajar berpolitik.

Belajar berpolitik bagi calon manager maupun pencetus gagasan jelas bukan mengada-ada. Pada taraf awal belajar berpolitik mungkin berwujud menjadi *spectator* politik atau menjadi *attentive public*. Pada taraf selanjutnya, belajar berpolitik adalah menjadi aktor politik. Yaitu belajar bagaimana merumuskan persoalan kemasyarakatan untuk diajukan ke dalam sistem politik, bagaimana mengelola berbagai tuntutan dari masyarakat itu menjadi usulan kebijaksanaan, dan bagaimana mempengaruhi pelaku politik lain dan anggota masyarakat umumnya untuk mendukung usulan kebijaksanaan itu. Belajar menjadi seorang aktor dalam sistem politik terutama sekali diarahkan untuk belajar menjadi warganegara yang aktif, kritis, tetapi juga patuh aturan. Disini orang tidak hanya diajari bagaimana “berkelahi” memperjuangkan pendapat dalam proses pembuatan aturan main atau keputusan, tetapi juga diajar bagaimana mematuhi aturan main yang sudah diputuskan bersama.

Secara berangsur-angsur, pada taraf-taraf berikutnya, para pelajar politik itu akan mengembangkan kemampuan mendisain aturan main atau kerangka politik untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kehidupan bersama, pencapaian tujuan apa pun sosial, kultural, ekonomis, dan lebih-lebih politik-memerlukan kerangka politik yang mampu menggerakkan sebanyak mungkin dukungan anggota masyarakat bagi pencapaian tujuan itu.

Jadi, yang hendak ditekankan bahwa lulusan perguruan tinggi tidak hanya akan menjadi awam. Mereka mesti menjadi warga negara yang aktif, kritis, tetapi patuh aturan.

Yang menjadi persoalan adalah bahwa mahasiswa Indonesia cenderung tidak diajari bagaimana berpolitik secara tepat. Mahasiswa tidak diikutsertakan dalam proses pembuatan aturan main. Mereka tidak diajari bagaimana memperjuangkan pendapat dalam proses pembuatan aturan main. Akibatnya, kebanyakan mahasiswa terbiasa merasa dirinya tidak bermakna dalam politik. Sebagian besar mahasiswa cenderung tidak punya *passion* untuk ikut memikirkan kehidupan politik. Dalam beberapa hal nampak jelas berkembang sinisme, apatisme, dan bahkan “inertia”.

Sebenarnya bangsa Indonesia punya tradisi meromantisasikan kehidupan pemuda. Ini nampak dalam cara kita memahami sejarah modern bangsa kita, yaitu dengan mebanginya dalam periode-periode waktu yang didasarkan pada adanya peristiwa istimewa yang menyangkut aktivitas pemuda. Periodisasi sejarah Indonesia ke dalam angkatan 1908, 1928, 1945, 1966 dan seterusnya bisa diartikan sebagai pengakuan terhadap peran sentral pemuda dalam perkembangan politik bangsa.

Namun yang menarik, tetapi sering disembunyikan, dalam peristiwa-peristiwa itu adalah adanya tema sentral yang selalu berulang, yaitu adanya pertentangan pendapat antara kaum muda dan kaum tua. Semua peristiwa yang dipakai sebagai patokan periodisasi sejarah itu muncul antara lain akibat perbedaan antar-generasi itu. Karena itu bisa diajukan argumen bahwa

pengaturan politik bagi kaum muda di masa Orde Baru tidak lepas dari isu perbedaan ini. Yaitu bahwa pengaturan politik yang dilakukan oleh pemerintah terhadap kaum muda itu didasarkan pada persepsi dan pemahaman kaum tua tentang masalah-masalah yang dihadapi kaum muda. Karenanya untuk memahami upaya pembinaan atau pengaturan pemerintah terhadap kaum muda kita harus menelaah penalaran kaum tua dan perbedaannya dengan cara berpikir kaum muda.

Pembinaan pemerintah terhadap kaum muda didasarkan pada gagasan yang oleh seorang arsitek politik Orde Baru disebut “profesionalisme dan fungsionalisme kegiatan pemuda”. Inilah yang mendasari pelembagaan kegiatan kepemudaan dalam dua jalur, yaitu jalur “intra-sekolah” dan jalur “extra-sekolah”. Kegiatan bagi pemuda yang berada dalam lembaga pendidikan tinggi didasarkan pada pengaturan yang menekankan wawasan almamater berujud Senat Mahasiswa Perguruan Tinggi. Suatu mekanisme yang pada kenyataannya tidak dikelola secara otonom oleh kaum muda. Pada jalur di luar sekolah, pengaturan itu antara lain berujud pelembagaan dalam KNPI dan Karang Taruna. Walaupun menjadi muda bukan merupakan fungsi, kegiatan kepemudaan ini diatur secara fungsional. Yaitu diarahkan untuk menangani kegiatan non-politik. Tujuannya adalah untuk menjamin agar para pemuda tidak “diracuni” kegiatan yang tidak produktif. Bagi suatu masyarakat yang sejak lama menganggap aktivisme pemuda sebagai sesuatu yang wajar, peranan pengaturan seperti itu tentu saja memerlukan penyesuaian yang cukup drastis. Untuk memahami kebijaksanaan pemerintah

ini harus melihat konteks sosio-ekonomi-politik yang melingkupi proses pembuatan kebijaksanaan itu. Konteks yang dimaksudkan di sini terutama adalah yang berkaitan dengan upaya pemerintah untuk menjalankan program pembangunan dalam suasana ekonomi politik domestik dan luar negeri yang penuh dengan tantangan berat. Untuk itu harus memperhatikan kebijaksanaan yang diambil oleh pemerintah dalam rangka pembangunan itu.

Dalam menjalankan fungsi mengatur masyarakatnya, setiap pemerintahan dihadapkan pada banyak pilihan kebijaksanaan yang untuk gampangnya bisa dikelompokkan dalam dua kelompok, yaitu (a) prioritas produktivitas, dan (b) prioritas demokrasi. Masing-masing pilihan ini mempunyai implikasi yang berbeda. Pilihan prioritas produktivitas akan mendorong pemerintah untuk mementingkan penyelesaian masalah “bagaimana mendorong pertumbuhan ekonomi”. Patokan yang dipakai dalam pilihan ini adalah nilai-nilai teknokratis seperti efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. Dan ada kecenderungan kuat bahwa patokan ini tidak hanya menyangkut kegiatan ekonomi, tetapi juga untuk mengukur prestasi di hampir segala bidang kegiatan. Singkatnya, nilai-nilai itu mewarnai cara perorganisasian masyarakat. Misalnya, bukan hanya aturan main yang harus menjamin tercapainya efisiensi, efektivitas, dan produktivitas, tetapi aktor yang efisien dan produktif.

Sebaliknya pilihan pada prioritas demokrasi akan membuat pemerintah menekankan masalah “bagaimana menciptakan hubungan pemerintah masyarakat yang demokratis”. Pemerintah yang memilih prioritas ini akan

menilai prestasinya berdasar patokan yang didasarkan pada hak-hak manusia. Yang didukung adalah nilai-nilai seperti persamaan dalam hubungan antar-manusia, hak prerogatif warga negara, dan tanggungjawab pejabat negara terhadap rakyat. Prestasi pemerintah ini diukur dengan seberapa jauh ia merealisasikan nilai-nilai persamaan, pengutamaan warganegara, dan tanggungjawab. Aktor yang mungkin terlibat dalam tatanan seperti ini lebih meluas daripada dalam pemilihan pertama.

Kalau pakai “kacamata” ini, maka bisa kita lihat bahwa pemerintah Indonesia sejak Orde Baru lebih banyak menekankan pada pilihan prioritas produktivitas. Semangat para birokrat, terutama akhir-akhir ini, adalah semangat teknokratis itu. Dan analogi yang dikembangkan sering bersifat militer.

Semangat yang menekankan bahwa aktor kuat harus diutamakan ini berkembang di berbagai bidang kehidupan, ekonomi, sosial, maupun politik. Karena itu tidak mengherankan kalau pemuda, yang sebelumnya diromantisasikan sebagai aktor penting, mengalami kemerosotan peran dan lebih banyak menjadi spektator daripada aktor. Dalam kerangka logika pemangunan yang dipahami pemerintah, mereka bukanlah tokoh sentral yang secara langsung menyumbang peningkatan produktivitas. Bahkan banyak dari mereka yang dianggap semata-mata sebagai konsumen hasil pembangunan.

Ini semua mengakibatkan kesempatan berpartisipasi politik bagi mereka sangat terbatas dan terkendali. Praktis, sebenarnya kaum muda dipisahkan dari kehidupan politik masyarakat. Mereka ditaruh dalam “menara gading”

sekolah dan tidak dilibatkan dalam kenyataan hidup masyarakat sehari-hari. Menurut aturan main yang ada, kalau ingin ikut bermain politik harus pakai partai politik. Tetapi kaum muda enggan masuk ke sana karena mereka tahu bahwa mereka tidak akan bisa mengembangkan pengaruh di sana.

Dengan memakai cara pandang di atas mudah dipahami perkembangan perasaan, terutama di kalangan muda, tentang adanya kemacetan komunikasi atau bahkan “jurang beda” antar-generasi. Diakui atau tidak, perbedaan persepsi antar-generasi selalu terjadi dalam setiap masyarakat dan setiap babakan sejarah. Yang membuatnya pada bagian akhir abad ini jadi luar biasa adalah karena pada babakan sejarah ini terjadi perubahan sosial yang luar biasa meluas dengan tempo yang tinggi akibat misalnya modernisasi teknologi komunikasi dan transportasi yang pesat. Dalam pengertian yang dipaparkan diatas, perbedaan antar-generasi itu bisa disederhanakan menjadi perbedaan dalam menentukan pilihan prioritas. Kaum muda nampaknya lebih menakankan prioritas demokrasi paling tidak karena dua alasan. *Pertama*, karena strategi ini menekankan keadilan, partisipasi dan kesejahteraan bagi semua. yang berrati jaminan bagi keikutsertaan mereka dalam kehidupan bermasyarakat. *Kedua*, walaupun demokrasi tidak selamanya baik, mekanisme demokrasi dianggap lebih memungkinkan tercapainya keadilan daripada mekanisme non-demokratis. Perbedaan tentang nilai seperti inilah yang sering kita temui kalau kita memperhatikan perbincangan antara kaum muda dan pejabat.

Antropolog Margaret Mead pernah mengatakan: “Sampai beberapa waktu lalu orang tua kita bisa mengatakan ‘Saya sudah pernah mengalami masa muda dan kamu belum pernah menjadi orang tua’. Tetapi sekarang kaum muda itu bisa menjawab, ‘Anda tidak pernah menjadi kaum muda di dunia ini yang kami alami, dan Anda tidak akan pernah bisa’” (Mead, 1972)..

Persoalan ini menjadi lebih pelik karena dalam wujud perbedaan penafsiran tentang cara pengaturan kehidupan bermasyarakat. Kaum tua selalu berusaha meyakinkan bahwa pengalaman hidup mereka selama ini adalah pedoman paling tepat bagi kaum muda menempuh bahtera kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Sebaliknya, kaum muda berkeas bahwa “sikon” yang berbeda memerlukan “aturan main” dan perangkat nilai yang berbeda pula. Begitulah, masalah besar yang muncul adalah adanya perbedaan tentang “pas” atau tidaknya mekanisme politik yang diciptakan kaum tua bagi kehidupan kaum muda di dalam masa transisi ke masa depan itu.

Dalam pengertian lain bisa dikatakan bahwa masing-masing pihak, yaitu kaum muda dan kaum tua, menerapkan etika yang berbeda. Kaum muda cenderung menerapkan apa yang disebut Max Weber sebagai “the ethic of absolute ends”, sedangkan kaum tua cenderung menekankan “the ethic of responsibility”. Kaum muda cenderung memegang nilai-nilai luhur. Secara mutlak dan memakai nilai-nilai itu untuk mengkritik lembaga-lembaga yang ada dan praktek-praktek politik yang terjadi di anggapnya menyebar dari nilai-nilai itu. Sedangkan kaum tua lebih banyak menekankan pertimbangan

mengenai akibat dari tindakan dan mengakui bahwa dalam suatu situasi tertentu kadang-kadang seseorang perlu mengkompromikan nilai-nilainya demi mencapai tujuan yang dianggapnya baik. Perbedaan seperti ini jelas nampak dalam protes-protes yang muncul dari kalangan muda, yang umumnya mempertanyakan terjadinya kesenjangan antara nilai-nilai luhur yang diajarkan oleh kaum tua kepada kaum muda dengan praktek hidup kaum tua sendiri yang menyebel dari nilai luhur itu. Dan, kalau hasil pengamatan ini benar, ini menunjukkan kegagalan sosialisasi yang dialami kaum muda itu.

Dan inilah inti persoalan yang kita bahas di sini, yaitu: segregasi kaum muda dari kenyataan hidup masyarakatnya dan kegagalan sosialisasi politik mereka. Tanpa menggunakan peralatan yang canggih pun kita bisa mendeteksi berkembangnya di kalangan sebagian besar kaum muda perasaan diri tidak bermakna dalam politik, sangat berkurangnya “greget” untuk ikut serta menyelesaikan masalah masyarakatnya, berkembangnya aliensi, sinisme, dan terutama di kalangan kaum muda berada, kecenderungan berperilaku hedonistik.

Semua ini sudah sering menjadi bahan pembicaraan yang serius di berbagai kalangan. Dan semua yang disebut ini adalah unsur-unsur yang tidak menunjang kehidupan politik yang sehat. Bahkan dampak adanya apati lebih berat daripada akibat dari aktivisme politik pemuda.

Kenyataan ini juga makin memperlemah posisi kaum muda. Sekarang kaum tua semakin punya bukti bahwa kaum muda belum siap untuk menerima “tongkat estafet” kepemimpinan dari generasi terhadulu. Mereka

dengan gampang bisa menunjukkan bahwa sebagian besar kaum muda masih lebih suka memperpanjang masa remaja dan meolak untuk segera berperan sebagai warga masyarakat dewasa. Terutama di kota-kota besar, kecenderungan memperpanjang masa remaja dengan gaya hidup yang hedonistik itu memang tidak bisa diingkari adanya.

Namun kalau kita amati dengan seksama sebenarnya masih banyak harapan bahwa kaum muda mampu memimpin kelompok mereka sendiri. Bagi mereka yang sering terlibat dalam pergaulan dengan aktivis pemuda, di kampus-kampus megah maupun kampus-kampus kumuh, optimisme seperti itu tidak berlebihan. Namun “*talent scouting*” mencari bibit unggul seperti itu sekarang menjadi sulit karena tidak adanya forum otonom bagi mereka untuk berlatih dan berlaga mempertunjukkan kebolehan kepemimpinannya. Forum yang ada seringkali terlalu formal untuk bisa menjadi tempat persemaian bakat kepemimpinannya.

Kurangnya otonomi para pemimpin mahasiswa dalam mengembangkan kegiatan keorganisasiannya, juga menghambat terciptanya suasana yang memungkinkan senat mahasiswa perguruan tinggi menjadi tempat persemaian bakat kepemimpinan mereka. Demi memberi perspektif yang lebih tepat untuk menilai keadaan ini kita perlu membahas tantangan-tatangan yang mungkin dihadapi oleh kaum muda ini di masa depan. (Mas' oed, Mohtar, 2003)

2.1.8 Tinjauan Pers

2.1.8.1 Pengertian Pers

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menjelaskan bahwa pers adalah :

“Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala: surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televisi, film, dan media *online* internet. Pers dalam arti luas disebut media massa.” (Sumadiria, 2005: 31)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers No.40 tahun 1999, menyatakan bahwa pers adalah :

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”

Definisi di atas menjelaskan bahwa pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang *output*-nya berupa kegiatan jurnalistik yakni mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, untuk memberikan gambaran yang sangat jelas di mana ada keterkaitan antara jurnalistik dan pers. Pers sebagai lembaga atau organisasi yang menyebarkan berita sedangkan jurnalistik merupakan praktek kegiatan penyebaran berita.

2.1.8.2 Peranan Pers

Pers nasional, sesuai dengan pasal 6 UU No.4 tahun 1999, melaksanakan peranan pers sebagai berikut:

- a. Memenuhi hak masyarakat
- b. Menegakan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebinekaan.
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar.
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan sasaran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Peranan Pers dalam demokrasi modern, dilukiskan dengan baik di bawah apa yang diistilahkan dengan teori tanggung jawab sosial pers. Salah satu fungsi paling kontroversial yang dilakukan pers dibawah model tanggung jawab sosial adalah bertindak sebagai *watch dog* (anjing penjaga) terhadap pemerintah. Belakangan ini, pers meluaskan fungsi tersebut untuk mejadi *watch dog* terhadap kelompok bisnis besar, juga lembaga.

Disejumlah negara yang sedang berkembang, media melakukan peranan yang dilukiskan sebagai “agen pembangunan”. Di Indonesia, menurut Macnamara, pemerintah melihat media sebagai sumber daya yang kritis untuk membantu dalam mengkomunikasikan pendidikan

dan informasi yang vital mengenai isu mendasar seperti kesehatan, purifikasi air, dan pengendalian kelahiran. Media diharapkan membantu pemerintah dalam tugasnya mempersatukan dan membangun bangsa, serta meliput peristiwa nasional.

De Rooy (Oetama, 1987: 176) seorang ilmuwan menulis bahwa “Pers di suatu negara akan selalu dipengaruhi oleh pikiran dasar dan orientasi pokok yang sedang berlaku dalam masyarakatnya. Dengan perkataan lain, apabila sejak 1966, pikiran dan orientasi pokok berpusat pada pembangunan nasional dan segala permasalahannya, pers pun akan terbawa olehnya. Pers Indonesia memang terbawa oleh orientasi pembangunan. Karena disinipun berlaku pendapat bahwa pers bukan sekedar cermin melainkan juga pembimbing, tetaplah sah dan relevan untuk membicarakan peranan pers dalam pembangunan.

Argumen paling kuat dan paling mudah ditangkap adalah karena proses pembangunan baik fisik maupun nonfisik dapat dikembalikan dalam proses komunikasi. Tiada pembangunan yang dikerjakan sendiri, bahkan jika dikerjakan sendiripun proses dan proyek pembangunan itu kan menyangkut pihak-pihak lain. Ini berarti pembangunan itu sendiri memerlukan pemahaman, akumulasi dana, daya, sarana, dan semua itu tidak mudah terjadi tanpa yang satu bicara dengan yang lainnya. Proses komunikasi itu pada zaman sekarang, tak mungkin terselenggara secara penuh tanpa bantuan apa yang oleh

McLuhan disebut sebagai *the extension of men*, yakni instrumen-instrumen komunikasi massa.

Karena media itu bersifat *the extension of men*, eksistensi-eksistensi atau tangan panjang manusia, media hanya mengoptimalkan peranannya jika ada hubungan akrab antara media dan khalayak. Artinya, pesan media dapat dimengerti oleh khalayak dapat diterima sebagai identifikasi ekspresi masyarakat sendiri, dan memperoleh kepercayaan. Supaya media atau pers dapat menyampaikan pesan dengan bobot, kepercayaan, dan identifikasi dengan aspirasi masyarakat, menurut Jakob Oetama, media itu sendiri perlu memiliki filsafat, visi, dan kerangka referensi (Oetama, 1987)

Peranan pers Indonesia mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan sejarah negara dan sistem politik yang berlaku pada setiap periode. Namun, dalam segala perubahan dan perkembangan itu, pers Indonesia memiliki karakter yang konstan, yaitu komitmen sosial-politik yang sangat kuat. Pers Indonesia, sepanjang sejarahnya, tidak pernah sekedar berisi tentang berita-berita ringan. Tema yang lebih menonjol adalah berita dan analisis yang menyangkut kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Pada umumnya, pers Indonesia termasuk kategori serius.

2.1.9 Berita

Jani Yosef dalam *To Be A Journalist* (2009; 22) menyertakan sebuah ungkapan yang menyatakan bahwa berita sudah pasti sebuah informasi tapi

sebuah informasi belum tentu sebuah berita. Hal tersebut karena sebuah informasi dapat dikatakan sebuah berita karena informasi tersebut memiliki unsur-unsur yang memenuhi nilai berita disebarluaskan khalayak.

Berita (*news*) merupakan istilah salah satu dari penduduk jurnalistik *views* (komentar, ulasan, atau opini) dan iklan. Sykes (1976) memberikan definisi berita dengan memasukan unsur laporan. Peristiwa yang segar (mutakhir), informasi yang menarik perhatian atau baru. Sykes mengartikan *news* sebagai *tidings* (kabar, berita), *news or interesting information* (berita atau informasi yang menarik), dan *fresh events reported* (laporan peristiwa yang segar).

Sedangkan Kustadi Suhandang dalam buku Pengantar Ilmu Jurnalistik (2010: 103) menyimpulkan bahwa berita adalah laporan tentang peristiwa aktual bisa menarik perhatian orang banyak. Peristiwa tersebut meliputi fakta dan data yang ada di alam semesta. Kustandi Suhanding menitikberatkan pada peristiwa aktual dan peristiwa yang sedang banyak dibicarakan. Tom E. Kolnicki, Dow Tate, dan Sherri A. Taylor (2008) menitikberatkan berita pada akurasi. Akurasi ini mengankut pada setiap pernyataan, nama dan data pribadi narasumber, tanggal, srta kutipan yang dihadirkan pada sebuah berita merupakan fakta yang bisa diverifikasi.

2.1.9.1 Nilai Berita

Eriyanto (2012:120-121), menjelaskan nilai-nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang akan diberitakan, melainkan juga bagaimana peristiwa tersebut dikemas. Ini

merupakan prosedur awal dari bagaimana peristiwa dikonstruksi. Ukuran- ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita. Secara umum, nilai berita tersebut dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.4

Nilai-Nilai Berita

<i>Prominance</i>	Nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting. Kecelakaan yang menewaskan satu orang bukanlah berita, tetapi kecelakaan yang menewaskan satu bus baru berita. Atau kecelakaan pesawat terbang dipandang sebagai sebuah berita dibandingkan dengan kecelakaan pengendara sepeda motor.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih mengandung unsur haru, sedih dan menguras emosi khalayak. Peristiwa abang becak yang mengayuh dari Surabaya ke Jakarta lebih memungkinkan dipandang berita dibandingkan peristiwa abang becak yang mengayuh di Surabaya saja.
<i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja. Peristiwa kerusuhan antar penduduk pribumi dengan Cina lebih layak disebut berita dibandingkan peristiwa sehari hari antar penduduk pribumi.
<i>Unusual</i>	Berita peristiwa yang mengandung tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi. Seorang melahirkan 6 bayi dengan selamat lebih disebut berita dibandingkan dengan peristiwa kelahiran seorang bayi saja.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari

	fisik maupun emosional khalayak.
--	----------------------------------

Sumber: Eriyanto. *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik*

Media. Yogyakarta. LKIS. (2012:123 – 125).

2.1.10 Konsep Framing

Menurut Sudibyo dalam Sobur. Pada awalnya *framing* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh lagi oleh Ervin Goffman pada tahun 1974. Goffman mengandaikan *framing* sebagai kepentingan-kepentingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Dalam ilmu komunikasi, konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa.

Framing dapat dipandangan sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain.

Dengan kata lain analisis *framing* dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya (Sobur, 2004 : 162).

Ada beberapa definisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Definisi ahli dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.5
Definisi *Framing* Para Ahli

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain
William A. Gansom	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu
Todd Gitiin	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.
David E. Snow and Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan membeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. <i>Frame</i> mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita

Sumber : Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, ideologi dan politik media*. Yogyakarta. LKIS. 2002

Framing memberikan tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi

ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks. Kata penonjolan itu sendiri dapat didefinisikan membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat khalayak. Informasi yang menonjol lebih diterima oleh khalayak.

Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam. Menempatkan aspek informasi lebih menonjol dibandingkan yang lain, lebih mencolok, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting atau dibungkus dengan aspek budaya yang akrab di benak khalayak. Dengan bentuk seperti itu, sebuah ide atau informasi lebih mudah terlihat, lebih mudah diperhatikan, diingat dan ditafsirkan karena berhubungan dengan skema pandangan khalayak.

Karena kemenonjolan adalah produk interaksi antara teks dan penerima, kehadiran *frame* dalam teks bisa jadi tidak seperti yang dideteksi oleh peneliti, khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks dan bagaimana teks berita tersebut dikonstruksi dalam pikiran khalayak. (Eriyanto, 2002:186)

Tahap awal *framing* tidak dilakukan oleh media. Manusia memiliki kemampuan untuk menafsirkan realitas yang terjadi di sekitarnya berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* yang dimilikinya. Eriyanto menyatakan, ada empat hal yang dilakukan manusia ketika menyusun bingkai konstruksi realitasnya sendiri, yaitu:

1. Simplifikasi, manusia cenderung memandang segala peristiwa melalui kerangka berpikir yang sederhana, sesuai dengan tingkat kemampuan

berpikirnya. Seiring dengan bertambahnya usia, pengetahuan, dan pengalaman, manusia akan memandang dunia secara lebih beragam. Namun tetap saja proses pemahaman realitas akan dilakukan secara sederhana.

2. Klasifikasi, manusia menyadari bahwa dunia terdiri dari berbagai hal, sehingga secara psikologis manusia akan memisahkan hal-hal tersebut ke dalam beberapa kategori untuk memudahkan proses pemahaman. Manusia melekatkan ciri-ciri tertentu pada sebuah kategori tertentu, sehingga segala peristiwa yang terjadi dapat terlihat perbedaan-perbedaannya.
3. Generalisasi, klasifikasi membantu manusia melihat ciri-ciri peristiwa atau individu. Generalisasi merupakan kelanjutan dari proses tersebut, yang pada akhirnya membatasi ciri-ciri yang berdekatan atau mirip pada ciri-ciri yang didapat pada klasifikasi. Hal ini dapat menghasilkan prasangka.
4. Asosiasi, suatu peristiwa tidak hanya diidentifikasi atau dipahami, tetapi selanjutnya dihubungkan dengan peristiwa-peristiwa lain. Keragaman dunia dianggap memiliki keterkaitan satu dengan lainnya.

Menurut Eriyanto, dalam buku *Analisis Framing* :

“*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang

diwacanakan.” (Eriyanto, 2002:188).

Eriyanto juga menyebutkan *framing* sebagai berikut :

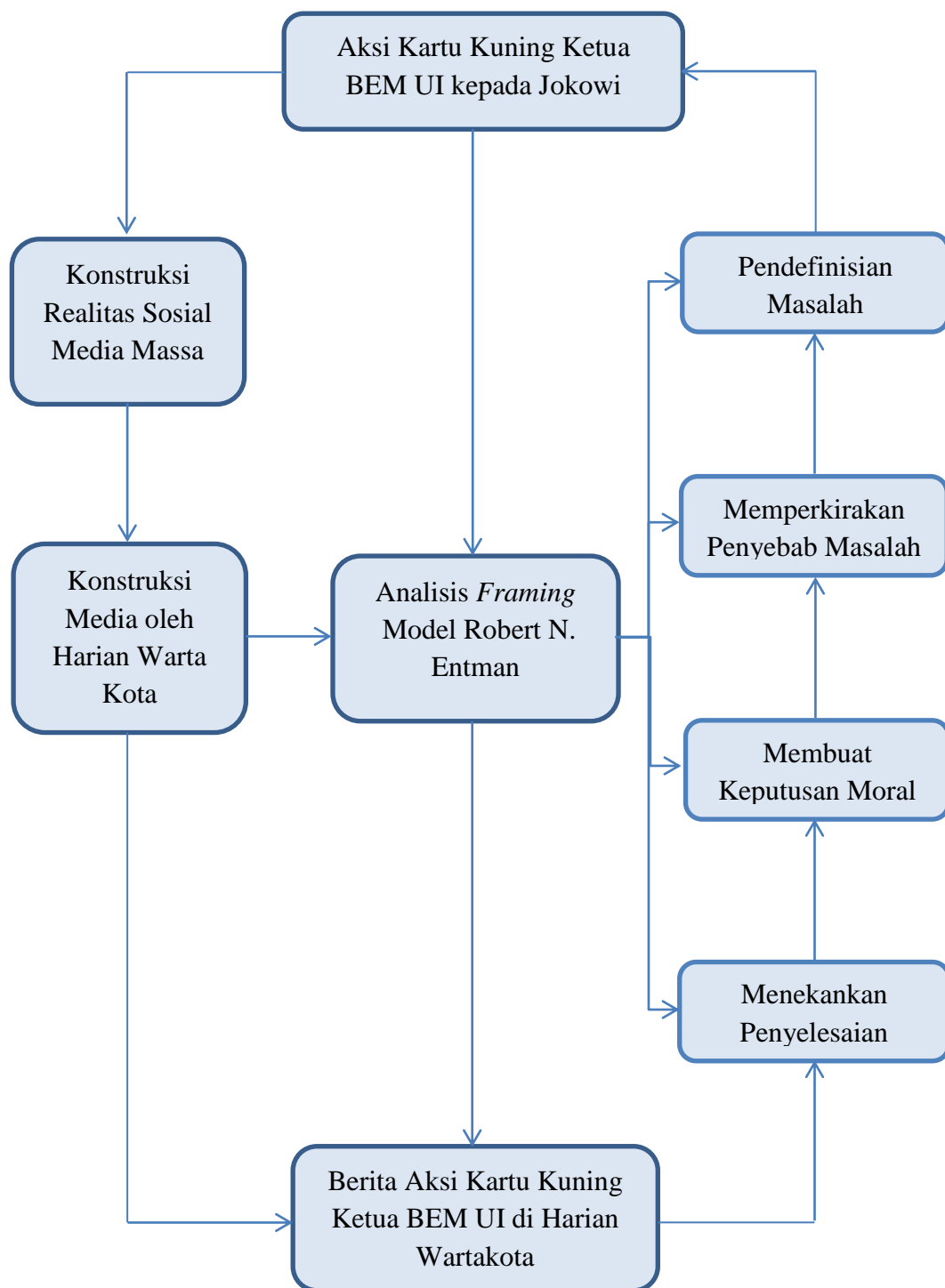
“*Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak, *framing* membuat dunia lebih diketahui dan dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu, bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian, membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti. Selain menonjolkan bagian dan aspek tertentu untuk mempermudah khalayak mengenal sebuah realitas. *Framing* juga merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan dan redaksi. Yang pada akhirnya menentukan fakta mana yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. *Framing* seperti yang dikatakan Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2002:67-68).

Frame berita timbul dalam dua level. Menurut Eriyanto dalam buku analisis *framing*, Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. Frame berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita, karena, *frame* dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra dan gambar tertentu yang memberikan makna dari teks berita. Kosakata dan gambar itu ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol dibanding bagian lain dalam teks. Itu dilakukan lewat pengulangan, penempatan yang lebih menonjol atau menghubungkan dengan bagian lain dalam teks berita, sehingga bagian itu lebih menonjol, dilihat, dan lebih mempengaruhi khalayak. Secara luas

pendefinisian masalah ini menyertakan, didalamnya, konsepsi dan skema interpretasi wartawan. Pesan secara simbolik menyertakan sikap dan nilai. Ia hidup membentuk, dan menginterpretasikan makna di dalamnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2018

2.2.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Penelitian ini menggunakan Konstruksi Realitas Sosial Media Massa oleh Burhan Bungin. Konstruksi Realitas Sosial Media Sosial oleh Burhan Bungin merupakan penyempurnaan Teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Berger dan Luckman. Teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Berger dan Luckmann ini dimulai dengan memisahkan pengertian ‘kenyataan’ dan ‘pengetahuan’. Kenyataan atau realitas adalah sebuah kualitas yang keberadaannya tidak diakui oleh keinginan kita. Sedangkan untuk pengetahuan, Berger dan Luckmann mengartikannya sebagai realitas tersebut nyata adanya memiliki karakteristik yang spesifik.

Konstruksi realitas sosial terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk wacana publik. Berger dan Luckmann dalam *Penelitian Kualitatif* (2010: 83-85) membagi realitas menjadi tiga bagian, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi terjadi saat produk sosial diciptakan. Terjadi interaksi antara individu dan produk sosial tersebut. Penyebaran opini publik sosial terjadi pada objektivasi. Penyebaran ini tidak harus berlangsung dengan keadaan saling bertatap muka antara individu dan pencipta produk sosial tersebut. Objektivasi juga menjadi perbuatan tanda-tanda oleh manusia. Peranan bahasa menjadi sangat penting dalam pembuatan tanda tersebut. Sedangkan internalisasi adalah proses individu mengidentifikasi diri mereka dengan lembaga atau organisasi sosial tempat mereka menjadi anggotanya.

Menurut Berger dan Luckmann, pada tahap ini individu memanasifestasikan dirinya dalam produk-produk sosial yang dihasilkan di masyarakat sebagai sebuah unsur dari dunia bersama. Tahap objektivasi berlangsung sangat lama hingga bisa terjadi tanpa harus memulai proses komunikasi yang bertatap muka. Pada proses ini, sebuah produk sosial dan menghasilkan hasil sebuah opini. Opini tersebut akan disebarkan kepada masyarakat yang nantinya akan menjadi opini masyarakat itu sendiri. Dalam proses ini, baik pembuat dan individu yang menerima produk tersebut tidak perlu saling bertemu muka. Artinya, objektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antarindividu dan pencipta produk sosial.

Hal yang diperhatikan saat tahap objektivasi ini berlangsung awalnya pembuatan sejumlah tanda oleh individu yang terlibat didalamnya. Tanda ini digunakan sebagai isyarat atas pemaknaan subjektif. Tanda yang digunakan saat melakukan tahap objektivasi ini adalah bahasa. Logika yang digunakan pada bahasa tersebut ditambahkan secara mendasar pada tahap ini. Bahasa digunakan untuk mengsignifikasikan makna-makna yang dipahami sebagai pengetahuan yang diketahui individu di dalamnya.

Menurut Zikri Fachrul Nurhadi dalam buku *Teori-Teori Komunikasi* (2015: 123) ada beberapa asumsi dasar mengenai teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, yaitu:

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dikembangkan.
3. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus-menerus.
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberbedaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan adalah kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Teori Konstruksi Realitas Sosial Berger dan Luckmann tidak memasukan media sebagai komponen penyebaran realitas yang dikonstruksi. Teori Konstruksi Realitas Sosial Berger dan Luckmann hanya menyertakan hubungan antara individu dan individu kelompok pada proses pengkonstruksian realitas. Namun proses realitas dikonstruksikan menjadi sangat lama, karena komunikasi yang terjadi bersifat langsung dan penyebarannya tidak terjadi sekaligus. Burhan Bungin menyampaikan konstruksi realitas sosial yang memasukkan media massa didalamnya.

Menurut Bungin, pada masyarakat modern pendekatan yang ada pada teori konstruksi sosial dan realitas Berger dan Luckmann tidak mampu untuk menjawab perubahan zaman. Konstruksi sosial dan realitas Berger dan Luckmann yang berjalan lambat karena hubungan sesama individu dilakukan

dengan waktu yang lama hingga sebuah realitas yang dikonstruksikan tadi berubah menjadi opini individu itu sendiri. Menurut Bungin, dalam *Sosiologi Komunikasi* (2008: 203) Konstruksi Sosial Media Massa memiliki posisi untuk mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi teori konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann dengan menempatkan kelebihan yang dimiliki media massa dan efek media pada “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas”.

Ibnu Hamad (2004: 11) menyatakan bahwa prinsip dari proses konstruksi realitas adalah sebuah upaya “menceritakan” atau mengkonsep sebuah peristiwa, keadaan atau benda apapun yang ada disekitar. Dalam hal media massa, media menyusun realitas dari sebuah peristiwa yang terjadi lalu menjadikan realitas tersebut menjadi sebuah wacana memiliki makna. Sedangkan *National for Media Literacy* dalam buku *Agenda Setting Media Massa* (2012: 84) memberikan enam poin prinsip dasar mengenai konstruksi realitas yang dilakukan media massa, yaitu:

1. Semua pesan media ‘dibangun’
2. Setiap media memiliki karakteristik, kekuatan dan keunikan untuk ‘membangun bahasa’ yang berbeda.
3. Pesan media diproduksi untuk suatu tujuan.
4. Semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai.
5. Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengakaman mereka untuk membangun sendiri atas pesan media.

6. Media dan pesan media dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, nilai, perilaku dan proses demokrasi.

Zikri Fachrul (2015: 78) menyatakan berita dalam pandangan konstruksi sosial dan bagian dari produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Berita bukan merupakan peristiwa dalam pengertian yang nyata adanya. Pada proses internalisasi, realitas diamati wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Sedangkan proses eksternalisasi, wartawan ikut memakai realitas yang ia dapatkan. Konsep tentang fakta yang didapatkan dilapangan diekspresikan untuk melihat realitas.

Substansi teori ini adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas. Pada teori ini, informasi yang sudah dikonstruksi oleh media diterima secara cepat dengan cakupan yang luas dan merata. Jalaludin Rakhmat dalam buku Sosiologi Komunikasi (2008: 224) menyebutkan realitas yang ditempatkan pada sebuah berita media massa merupakan realitas tangan kedua atau *second hand reality*. Realitas tangan kedua adalah realitas yang dipilih dan dikonstruksi oleh media massa. Karena kepercayaan khalayak atas kebenaran informasi yang disebarkan oleh media massa, khalayak cenderung menerima realitas yang disebarkan oleh sebuah media massa tanpa memeriksa kembali kebenaran dari apa yang disampaikan oleh media massa. Opini masyarakat akan terbangun akibat realitas tangan kedua ini. Baik media massa yang memberitakan dan masyarakat yang mengkonsumsi berita pada media massa tersebut tidak perlu memasukan pemikiran media massa terhadap sebuah isu.

Penggunaan bahasa menjadi sangat penting dalam konstruksi realitas, begitu pula konstruksi yang dilakukan di media massa. Media menggunakan bahasa sebagai penentu makna dari sebuah realitas media yang muncul di benak khalayak media tersebut. Pilihan penggunaan sebuah kata atau kalimat dalam sebuah berita di media massa dapat menjadi cermin sebuah realitas dan juga bisa menciptakan realitas itu sendiri. Media massa menentukan bahasa dan makna dengan cara mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya, memperluas makna dari istilah yang ada, mengganti makna lama dalam sebuah istilah dengan sebuah makna yang baru dan sebagainya.

Bungin (2008: 205-212) menyatakan ada empat tahap konstruksi realitas yang dilakukan media massa, yaitu:

1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Tahap ini merupakan tugas media massa. Tugas tersebut didistribusikan oleh desk editor yang ada di setiap media massa. Tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi yaitu: keberpihakan pada kapitalisme, keberpihakan semua pada masyarakat, dan keberpihakan pada kepentingan umum.

2. Tahap Sebaran Konstruksi

Tahap ini dilakukan melalui strategi media massa. Prinsip utamanya adalah penyebaran berita sesuai dengan jenis medianya. Media *online* memiliki sebaran berita lebih cepat dibandingkan media elektronik dan cetak. Pada umumnya, sebaran ini menggunakan mode satu arah yaitu media menyebarkan berita dan khalayak tidak

memiliki pilihan lain kecuali mengkonsumsi berita tersebut. Walau pada media *online*, bisa terjadi komunikasi dua arah dengan adanya kolom komentar di setiap berita namun pada tahap ini media masih sering mendominasi.

3. Tahap Pembentukan Konstruksi

Pada tahap ini, informasi yang sudah dikonstruksi sudah sampai pada khalayak akan terjadi pembentukan konstruksi pada khalayak tersebut melalui tiga tahap. Pertama, konstruksi realitas membenaran yaitu khalayak cenderung untuk membenarkan apa saja yang tersaji di media massa. Lalu tahap kedua, kesediaan khalayak untuk dikonstruksi oleh media massa. Terakhir tahap ketika yaitu menjadikan mengasumsi media massa sebagai pilihan konsumtif. Khalayak akan terbiasa untuk bergantung dan mencari informasi di media massa. Pada tahap pembentukan konstruksi juga terjadi pembentukan konstruksi citra. Pada tahap ini akan terbentuk dua macam mode citra. Pertama model *good news* adalah pemberitaan yang dihadirkan akan cenderung dikonstruksi sebagai pemberitaan yang baik. Akan terkesan objek yang dikonstruksi lebih baik dibanding yang terjadi sebenarnya. Kedua, model *bad news* adalah pemberitaan akan dikonstruksi sebagai pemberitaan yang buruk dan akan memberikan citra buruk dibandingkan yang terjadi aslinya.

4. Tahap Konfirmasi

Tahap ini adalah tahap untuk memberikan argumentasi atau keterlibatan hasil media massa ataupun khalayak pada pembentukan konstruksi. Pada media massa, tahapan ini untuk memberikan argumentasi terhadap asalan konstruksi sosial. Sedangkan pada khalayak untuk memberikan argumentasi mengapa mereka terlibat dalam proses konstruksi realitas tersebut.