BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gratifikasi seks sudah tidak asing lagi saat ini. Sejak dulu Gratifikasi berada di konteks apapun. Kata gratifikasi berasal dari bahasa Belanda yaitu *Gratificatie* atau dalam bahasa Inggris, *Gratification*, yang berarti kepuasan, kegembiraan atau uang sogok. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Gratifikasi berarti uang hadiah kepada pegawai negeri di luar gaji yang telah ditentukan.[1]

Pengertian gratifikasi terdapat pada Penjelasan Pasal 12B Ayat (1) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 juncto Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001, bahwa, yang dimaksud dengan ”gratifikasi” dalam ayat ini adalah pemberian dalam arti luas, yakni meliputi pemberian uang, barang, rabat (*discount*), komisi, pinjaman tanpa bunga, tiket perjalanan, fasilitas penginapan, perjalanan wisata, pengobatan cuma-cuma, dan fasilitas lainnya. Gratifikasi tersebut baik yang diterima di dalam negeri maupun di luar negeri dan yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau tanpa sarana elektronik.[2]

Dalam hal ini gratifikasi memiliki banyak bentuk pemberian atau hadiah, salah satunya adalah gratifikasi seks. Pengertian seks secara umum adalah sesuatu yang berkaitan dengan alat kelamin atau hal-hal yang berhubungan dengan perkara-perkara hubungan intim antara laki-laki dengan perempuan.

[1] http://www.laporsuap.com/polling_texts/participate/15
[2] muhardianinsyah, doni.dkk.2010. Buku Saku Memahami Gratifikasi. Melalui http://kpk.go.id/gratifikasi/modulgratifikasi/bukusaku/#/0 (4/1/2013)

Kasus gratifikasi seks ini sudah lama terjadi di berbagai negara, seperti di Singapura, Malaysia, Korea Selatan, dan lain-lain. Di Indonesia, kasus gratifikasi seks sebenarnya bisa masuk ke dalam jerat hukum, karena sudah menjadi rahasia umum kalau seks menjadi salah satu alat suap. Biasanya untuk memuluskan proyek pengadaan barang dan jasa atau untuk pengaruhi kebijakan bagi penyelenggara negara. Walaupun mengenai gratifikasi seks belum diatur dalam UU Korupsi, tindakan tersebut sudah marak sejak era Orde Baru. Hingga kini, Indonesia belum mempunyai landasan hukum untuk menindak pelaku gratifikasi seks.

Gratifikasi seks sebenarnya barang lama. Sejak dahulu laporan gratifikasi seksual sering terdapat pada pemeriksaan pada instansi keuangan. Sejak dulu, meski hanya bisik-bisik sebenarnya bukan rahasia lagi bahwa kalau ada pemeriksaan ke daerah, terdengar adanya sajian lain untuk memperlancar pemeriksaan terutama di bidang keuangan. Realita ini dinilai menjadi salah satu modus yang diberikan dengan memanfaatkan perempuan untuk digunakan sebagai tukang lobi dalam sebuah perjanjian proyek terhadap seseorang yang memiliki jabatan strategis.

‘Cerita lama’ ini menjadi isu baru ketika kita dihebohkan oleh pemberitaan adanya gratifikasi seks oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Kehadiran seorang perempuan dalam operasi tangkap tangan yang dilakukan oleh KPK memunculkan dugaan bahwa mahasiswi sebuah universitas swasta itu akan dijadikan gratifikasi seks memang sangat kuat. Pasalnya mahasiswa tersebut berada di sebuah kamar di Hotel Le Meridien bersama dengan tersangka ‘Kasus

Sapi' ketika penangkapan itu terjadi. Tapi dari penangkapan tersebut KPK ingin menginformasikan ke publik bahwa gratifikasi seks dalam praktik korupsi memang ada. KPK ingin masyarakat tahu bahwa secara faktual, gratifikasi seks itu ada, tetapi pembuktiannya sulit karena tidak ada payung hukumnya yang jelas.[3]

Salah satu lagi kasus dugaan penerimaan gratifikasi seks oleh Hakim Setyabudi menjadi sorotan publik. Sayangnya belum ada aturan khusus untuk sanksi gratifikasi seks. Perlu ada Undang-undang yang mengatur suap seks ini. Menurut Pimpinan DPR Pramono menyetujui kalau gratifikasi seks dimasukkan ke Undang-undang. Bahwa memang banyak hal dan itu dialami persoalan-persoalan yang menyangkut gratifikasi seks.[4]

Menanggapi soal gratifikasi seks Ketua Mahkamah Konstitusi, Mahfud Md, mengatakan fenomena gratifikasi seks skalanya jauh lebih dahsyat daripada gratifikasi uang. Gratifikasi seks adalah suatu fakta dan sudah berlangsung sejak lama. Dia mengatakan pemerintah harus segera merumuskan aturan yang mengatur tentang gratifikasi seks. Dia memperkirakan perumusannya tak akan mudah. Soal gratifikasi seks sulit dicantumkan dalam aturan tindak pidana korupsi, sebab tak semua hubungan seks bisa ditakar dengan uang.[5]

---

[3] Permatasari Ane. "*Gratifikasi Seks"*, http://krjogja.com/liputan-khusus/analisis/1753/gratifikasi-seks.kr diakses (18/4/2013) 04.34 WIB

[4] Ahmad Toriq *"Pimpinan DPR Setuju Gratifikasi Seks Diatur di UU"* http://news.detik.com/read/2013/04/18/111322/2223628/10/pimpinan-dpr-setuju-gratifikasi-seks-diatur-di-uu diakses (4/18/2013) 12.35 WIB

[5] Badudu.Ananda *"Mahfud : Gratifikasi Lebih Dahsyat daripada Uang"* http://www.tempo.co/read/news/2013/01/13/078454055/Mahfud-Gratifikasi-Seks-Lebih-Dahsyat-daripada-Uang diakses (4/18/2013) 04:43 WIB

Dari kasus tersebut Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) mulai mempertimbangkan pasal tentang gratifikasi seks masuk dalam UU. Menurut Ketua Komisi III DPR RI Gede Pasek Suardika, upaya Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menyusun aturan tentang gratifikasi dalam bentuk pelayanan seksual sah-sah saja. Namun, tetap saja perlu dilakukan kajian yang mendalam.[6]

Pemberitaan yang dibuat media untuk di konsumsi oleh masyarakat / khalayak tentang gratifikasi seks, media massa akan berbeda cara dalam penyampaiannya. Oleh karena itu penulis tertarik tentang pemberitaan gratifikasi seks yang diberitakan oleh media massa, salah satunya adalah media *online*.

Dipilihnya media *online* yang akan diteliti, karena saat ini media *online* merupakan media massa yang mudah untuk di akses oleh masyarakat, mulai dari masyarakat atas hingga kebawah, dengan hanya menggunakan jaringan internet. Media *online* sendiri dapat di akses dimanapun kita berada, serta masih dapat dibaca walaupun pemberitaan tersebut sudah lewat.

Berangkat dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemberitaan Gratifikasi Seks yang dilakukan oleh media massa dalam hal ini media *online*. Meskipun objek penelitian semua sama, yaitu tentang Gratifikasi Seks, namun pemberitaan yang muncul di setiap media pasti berbeda. Perbedaan ini terlihat dalam banyak hal. Pemilihan sudut pandang (*angel*) penulisan berita, pemilihan judul dan diksi dalam isi berita, tampilan foto

---

[6] Subhanie.Dzikry *"Ketua Komisi III Bicara Soal Gratifikasi Seks"* http://www.jurnalparlemen.com/view/734/ketua-komisi-iii-bicara-soal-gratifikasi-seks.html diakses (4/18/2013) 05:13 WIB

dan grafis yang digunakan oleh media massa yang satu pasti berbeda dengan media lainnya.

Di balik perbedaan yang tampak pada setiap pemberitaan setiap media, sebenarnya ada pesan lebih dalam yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayak. Pesan tersebut ditampilkan lewat pebedaan tampilan foto, penggunaan bahasa, penulisan judul, pemilihan sudut pandang, dan lain-lain.

Pada dasarnya media massa memiliki fungsi penghantar dalam menyebar berbagai macam pengetahuan, menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik yang dapat dijangkau segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum dan murah, hubungan antara pengirirm dan penerima seimbang dan sama, serta mampu menjangkau lebih banyak orang daripada institusi lainnya (Mc.Quail, 1987: 51).

Dalam melakukan tugasnya sebagai pemberi informasi kepada khlayak banyak, media massa harus bisa menjalankan fungsinya sama dengan komunikasi massa yang dikemukakan oleh Harold Laswell, diantaranya untuk menginformasikan (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*).

> Media massa bukan sekedar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa secara apa adanya. Apapun yang dihasilkan dan ditampilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut. Dengan kata lain Media massa mempunyai peranan yang sangat besar untuk mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami, bagaimana realitas itu dijelaskan dengan cara tertentu kepada khlayak. Pemberitaan yang ada di media massa, bukan sekedar menyampaikan tapi juga menciptakan makna (Eriyanto,2002 :xii).

Media massa itu seperti pisau bermata dua, di satu sisi bermakna positif, namun disisi lain bias berkonotasi negative. Jika salah menggunakannya, bisa

fatal akibatnya. Dalam setiap pemberitaan sebuah media massa ditentukan oleh jarak waktu antara terjadinya peristiwa dengan waktu penyiarannya, dan sudah atau belum disiarkan oleh media massa lain. Sedangkan kelengkapan berita ditentukan oleh terpenuhinya rumusan 5 W + 1 H dalam berita tersebut.

Sejalan dengan kemajuan teknologi yang turut berperan dalam perubahan bentuk media massa. Apalagi ditambah dengan perizinan pendirian media tidak lagi di berlakukan oleh pemerintah, sehingga jumlah media massa baik cetak, elektronik, maupun media *online* semakin banyak di Tanah Air. Media on-line merupakan salah satu dari media massa yang semakin di kenal saat ini, karena kemudahan untuk diakses dimanapun kita berada. Hanya dengan adanya koneksi internet kita sudah bisa mengakses media *online* tersebut.

Kekhasan media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang popular dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi / berita.[7]

Karakteristik media *online* seperti menjangkau pelanggan lebih dekat, alternative promosi, kepuasan kepada pembaca karena mudah diakses, serta berita aktual yang diperbaharui terus menerus. Kehadiran media *online* ini jelas telah mengubah paradigma baru pemberitaan, yaitu *event on the making*. Maksudnya, berita yang muncul tidak disiarkan beberapa menit, jam, hari atau minggu, tetapi begitu terjadi langsung di *upload* (dimasukkan) kedalam situs *web* media *online*.

[7] http://terinspirasikomunikasi.blogspot.com/2013/02/keunggulan-dan-kekurangan-media-online.html 4/16/2013 04:39

Kehadiran media *online* ini akan menggugah pers nasional. Setidaknya kemunculan mereka dapat memicu penafsiran kembali berita. Jika jumlah pengakses internet kian besar, media *online* sangat berpengaruh dan membuat setiap informasi bisa disajikan secara cepat dan akurat.

> Setiap media *online* pun memiliki caranya sendiri dalam menyajikan sebuah berita. Seperti media lain, wartawan yang bekerja di media *online* pun mempunyai hak dalam memilih dan menulis sebuah realitas. Sebab seorang wartawan media *online* terikat oleh berbagai keterbatasaan, antara lain ideologi, visi dan misi media yang menaunginya, serta subjektifitas dari wartawan itu sendiri. Disini wartawan tidak bisa menghindari dari kemungkinan subjektifitas, memilih fakta apa yang ingin dipilih dan membuang apa yang ingin dia buang. (Eriyanto, 2002 : 38)

Realitas yang disajikan oleh media massa adalah hasil rekonstruksi fakta yang di tangkap oleh wartawan dalam bentuk sudut lain tentang sisi menarik peristiwa itu. Sehingga dapat dikatakan wartawan adalah agen konstruksi yang tidak semata-mata melaporkan fakta, tetapi juga turut mendefinisikan peristiwa dengan sudut pandang dan ideologi yang dimiliki media tersebut.

Setiap media tentunya mempunyai kepentingan dan ideologi yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui pemberitaannya. Hal ini didukung oleh kapasistas sebagai sumber informasi yang mempunyai pengaruh besar dalam membentuk pola piker masyarakat. Paling tidak isi media massa memberikan topik pemikiran untuk masyarakat.

Disini penulis ingin meneliti pembingkaian berita yang dilakukan oleh media *online* Kompas.com dan Republika.co.id. Kedua media ini memiliki perbedaan sudut pandang dan ideologi dalam mengemas berita yang akan di nikmati oleh khalayak. Mulai dari Kompas.com yang berasal dari surat kabar

cetak didirikan oleh partai katolik dan sejumlah jurnalis katolik dan berubah menjadi media yang independent dan memiliki visi nasionalis humanis.

Sementara Republika.co.id yang juga sama berasal dari surat kabar cetak didirikan atas inisiatif Ikatan Cendikiwan Muslim Indonesia (ICMI) dan secara terbuka mendefinisikan bahwa dirinya sebagai media massa Islam yang mencoba menghadirkan pemberitaan dalam persfektif Islam.

Dalam penelitian ini, penulis akan mengambil pemberitaan dari media *online* Kompas.com dan Republika.co.id pada periode bulan Januari 2013. Karena pada bulan tersebut dari Kompas.com dan Republika.co.id, hal yang menarik untuk diteliti adalah kedua media tersebut memberikan perhatian khusus dalam pemberitaan gratifikasi seks, yang akan diteliti dengan menggunakan analisis *framing*.

> Analisis *framing* ini digunakan untuk melihat konteks sosial-budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideologi, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan ideologi. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. (Eriyanto. 2002. xv).

Pemberitaan media pada sisi tertentu dan wawancara dengan pihak-pihak tertentu tidak hanya sebagai bagian dari teknik jurnalistik, tapi menandakan bagaimana peristiwa ditampilkan dan dimaknai. Pusat perhatian analisis *framing* adalah bagaimana media memahami dan memaknai realitas dan dengan cara apa realitas itu ditandakan dan di bentuk oleh media dan wartawan.

Dengan pendekatan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memiliki konsepsi bagaimana suatu berita diproduksi dan peristiwa dikonstruksi oleh media dan wartawannya.

> Pan dan koscki melihat bahwa pembingkaian berita yang dilakukan oleh media dan wartawannya hingga di konsumsi oleh khalayak dapat di gambarkan dengan cara : **Struktur Sintaksis**, maksudnya bagaiamana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. **Struktur Skrip**, maksdunya bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. **Struktur Tematik**, maksudnya bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. **Struktur Retoris**, maksudnya bagaimana wartawan menekankan arti-arti tertentu ke dalam berita. (Eriyanto, 2002 : 294).

Kompas.com dan Repubilka.co.id memang sudah menjadi media yang besar, dan memiliki khalayak pembaca sendiri yang tersebar di Indonesia. Itu sebabnya peneliti memlih kedua media tersebut untuk mencermati bagaimana mereka membingkai dan mengkonstruksikan atas pemberitaan tentang gratifikasi seks.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah makro sebagai berikut : ***"Bagaimana Analisis Framing Pemberitaan Gratifikasi Seks di Media Online Kompas.com dan Republika.co.id"***

1.2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana **Sintaksis** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id ?
2. Bagaimana **Skrip** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id ?

3. Bagaimana **Tematik** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id ?
4. Bagaimana **Retoris** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis framing pemberitaan Gratifikasi seks di media online Kompas.com dan Republika.co.id.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Sintaksis** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.
2. Untuk mengetahui **Skrip** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.
3. Untuk mengetahui **Tematik** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.
4. Untuk mengetahui **Retoris** pemberitaan Gratifikasi Seks di media *online* Kompas.com dan Republika.co.id.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 KegunaanTeoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi, secara umum dibidang

jurnalistik maupun secara khusus dalam analisis framing mengenai sikap media massa dalam membingkai sebuah pemberitaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

   Peneliti mengharapkan penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu. Yaitu mengkaji langsung tentang analisis framing pemberitaan pada media massa *online*.

2. Bagi Universitas

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia kedepanya dalam penelitian dengan tema yang sama.

3. Bagi Khalayak

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dapat memberikan pemahaman tentang kajian analisis framing secara menyeluruh mengenai analisis terhadap pembingkaian berita yang dilakukan oleh media massa.