

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1. Kajian Konseptual Terdahulu

Kajian konseptual terdahulu diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis, sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana perbedaan penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan kajian konseptual yang digunakan peneliti adalah penelitian yang mengkaji *framing* media terhadap editorial. Berikut penelitian terdahulu berupa beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian penulis.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Umi Amalia, mahasiswa program studi ilmu komunikasi, kosentrasi jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, 2017.	Keberpihkan Media Dalam Aksi 212 (Analisis Framing Model Robert N. Entman terhadap Kolom Tajuk Aksi Damai 212 Harian Umum Republika Edisi 29 November-3 Desember 2016)	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: <ul style="list-style-type: none">• <i>Republika</i> memandang bahwa aksi 212 merupakan aksi yang amat damai sehingga perlu didukung oleh seluruh pihak.• <i>Republika</i> memandang pemerintah berusaha menghalang-halangi aksi 212 dan menempatkan pemerintah sebagai

		<p>pihak yang tidak didukung.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Republika</i> mengharapkan agar Polri menjaga aksi 212, lebih jauh Republika menekankan agar semua pihak memperhatikan umat Islam. • <i>Republika</i> menawarkan penyelesaian dengan mengadakan kesepakatan antarpihak penyelenggara aksi 212 dengan pemerintah, serta mengharapkan pemerintah dapat menghadiri aksi 212 dan berkumpul bersama massa.

Persamaan: meneliti tajuk rencana media massa surat kabar menggunakan metode analisis *framing*, teknik pengumpulan data dengan cara studi dokumen dan analisis berita.

Perbedaan: penelitian dari Umi Amalia membahas keberpihakan media SKHU *Republika* dalam aksis 212 pada kolom tajuk rencana. Sementara peneliti membahas konstruksi tajuk rencana *mediaindonesia.com* pasca debat kedua pemilihan presiden.

Alasan peneliti mengambil penelitian terdahulu ini untuk menghindari plagiasi dalam penulisan peneliti. Penelitian ini sejenis dengan penelitian peneliti yaitu menggunakan analisis *framing* untuk membongkar konstruksi tajuk rencana atau editorial media massa Koran

Sumber:<http://digilib.uinsgd.ac.id>

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Yoseph Andreas Gual, mahasiswa pada jurusan ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, 2005.</p>	<p>PEMILIHAN PRESIDEN PUTRAN II DALAM WACANA MEDIA MASSA (Analisi Pemberitaan Terhadap Dua Calon Presiden Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Putaran II di Surat Kabar Harian <i>Pos Kupang</i> dan Harian Pagi <i>Timor Express</i> dengan Pendekatan <i>Framing</i>)</p>	<p>Penelitian mengidentifikasi 5 isu oleh kedua media:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Framing</i> dominan yang dibangun <i>Pos Kupang</i> terhadap Megawati adalah perjuangan Megawati untuk mempertahankan kursi kursi kepresidenan dilakukan melalui Koalisi Partai (Koalisi Kebangsaan) sementara Susilo Bambang Yudohyono digambarkan berkoalisi dengan rakyat (Koalisi Kerakyatan). • Sementara <i>Timor Express</i>, <i>farming</i> yang dimunculkan, menggambarkan Megawati sebagai pemimpin yang berhasil membangun bangsa. Sedangkan Susilo Bambang Yudohyono dibingkai sebagai simbol perubahan. • Selain itu ditemukan pula, ada hubungan erat antara keberpihakan kedua media dengan visi dan misi media yang berbersangkutan. • <i>Pos Kupang</i> yang ingin membela kebenaran dan keadilan cenderung bersimpatik kepada Susilo Bambang Yudohyono

		<p>karena kemampuan dan itikad baiknya membangun bangsa. Sementara Pos Kupang, cenderung menaruh antisipasi terhadap Megawati yang kelihatannya memaksa rakyat untuk memilihnya dengan membangun Koalisi Kebangsaan yang sebenarnya hanya untuk kepentingan sekelompok elit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Timor Express</i> dengan motivasi pasar yakni memuaskan selera khalayak cenderung memberikan kedua figur secara positif, <i>Timor Express</i> cenderung netral terhadap dua calon presiden.
<p>Persamaan: menggunakan pendekatan metode analisis framing, mengkaji peran media dalam pemilihan presiden dan pengumpulan data menggunakan studi dokumen.</p> <p>Perbedaan penelitian: penelitian terdahulu objek penelitiannya dua media lokal (SKHU Timor Express dan SKHU Pos Kupang) dan fokus pada pemberitaan media. Sementara objek penelitian peneliti pada satu media nasional (Media Indonesia khususnya Media Indonesia.Com) dan fokus pada tajuk rencana atau editorial.</p> <p>Alasan peneliti memilih penelitian terdahulu ini karena penelitian ini sejenis dan untuk menghindari plagiasi</p>		

2.2. Media Massa

Media massa dapat dibagi dalam tiga kategori, yakni media massa cetak, elektronik dan media sosial (*media online*). Media massa sangat penting dan berpengaruh dalam kehidupan sosial masyarakat, kesehatan, lingkungan, ekonomi, pendidikan, kebudayaan, hukum, politik dan lainnya. Kehadiran media massa menambah kahzanah pengetahuan masyarakat dan menjadi fenomena tersendiri dalam komunikasi massa. Beberapa jenis media massa yang biasa digunakan masyarakat berupa, media cetak, media elektronik, dan media *online*.

Media massa telah mampu membentuk seperti apa masyarakat. Masyarakat yang demokratis bisa dibentuk melalui media massa dan begitu juga sebaliknya. Media massa telah menjadi budaya. Ia diciptakan manusia, tetapi akhirnya media membentuk masyarakat itu sendiri. Media mampu mengarahkan masyarakat untuk mencapai suatu perubahan tertentu (Narudin, 2014:36).

- Arti penting media massa dalam asumsi Dennis McQuail (1987) dalam (Narudin, 2014:34):
 1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa /serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya.
 2. Media massa merupakan sumber kekuatan dan alat kontrol manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

3. Media merupakan lokasi yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media seringkali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

2.2.1. Media Cetak

Di abad ke-15 Jhonson Guttenberg menemukan mesin cetak. Penemuan tersebut membuka jalan bagi proliferasi media cetak. Mesin cetak bergerak memperkenalkan metode untuk memproduksi teks secara massal (Nadi, 2018:37). Media cetak merupakan media generasi pertama sebelum munculnya radio, televisi, dan internet. Media cetak menjadi titik awal perkembangan media massa di dunia.

2.2.2. Media Elektronik

Media elektronik khususnya radio dan televisi, merupakan media massa yang menyebarkan informasi melalui suara, gambar, ataupun gambar dan suara ke dunia sekitarnya melalui teknologi elektro. Menurut Kurniawan (2017: 166) dunia elektronik adalah dunia siaran. Dunia siaran berbeda dengan dunia cetak,

atau media pers lainnya. Dunia siaran di antaranya mengenali bahasa teks yang dibaca, tapi bahasa audio atau audio-visual, yang ditangkap telinga dan mata pemirsa.

2.2.3. Media Online

Media dewasa ini telah berinovasi dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi media. Informasi tidak hanya tersaji dalam bentuk media cetak, namun sudah menjamah dalam media online. Penyampaian informasinya juga selalu *update*. Informasi yang tersebar luas melalui jurnalisme *online* berkat hadirnya internet. Kombinasi jurnalisme dan internet yang membentuk suatu isitilah *new media* atau media baru.

Menurut defenisi, media *online* disebut juga *cybermedia*, internet media, dan *new media* dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs *web*. Media *online* bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak, koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik, radio, televisi, dan film/video. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelapor fakta atau peristiwa yang diproduksi dan distribusikan melalui internet” (Romli, 2018: 34).

Pandangan Pavlik (2001) dalam (Kurniawan, 2017:2300) menyebut jurnalisme online berdimensi *contextualized journalism*. Ini karena kemampuan menggabungkan multimedia digital, interaksi online, dan tata rupa fiturnya.

Media *online* juga memiliki karakteristik atau kekhasan yang membedakannya dengan media massa lainnya, di antaranya:

a. Karakteristik Media *Online*

- Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik online (Romli, 2018: 37), antara lain:
 1. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, gambar, dan gambar secara bersamaan.
 2. Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
 3. Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
 4. *Update*: pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ejaan.
 5. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
 6. Terdokumentasi: informasi tersimpan di “*bank data*” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, dan fasilitas “cari”.
- Berikut karakteristik media online (Iskandar & Lestari, 2016:29-30):
 1. *Unlimited space*. Jurnalistik online memungkinkan halaman tak terbatas. Ruang bukan masalah. Artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin, tanpa batas.
 2. *Audience control*. Dalam jurnalistik online memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita/informasi.
 3. *Non-linearity*. Dalam jurnalistik online masing-masing berita berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.

4. *Storage and retrieval*. Jurnalistik online memungkinkan berita “abad”, tersimpan, dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan di mana saja.
5. *Immediacy*. Jurnalistik online menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung.
6. *Multimedia capability*. Jurnalistik online memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar. Video, dan komponen lainnya sekaligus.
7. *Interactivity*. Jurnalistik online memungkinkan interaksi langsung antara redaksi dengan pembaca, seperti melalui kolom komentar dan *social mediasharing*.

b. *Kredibilitas Media Online*

Media online diragukan dari sisi kredibilitas mengingat orang yang tidak memiliki keterampilan menulis (jurnalistik) yang memadai pun bisa mempublikasikan informasinya.

Jhonson dan Kaye (1998) menyebutkan kredibilitas informasi *online*, penelitian umumnya menenumkan tingkat kepercayaan publik terhadap berita online sama dengan media lainnya. Mensurvei pengguna internet secara politik, apakah mereka memandang media *online* sangat kredibel seperti media tradisional (dalam Romli, 2018:40).

2.3. Tajuk Rencana atau Editorial

Editorial adalah pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, dan menarik dari segi penulisan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat khalayak. Tajuk rencana juga mengisi latar belakang dari kaitan berita tersebut dengan kenyataan sosial (Musman & Nadi, 2017: 267). Dalam KBBI V menyebutkan editorial adalah artikel dalam surat kabar atau majalah yang

mengungkapkan pendirian editor atau pimpinan surat kabar (majalah) tersebut mengenai beberapa pokok masalah.

Para penulis tajuk rencana atau editorial bukan bekerja untuk dirinya sendiri, melainkan untuk sebuah surat kabar, majalah, atau studio radio dan televisi. Melalui ulasan sebuah tajuk rencana atau editorial, membawa pembaca pada wawasan baru, mampu menganalisis setiap kejadian dan merujuk pada perubahan tindakan dan keputusan.

“Penulis editorial mungkin akan diberi instruksi-instruksi sebelum mereka menulis. Editorial dapat didefinisi sebagai pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum; editorial juga adalah, penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum.” (Rivers, Bryce McIntyre & Alison Work, 1994: 7-8).

Dalam tajuk rencana terkadang juga ada ramalan masyarakat akan kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi, serta meneruskan penilaian moral mengenai berita tersebut. Adapun definisi tajuk rencana antara lain (Musman&Nadi, 2017: 267-268):

1. Secara harafiah tajuk rencana/editorial diartikan sebagai karangan utama di dalam surat kabar dan majalah .
2. Sebuah karangan dalam majalah atau surat kabar yang mengomentari masalah aktual atau yang menyajikan kebijaksanaan suatu penerbitan (*Webster's World University Dictionary*).
3. Karangan atau komentar pada majalah, surat kabar, radio, atau televisi yang isinya menyatakan opini redaksi, penerbit atau manajemennya.

4. Tajuk rencana/ editorial adalah pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, dan menarik dari segi penulisan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat khalayak (Abrar, 2005: 73).

2.3.1. Ciri-Ciri Tajuk Rencana dan Aspek-Aspek Fokus Dalam Tajuk Rencana

Untuk mengenal dan mengetahui bagaimana menulis tajuk rencana, penulis tajuk rencana harus mengetahui ciri-ciri tajuk rencana (Musman & Nadi, 2017: 269):

1. Berisi opini redaksi tentang peristiwa yang sedang hangat dibicarakan.
2. Berisi ulasan tentang suatu masalah yang dimuat.
3. Biasanya bersekala nasional, berita internasional dapat menjadi tajuk rencana, apabila berita tersebut memberi dampak secara nasional.
4. Tertuang pikiran subyektif redaksi.

Menulis tajuk rencana harus memiliki fokus penulisan sebagai landasan dalam menulis tajuk yang baik dan benar (Musman & Nadi, 2017: 270) antara lain:

1. Judul dan latar belakang masalah
2. Tokoh dan masalah
3. Peristiwa yang disampaikan dan opini penulis
4. Saran dan solusi permasalahan
5. Kesimpulan, sumber berita dan anggota redaksi

2.3.2. Sifat- Sifat Tajuk Rencana dan Fungsi Tajuk Rencana

Menulis tajuk rencana sebagai bentuk sikap redaksi media yang timbul dari peristiwa, isu dan beragam fenomena yang terjadi pada masyarakat. Hal ini

diungkapkan melalui sebuah tajuk dengan sifat-sifatnya (Santhi, 2018 : 2) dijelaskan sebagai berikut:

1. Krusial dan ditulis secara berkala, tergantung dari jenis terbitan medianya bisa harian, atau mingguan, atau dua mingguan dan bulanan.
2. Isinya menyikapi situasi yang berkembang di masyarakat luas baik itu aspek sosial, politik, ekonomi, kebudayaan, hukum, pemerintah, atau olahraga bahkan *entertainment*, tergantung jenis liputan medianya.
3. Memiliki karakter atau konsistensi yang teratur, kepada para pembacanya terkait sikap dari media massa yang menulis tajuk rencana.
4. Terkait erat dengan politik media atau kebijakan media yang bersangkutan. Karena setiap media mempunyai perbedaan iklim tumbuh dan berkembang dalam kepentingan yang beragam, yang menaungi media tersebut.

Dalam penulisan tajuk rencana perlu memperhatikan fungsi tajuk rencana.

Beberapa fungsi tajuk rencana antara lain:

1. Mendorong daya pikir pembaca dan mengajaknya berbincang-bincang tentang sesuatu sebelum pendapat umum mengenai sesuatu itu terbentuk, Arpan (1970) dalam (Musman & Nadi, 2017:272).
2. Empat fungsi editorial telah dikemukakan oleh Pinkerton dalam (Rivers, Bryce McIntyre & Alison Work, 1994: 23) sebagai berikut:

- a. Menjelaskan Berita (*Explaining the News*)

Editorial menjelaskan kejadian-kejadian penting kepada para pembaca. Editorial berfungsi sebagai guru, menerangkan bagaimana suatu kejadian tertentu berlangsung, faktor-faktor apa yang diperhitungkan untuk

menghasilkan perubahan dalam kebijakan pemerintah, dengan cara bagaimana kebijakan baru akan mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi suatu masyarakat.

b. Menjelaskan Latar Belakang (*Filling in Background*)

Untuk memperlihatkan kelanjutan suatu peristiwa penting, editorial dapat menggambarkan kejadian tersebut dengan latar belakang sejarah, yaitu menghubungkannya dengan sesuatu yang telah terjadi sebelumnya. Dengan menganalisis sejarah sekarang, editorial dapat menunjukkan hubungan antara berbagai peristiwa yang terpisah: politik, ekonomi, atau sosial.

c. Meramalkan (*Forecasting the Feature*)

Suatu editorial kadang-kadang menyajikan analisis yang melewati batas berbagai peristiwa sekarang dengan tujuan meramalkan sesuatu yang akan terjadi pada masa depan.

d. Menyampaikan Pertimbangan Moral (*Passing Moral Judgment*)

Menurut tradisi lama, para penulis editorial bertugas mempertahankan kata hati masyarakat. Mereka diharapkan mempertahankan isu-isu moral dan mempertahankan posisi mereka. Jadi, penulis editorial akan berurusan dengan pertimbangan moral yang bisa disebut dengan “pertimbangan nilai”.

2.3.3. Tahap Menulis Tajuk Rencana dan Jenis-Jenis Tajuk Rencana

Adapun tahapan-tahapan dalam menulis tajuk rencana (Musman & Nadi, 2017: 272-273) sebagai berikut:

1. *Reporting*: tahap ini adalah tahap mencari permasalahan dan mengumpulkan bahan. Penulis melakukan dua kegiatan: *by reading* dan *by talking*.
2. *Reflection*: tahap memilah-milah dan mengklasifikasi bahan-bahan dari berbagai sumber.
3. *Writing*: menyusun dan menyajikan data, fakta, atau bahan yang ada ke dalam sebuah tulisan tajuk yang menarik, kuat dan penting.

Tajuk rencana yang ditulis oleh redaksi memiliki beranekaragam jenis. Adapun berbagai jenis tajuk rencana berdasarkan sifat yang dimilikinya (Musman & Nadi, 2017:273-274) sebagai berikut:

1. Tajuk rencana berisi informasi semata: materi yang memaparkan peristiwa aktual. Namun tajuk rencana ini jarang ditemui karena tajuk rencana membahas hal-hal yang bersentuhan dengan kepentingan publik.
2. Tajuk rencana bersifat menjelaskan: penjelasannya merincikan permasalahan serta interpretasi tertentu. Melihat sisi dampak dan pentingnya permasalahan dibahas.
3. Tajuk rencana bersifat argumentatif. Penulisannya melakukan analisa dengan berlandaskan alasan-alasan yang ditopang oleh data dan fakta yang akurat serta memaparkan jawaban atas pertanyaan “mengapa” dan “apa akibatnya”.
4. Tajuk rencana bersifat membujuk: tajuk jenis ini mengajak berbagai pihak untuk merespon peristiwa yang sedang terjadi dengan cara persuasif atau

agitatif. Bertujuan untuk membujuk pembaca mengambil tindakan atau pendapat umum.

5. Tajuk rencana bersifat memuji: tajuk rencana jenis ini berisi penghargaan kepada kelompok atau pihak tertentu yang dinilai berhasil melakukan suatu kegiatan atau berjasa kepada masyarakat.
6. Tajuk rencana bersifat jihat: sentilan terhadap suatu persolan secara berkesinambungan guna mengubah perilaku kelompok atau kebiasaan masyarakat di suatu daerah.
7. Tajuk rencana bersifat menghibur: tajuk ini mencoba menghibur masyarakat baik ketika ditimpa kemalangan, bencana, ataupun penderitaan tertentu. Humor atau lelucon bisa dipakai guna mengajak masyarakat memperhatikan sebuah fenomena sosial yang luput dari wacana publik.

2.3.4. Penulisan Tajuk Rencana/Editorial

Jurnalistik umumnya, dan penulisan editorial khususnya, bukan hanya cara untuk memperoleh nafkah. Penulisan editorial khususnya suatu profesi yang ditujukan untuk kesejahteraan rakyat dan layanan masyarakat.

Tugas utama para penulis adalah memberikan informasi dan bimbingan ke arah pertimbangan-pertimbangan yang esensial dalam melaksanakan fungsi demokrasi yang sesungguhnya. Dengan demikian, penulis editorial harus menjaga integritasnya dan integritas profesinya dengan menjalankan petunjuk di bawah ini (Rivers, Bryce McIntyre & Alison Work, 1994: 32-33).

1. Penulis editorial harus menyajikan fakta-fakta yang jujur dan tuntas. Editorial yang tidak benar adalah tidak jujur dan tidak bernilai. Dia tidak

boleh salah membimbing pembacanya, mengacaukan situasi, atau menempatkan seseorang dari sudut pandang orang yang salah. Penulis editorial harus mengambil kesimpulan objektif dari fakta-fakta yang disajikan, berdasarkan bobot bukti dan berdasarkan konsep yang menurutnya bagus.

2. Penulis editorial tidak dibenarkan terpengaruh oleh kepentingan pribadi atau memanfaatkan pengaruhnya untuk kepentingan pribadi atau orang lain, dia harus mempertahankan hal-hal di atas sendiri dari kemungkinan penyelewengan, apapun sumbernya.
3. Penulis editorial harus menyadari bahwa dirinya tidak sempurna. Oleh karena itu, sejauh masih di dalam kekuasaannya, dia harus menyuarakan kepada mereka yang tidak setuju dengannya di dalam kolom surat pembaca atau dengan alat-alat lainnya.
4. Penulis editorial harus secara teratur harus mengulas kesimpulan sendiri dalam mengoreksi dengan informasi yang dapat diperolehnya. Dia harus mengoreksi kesimpulan tersebut dan menemukannya atas dasar kesalahpahaman sebelumnya.
5. Penulis editorial harus punya keberanian yang teguh dan filosofi hidup demokrasi. Dia tidak boleh menulis atau menerbitkan apapun yang bertentangan dengan hati nurani. Banyak halaman editorial merupakan produk pikiran banyak orang, tetapi pertimbangan kolektif yang bagus dapat dicapai lewat pertimbangan individual. Oleh sebab itu, opini individual yang mendalam harus dihormati.

6. Penulis editorial harus membantu temannya dalam konteks kesetiaan terhadap integritas takaran profesionalisme yang tinggi. Reputasinya adalah reputasi mereka dan reputasi mereka adalah milik media.

2.4. Konstruksi Realitas Sosial

Konstruktivisme itu sendiri diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya *The Social Construction of Reality* yang di dalamnya digambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara objektif. Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari sekadar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu. Bagi Berger dan Luckman, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa namun sarat dengan kepnetingan-kepentingan (Sobur, 2009: 91). Konstruksi suatu realitas sosial tertentu tidak lepas dari bekal kekuasaan politik, sosial, ataupun ekonomi yang dimiliki para pelaku (Nugroho, Eriyanto, Sudiarsis, 1999: viii).

2.4.1. Konstruksi Realitas Politik Media Massa

Tentang proses konstruksi realitas upaya "menceritakan" (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Karena sifat dan faktanya bahwa pekerja media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan dipublikasikan.

Isi media memang didasarkan pada kejadian di dunia nyata, namun isi media menampilkan dan menonjolkan elemen tertentu, dan logika struktural media dipakai dalam penonjolan elemen tersebut. Bahkan, media tertentu cenderung membatasi dan menyeleksi sumber berita, dan member porsi yang berbeda terhadap perspektif lain. Yang kemudian terjadi adalah penojolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realita (Sudiby, 2001:31).

Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul darinya. Atas dasar itulah bahwa bahasa bisa didayagunakan untuk kepentingan politik (Hamad, 2004:11-13). Oleh karena itu persoalan penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas, terlebih atas hasilnya. Di balik pilihan kata dalam editorial tidak terlepas dari kuasa konsrtuksi. Sehingga realitas yang dilihat memiliki makna ganda sesuai dengan ideologi maupun kepentingan media itu sendiri.

Elemen dasar seluruh isi media massa, entah itu hasil liputan seperti berita, laporan pandangan mata, atau hasil analisa berupa artikel, opini, adalah bahasa (verbal dan non-verbal). Media cetak adalah bahasa tertulis baik berbentuk kata, isi gambar ataupun grafis. Media radio menggunakan ucapan dan suara. angka Media TV menggabungkan bahasa tulisan, ujaran, gambar, dan bunyi-bunyian (Hamad, 2004:15).

Pembuatan *frame* itu sendiri didasarkan atas berbagi kepentingan-kepentingan internal maupun eksternal media, baik teknis, ekonomis, politis

ataupun ideologis. Sehingga pembuatan wacana tidak saja mengindikasikan adanya kepentingan-kepentingan itu, tetapi juga bisa mengarahkan: hendak dibawa kemana isu yang diangkat dalam wacana.

2.4.2. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Pembentukan Realitas Politik

Media

Media massa tidak hidup dalam situasi yang fukam. Struktur dan penampakan media ditentukan oleh banyak faktor baik eksternal maupun internal. Dalam banyak kasus, sistem politik merupakan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap struktur dan penampilan media. Sistem politik yang diterapkan di sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa tersebut mengkonstruksi realitas.

Sebaliknya, dalam iklim liberal, seperti berlaku di Indonesia saat Pemilu 1998, media massa mempunyai kebebasan sangat luas. Sebuah media yang lebih ideologis umumnya muncul dengan konstruksi realitas yang berifat pembelaan terhadap media yang sehaluan dan menyerang yang berbeda haluan (Hamad, 2004:25-26). Dalam konteks ini terbukalah peluang media massa untuk bersikap partisan dan non-partisan terhadap sebuah kekuatan politik, sehingga ia mempunyai khalayak yang setia. Sementara media massa yang berusaha berdiri di tengah semua kekuatan, cenderung memiliki khalayak yang lebih luas walaupun tidak stabil. Jadi dalam mengkonstruksikan realitas politik, faktor ideologi yang dimiliki media dan yang dianut khalayak mempengaruhi bidikan pasar media.

2.4.3. Strategi Media Massa Melakukan Konstruksi Realitas

Menurut Hamad (2004:16) cara mengamati bagaimana media melakukan konstruksi terhadap sebuah realitas, yaitu tiga hal yang dilakukan media sampai berujung pada sebuah pembentukan citra yang diinginkan dalam pembentukan opini publik:

- a. Pilihan Kata (simbolik) Politik. Sekalipun media massa hanya bersifat melaporkan, namun telah menjadi sifat dari pembicaraan politik untuk selalu memperhitungkan simbol politik. Apapun simbol yang dipilih akan mempengaruhi makna yang muncul.
- b. *Framing*. Dalam melakukan pembingkaiian peristiwa politik. Minimal oleh sebab adanya tuntutan teknis, keterbatasan-keterbatasan kolom dan halaman (pada media cetak) atau waktu (media elektronik), jarang ada media yang membuat berita sebuah peristiwa secara utuh. Media sebagai komunikator massa menyoroti hal yang penting. Yaitu strategi dalam mengemas pesan. Dalam pandangan Ibnu, framing dibentuk dalam pengemasan ke dalam sebuah struktur sehingga sebuah *issue* mempunyai makna. Sehingga dihasilkan wacana yang didalam media massa wacana ini banyak mengambil bentuk dalam wujud berita atau tajuk rencana.
- c. *Agenda Setting*. Menyediakan ruang dan waktu untuk sebuah peristiwa politik untuk memperoleh perhatian masyarakat. Semakin besar, tempat yang diberikan semakin besar pula perhatian yang diberikan khalayak. Media massa dipandang berkekuatan besar dalam mempengaruhi masyarakat.

2.5. Analisis *Framing*

Media massa dilihat sebagai media diskusi antara pihak-pihak dengan ideologi dan kepentingan yang berbeda-beda. Mereka berusaha untuk menonjolkan kerangka pemikiran, perspektif, konsep, dan klaim interpretatif masing-masing dalam rangka memaknai objek wacana (Sudibyo, 2001:211).

Framing adalah metode untuk melihat cara media bercerita atas sebuah peristiwa, cara bercerita tersebut melihat terhadap realitas yang dijadikan berita. Analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan sebuah realitas, melihat bagaimana peristiwa itu terjadi dan bagaimana cara pembedaan yang dilakukan oleh media (Eriyanto, 2002:10-18). Sudibyo (2001:176) mengemukakan *framing* adalah metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu realitas tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya.

Oleh karena itu *framing* menjadi kaca mata untuk membantu melihat arah atau tujuan media membangun opininya dalam editorial, sebagai sikap terhadap beritanya. Media tidak serta merta mempublikasikan berita atau editorialnya tanpa didahului oleh hasil konstruksi. Sehingga melalui *framing* pembaca mampu melihat realitas yang sebenarnya memiliki tujuan.

Sementara Sobur (2009:166) menyebutkan bahwa proses *framing* menjadikan media massa sebagai arena di mana informasi tentang masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama

menginginkan pandangannya didukung pembaca. Hal ini didasari oleh persepsi setiap manusia dalam menilai suatu realitas yang ada berdasarkan pengalaman, pendidikan dan lingkungan sekitarnya.

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Berikut adalah uraian mengenai penilaian tersebut dalam (Eriyanto, 2002: 22-33):

1. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi. Realitas bersifat subjektif karena realitas tercipta lewat konstruksi atau sudut pandang wartawan, realitas bisa berbeda-beda tergantung dari bagaimana wartawan menilai sebuah realitas. Menurut Carey realitas bukan sesuatu yang diberi melainkan realitas sebagai sesuatu yang diproduksi. Menurutnya pandangan konstruksionis adalah fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan apa yang ada dibenak wartawan yang melihat fakta tersebut.
2. Media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstruksionis media bukan sekedar saluran yang bebas, melainkan subjek yang mengkonstruksikan realitas. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak, media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, tetapi media juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa yang nantinya akan dilihat dan dipahami oleh khalayak.
3. Berita bersifat subjektif atau konstruksi realitas. Pandangan konstruksionis mempunyai penilaian yang berbeda dalam menilai objektivitas jurnalistik,

karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan suatu peristiwa yang dilakukan oleh wartawan tentu berbeda dengan wartawan lainnya.

4. Wartawan bukan pelapor, ia agen konstruksi realitas. Kaum konstruksionis melihat wartawan seperti aktor atau agen pembentuk realitas, realitas dibentuk dan diproduksi tergantung bagaimana proses konstruksi berlangsung. Dari pernyataan diatas dapat disebutkan bahwa *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita, cara pandang ini yang pada akhirnya menentukan perbedaan ketika penyampaian isi berita oleh masing-masing wartawan atau media.

Ada terdapat berbagai defenisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Seperti yang dikatakan Frank D. Durham, dalam (Eriyanto 2002:77-79) *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti yaitu:

- 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 tersebut mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi lain.
- William A. Gamson : Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi maka peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara

bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan. Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serata untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

- Todd Gitlin : Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalak pembaca.
- David E. Snow dan Robert Benford: Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem, kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
- Amy Binder: Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung.
- Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki : Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

2.5.1. Model *Framing* William A. Gamson

William A. Gamson adalah salah satu ahli yang paling banyak menulis mengenai framing. Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media disatu sisi dengan pendapat umum di sisi yang lain. Dalam pandangan Gamson,

wacana media adalah elemen yang penting untuk memahami dan mengerti pendapat umum yang berkembang atas suatu isu atau peristiwa. Pendapat umum tidak cukup kalau hanya didasarkan pada data survei khalayak. Data-data itu perlu dihubungkan dan diperbandingkan dengan bagaimana media mengemas dan menyajikan suatu isu. Sebab, bagaimana media menyajikan suatu isu menentukan khalayak memahami dan mengerti suatu isu. Baik pendapat umum maupun wacana media mempunyai hubungan parallel (Eriyanto,2002:253).

Perubahan dalam pendapat umum, mempengaruhi perubahan pendapat umum. Setiap sistem berinteraksi antara satu dengan lainnya: wacana media adalah saluran individu mengkonstruksi makna, dan pendapat umum adalah bagian dari proses melalui mana wartawan dan pekerja media membangun dan mengkonstruksi realitas yang disajikannya dalam berita. Wacana media adalah salah satu bagian dari wacana publik. Media, dalam perspektif ini, memainkan peranan dan fungsi yang kompleks. Media adalah bagian dari proses produksi budaya). Model ini membagi struktur analisis menjadi tiga bagian yaitu:

- *Media package* merupakan asumsi bahwa berita memiliki konstruksi makna tertentu.
- *Core Frame* merupakan gagasan sentral.
- *Condensing symbol* merupakan hasil pencermatan terhadap perangkat simbolik (*framing device*/perangkat framing dan *reasoning device* / perangkat penalaran).

2.5.2. Perangkat *Framing* Gamson

Melalui perangkat *framing* dari Gamson membantu untuk melihat makna yang berada dibalik sebuah teks berita atau editorial yang ditampilkan media. Ada

dua perangkat *framing* yang menjadi ide sentral untuk memahami isu dalam sebuah teks berita maupun editorial (Eriyanto, 2002: 263-265):

1. *Framing device* (perangkat *framing*)

Perangkat ini berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam tesk berita. Perangkat *framing* ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora tertentu. Semua elemen tersebut dapat dikemukakan dan ditandai serta merujuk pada gagasan atau ide sentral tertentu.

2. *Reasoning device* (perangkat penalaran)

Kalau yang pertama berhubungan dengan pemakaian kata, atau kalimat, atau metafora tertentu yang merujuk pada gagasan tertentu maka perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks tersebut, khalayak akan menerima pesan itu sehingga tampak sebagai kebenaran, alamiah, dan wajar. sebaliknya, kalau dalam suatu teks tidak terdapat elemen penalaran demikian, gagasan akan tampak aneh, tidak beralasan, dan orang dengan mudah mempertanyakan pesan atau gagasan tersebut.

- Perangkat framing (*framing devices*)

1. *Methapors* (perumpamaan atau pengandaian)

2. *Catchphrases* (frasa yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana). Ini umumnya berupa jargon atau slogan.

3. *Depiction* adalah penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.

4. *Exemplar* adalah mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian yang memperjelas bingkai.
 5. *Visual images* adalah gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.
- Perangkat penalaran (*Reasoning Divices*)
 1. *Roots* yakni melakukan analisis kausal atau sebab akibat yang terdapat dalam sebuah teks berita atau editorial.
 2. *Appeals to principle*, menemukan premis dasar, klaim-klaim moral yang terkandung dalam kalimat pada teks berita atau editorial.
 3. *Consequences* adalah menemukan efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai yang dibentuk oleh pembuat berita.

2.5.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Framing* Media

Isi media dipengaruhi oleh faktor internal, dari dalam institusi media sendiri dan faktor eksternal, di luar institusi media. Shoemaker dan Reese membagi faktor-faktor tersebut ke dalam lima level, yaitu yang paling kecil (individual level) dipengaruhi oleh level yang lebih besar, demikian seterusnya hingga level terkakhir (Dosi, 2012:76-800):

1. Faktor-Faktor Internal media:
 - a. Individual Level

Pada level ini, terdapat pengaruh potensial yang berasal dari faktor intrinsic komunikator massa, yaitu:

- Seperti gender, etnis, orientasi politik dan latar belakang pribadi
- Kepercayaan, perilaku dan nilai pribadi yang dianut oleh komunikator massa tersebut dan mempengaruhi latar belakang profesionalitasnya.

b. *Media Routines Level*

Diartikan sebagai sebuah pola rutinitas, suatu bentuk berulang yang bisa dilakukan oleh pekerja media untuk melakukan pekerjaan media. Media menghasilkan seperangkat peraturan dan menjadi bagian integral dan profesionalisme media.

c. *Organizational Level*

Merupakan sebuah kesatuan sosial. Formal, dan ekonomi yang mempekerjakan awak media untuk memproduksi isi media, yang memiliki tujuan-tujuan tertentu dan terstruktur secara birokratis.

2. Faktor-Faktor External Media

a. *Extramedia Level*

- Sumber informasi
- Pengiklan dan audiens
- Kontrol pemerintah
- Pasar dan Teknologi

b. *Ideological Level*

Ideologi mengatur cara kita melihat dunia nyata dan diri kita sendiri serta mengontrol apa yang kita lihat sehingga menjadi nyata atau

natural. Samuel Becker memandang ideology sebagai suatu kerangka pemikiran yang dipergunakan untuk melihat dunia nyata dan sebagai pedomaan dalam bertindak.