

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Framing (Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

Teori mengenai *framing* yang kita kenal saat ini, pada awalnya dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Dahulu, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas.¹² Dalam perkembangan terakhir, konsep ini digunakan untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.¹³

¹² Sobur, Analisis Teks Media, h. 161-162.

¹³ Ibid, h. 162.

Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut.¹⁴ Oleh karena itu sebuah berita tidak selalu didapati objektif karena akan mudah sekali terjadi manipulasi yang menguntungkan pihak perilis berita tersebut.

Framing, seperti dikatakan Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Hal ini juga penting untuk memunculkan kesan objektif pada media tersebut.

Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki mendefinisikan framing sebagai strategi komunikasi dalam memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita.

Penulis mengambil pendapat yang sedikit berbeda dari George Junus Aditjondro dalam Arifatul Choiri Fauzi, mengartikan *framing* sebagai sebuah penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, tetapi dibelokkan secara halus, memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, bantuan foto, karikatur, dan menggunakan alat ilustrasi lainnya.¹⁵ Hal ini membuat seakan

¹⁴ Bimo Nugorho, Eriyanto, Franz Sudiarsis, *Politik Media Mengemas Berita* (Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 1999), h. 21.

¹⁵ Arifatul Choiri Fauzi, *Kabar-kabar Kekerasan dari Bali* (Yogyakarta: LKIS, 2007), hal 28.

tidak terjadi pembelokkan karena media tidak mengemasnya secara kasar dan membabi buta.

Efektifitas *framing* yang telah banyak terbukti mumpuni membuka peluang pihak-pihak lain turut ikut campur dan memanfaatkan proses ini. Menurut Aditjondro, proses *framing* tidak hanya melibatkan pekerja pers, tetapi pihak-pihak yang bersengketa dalam kasus-kasus tertentu dan masing-masing berusaha menampilkan sisi-sisi informasi yang ingin ditonjolkan dengan menyembunyikan sisi-sisi lain serta mengaksentuasikan pada kesahihan pandangannya dengan mengacu pada pengetahuan, ketidaktahuan, dan perasaan pembaca. Proses *framing* media massa sebagai arena di mana informasi masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya didukung oleh pembaca.¹⁶

Pendapat-pendapat tersebut memberikan kesimpulan bahwa *framing* dapat dilakukan semua media. Mereka menyajikan informasi realitas, mengungkap sebuah peristiwa namun tidak menutup kemungkinan adanya pembelokkan secara halus yang sulit terdeteksi tanpa teori khusus.

Dalam penulisan ini, *framing* yang digunakan adalah model Zhongdang Pandan Gerald Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki, wacana media merupakan proses kesadaran sosial yang melibatkan tiga pemain, yaitu sumber, jurnalis, dan *audience* dalam memahami budaya dan menyangkut dasar-dasar kehidupan sosial

¹⁶ Arifatul Choiri Fauzi, *Kabar-kabar Kekerasan dari Bali* (Yogyakarta: LKIS, 2007), hal 29.

yang telah diatur, sedangkan *framing* yang digunakan oleh kaum *konstruktivis* dalam menguji wacana media difokuskan pada konseptualisasi teks media kedalam dimensi yang bersifat empiris dan operasional berupa struktur sintaksis (*syntactical structures*), struktur naskah (*script structures*), struktur tematik (*thematic structures*), dan struktur retorik (*rethorik structures*).

Dalam *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki, unit pengamatan terhadap teks nya lebih komprehensif dan memadai, karena selain meliputi seluruh aspek yang terdapat dalam teks (kata, kalimat, parafrese, label, ungkapan), perangkat tersebut juga mempertimbangkan struktur teks dan hubungan antar kalimat atau paragraf secara keseluruhan. Model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki yang dimaksud adalah :

Tabel 1: Struktur Wacana dan Perangkat Framing (Diadopsi dari Nugroho, dkk, 1999)

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
SINTAKSIS (Cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema berita	<i>Headline, lead, latar</i> infomasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan berita	5W+1H (<i>Who, What, When, Where, Why + How</i>)

<p>TEMATIK</p> <p>(Cara wartawan menulis fakta)</p>	<p>3.Detail</p> <p>4.Maksud</p> <p>5.Nominalisasi</p> <p>6.Koherensi</p> <p>7.Bentuk kalimat</p> <p>8.Kata ganti</p>	<p>Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar-kalimat</p>
<p>RETORIS</p> <p>(Cara wartawan menekankan fakta)</p>	<p>9.Leksikon</p> <p>10.Grafis</p> <p>11.Metafor</p> <p>12.Pengandaian</p>	<p>Kata, idiom, gambar, foto, grafik</p>

1. Struktur Sintaksis

Sintaksis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pengaturan dan hubungan kata dengan kata atau dengan satuan lain yang lebih besar¹⁷. Sedangkan dalam tataran wacana, struktur sintaksis terdiri atas susunan atau kerangka dari sebuah penyusunan artikel atau wacana berita. Struktur sintaksis biasanya ditandai oleh “struktur piramida terbalik” dan oleh aturan-aturan atributif (penandaan) sumber. Piramida terbalik ini mengacu pada pengorganisasian bagian-bagian struktur yang runtut, seperti *headline* (judul utama), *lead* (kepala berita atau pendahuluan), *episode* (runtutan cerita), *background* (latar belakang), *danending* atau *conclusion* (penutup atau kesimpulan).

¹⁷ <http://kbbi.web.id/sintaksis>

Namun tidak selamanya struktur penulisan itu terdiri dari seluruh hal di atas. Terkadang struktur penulisan hanya terdiri dari hal umum saja seperti kepala berita, isi dan penutup. Melalui struktur sintaksis ini kita dapat mengetahui seperti apa seorang penulis berita memaknai kejadian yang ia liput dan akan dibuat seperti apa berita tersebut.

Seorang wartawan bisa menekankan suatu isu tertentu dengan berbagai cara melalui struktur sintaksis tertentu pula. Ia dapat meletakkannya pada judul utama, runtutan cerita maupun kesimpulan. Pada umumnya isu akan ditekankan pada judul utama atau *headline*. Karena posisi ini jelas sangat mencolok dan menjadi hal pertama yang disimak seorang pembaca.

Ini artinya dapat dikatakan bahwa *headline* merupakan *framing device* yang paling penting. Alat (*device*) selanjutnya adalah *lead* yang ada dalam sebuah cerita atau tulisan surat kabar. Di *lead* inilah biasanya dapat diketahui *angle* mana yang lebih ditekankan oleh reporter atau wartawan. Pada bagian tengah (*episodes*) dan latar (*background*) para wartawan biasanya memaparkan fakta secara kronologis. Di bagian inilah kita akan memperoleh kesan dari isi surat kabar tersebut apakah cukup objektif, berimbang, atau berpihak. Di bagian ini pula bisa dikaji lebih jauh tentang *framing device* melalui tiga cara, yaitu (1) pengakuan validitas empiris atau pengutipan sumber atau perolehan data, (2) menghubungkan pandangan-pandangan sumber berita yang dianggap pokok, dan (3) memisahkan pandangan-pandangan sumber lain yang kurang populer.¹⁸

¹⁸ Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki, *Framing Analysis*, h. 60.

Objektivitas dan netralitas suatu pemberitaan media juga dapat dilihat melalui struktur sintaksis ini. Untuk dapat dikatakan objektif, sebuah pemberitaan media harus memiliki tiga unsur pokok. Pertama, unsur keseimbangan (*balancing*), yang meliputi keseimbangan dalam jumlah kalimat atau kata yang digunakan oleh wartawan dalam memaparkan fakta. Sebuah fakta peristiwa yang sama akan diuraikan oleh dua orang wartawan secara berbeda dalam jumlah kalimatnya. Keseimbangan juga mencakup narasumber atau sumber yang dikutip. Seorang wartawan yang sedang membuat berita dari suatu peristiwa bisa saja memilih sumber berita sesuai kehendaknya, bahkan menentukan sendiri proporsional masing-masing sumber yang membuat berita tersebut dapat condng ke pihak tertentu.

Kedua adalah unsur kebenaran berita, yang terdiri atas empat hal pokok, yaitu adanya fakta atau peristiwa yang diberitakan, jelas sumbernya, dimana tempat terjadinya, dan kapan waktunya. Ketiga, relevansi antara judul berita dengan isinya serta kesesuaian antara narasumber yang dipilih dengan tema atau fakta yang diangkat.

Suatu berita dapat dikatakan objektif apabila telah memenuhi semua kelengkapan objektivitas yang telah disebutkan di atas. Sebaliknya, apabila suatu berita tidak memenuhi kelengkapan-kelengkapan tersebut maka dapat dikatakan berita kurang dan bahkan tidak objektif.

Selain objektivitas berita, struktur sintaksis ini juga dapat melihat netralitas pemberitaan. Pada umumnya netralitas berita ini meliputi komposisi narasumber yang terdiri dari tiga kelompok, yakni (1) yang pro (setuju) dengan ide, fakta atau

tema yang diangkat, (2) yang kontra (tidak setuju) dengan tema berita yang hendak disampaikan, dan (3) yang netral (tidak berpihak). Begitu juga netralitas dari isi berita itu sendiri, apakah isi berita tersebut memihak, menentang atau netral. Netralitas ini dapat dilihat secara langsung dari penggunaan kalimat pada *headline* atau *lead*. Judul berita yang diambil dari pendapat narasumber yang kontroversial, misalnya, seringkali menghakimi pihak tertentu secara berlebihan. Ini tidak terlepas dari kepentingan apa yang melatarbelakangi pembuat berita.

2. Struktur Skrip

Naskah (skrip) mengacu pada urutan aktivitas yang mapan dan stabil serta komponen-komponen kejadian yang sudah diinternalisasikan sebagai representasi mental yang terstruktur dari suatu kejadian tertentu. Naskah berita memiliki struktur yang berbeda, di mana ia ditetapkan oleh aturan-aturan yang dalam perspektif Van Dijk disebut *story grammars*.

Struktur naskah dalam wacana, pada umumnya, merupakan kelengkapan berita yang lazim dan terdiri atas unsur-unsur 5W+1H: Siapa (*Who*), Apa (*what*), Kapan (*When*), Di mana (*Where*), Mengapa (*Why*), dan Bagaimana (*How*). Dengan menghilangkan salah satu dari enam kelengkapan berita tersebut, wartawan mampu menekankan atau menghilangkan bagian terpenting dalam mengisahkan sebuah fakta. Sebagai contoh ketika wartawan melaporkan Pertemuan Anggota Komisi III DPR dengan Ketua KPK sehubungan dengan banyaknya anggota DPR yang ditangkap pada tahun 2008. Dalam laporan itu, apabila wartawan mengisahkan fakta hanya dengan memaparkan tiga atau empat unsur kelengkapan berita, seperti *Who* (Anggota Komisi III DPR), *What* (bertemu dengan Ketua KPK), *When* (pada

tanggal 5 Agustus 2008), dan *Where* (di gedung DPR), maka berarti ia hanya mengisahkan fakta itu secara sepintas dan berusaha menutupi maksud pertemuan itu.

Akan tetapi, jika wartawan mengisahkan juga unsur *Why* dan *How* (mengapa dan bagaimana pertemuan itu dilakukan?), barangkali khalayak akan memaknainya secara positif. Pendek kata, struktur naskah dengan kelengkapannya juga dapat dijadikan alat bagi “penonjolan” atau “penghilangan” tema tertentu dalam sebuah berita. Penghilangan salah satu dari keenam unsur objektivitas suatu berita (5W+1H), dalam menguraikan kronologi suatu peristiwa dapat mengakibatkan pemberitaan itu tidak fair dan tidak benar (berita bohong).

3. Struktur Tematik

Struktur tematik sebenarnya merupakan alat analisis untuk melihat bagaimana fakta ditulis, kalimat yang dipakai, serta menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan. Dalam menulis berita, seorang wartawan mempunyai tema tertentu untuk peristiwa dan tema inilah yang akan dibuktikan dengan susunan atau bentuk tertentu. Struktur tematik dapat mengandung sebuah rangkuman dan isi utama. Rangkuman biasanya dijelaskan melalui headline, peranan atau kesimpulan. Sedangkan isi utama adalah bukti yang mendukung hipotesis yang diperkenalkan dan berisi, antara lain: episode, informasi, latar dan kutipan. Dalam mengidentifikasi sub-sub sebuah tema dan

dukungan empirik dapat melalui episode, informasi latar dan kutipan dalam bentuk artikel berita yang sangat kompleks.¹⁹

Untuk mendukung hipotesis dari tema yang dipilihnya itu, wartawan dapat menggunakan “detail”. Pengungkapan kronologi peristiwa secara detail dan lengkap akan dapat mendukung hipotesis dari sebuah tema yang disuguhkan dan tentu saja akan mempengaruhi kesadaran khalayak. Sebaliknya, dengan pengungkapan peristiwa secara sederhana dan tidak detail, wartawan dapat menutupi atau memperkecil fakta yang ingin dihindari atau dibuang. Suatu tema tertentu dapat didukung dengan cara membuat suatu pernyataan yang jelas dan lugas. Adanya proposisi yang dibuat secara eksplisit juga bukan tanpa tujuan, melainkan dimaksudkan agar pembaca dapat memahami maksud yang ingin disampaikan pembuat teks. Untuk kasus atau peristiwa yang dianggap merugikan dirinya atau perusahaannya, wartawan dapat memanipulir fakta dengan menuliskan tema secara implisit dan samar-samar, sehingga para pembaca digiring secara perlahan untuk tidak mempermasalahkan realitas yang ditutupi.

Penggunaan kata yang mengandung unsur generalisasi dan nominalisasi juga akan dipilih oleh wartawan untuk meyakinkan pembaca tentang jumlah pelaku dalam suatu peristiwa. Dengan menyebut “GIDI sebarkan ketakutan”, memungkinkan membuat pembaca berkesimpulan bahwa “Semua Umat Kristiani di Tolikara Menebarkan Ketakutan”. Sebaliknya, dengan memunculkan kata yang jelas, seperti “Oknum Pengurus GIDI di Tolikara Menebarkan Ketakutan” akan menyadari bahwa “Ketakutan hanya disebar oleh oknum GIDI tertentu”.

¹⁹ Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki, *Framing Analysis*, h. 60-61.

Begitu juga posisi bentuk kalimat (urutan kalimat) yang dipilih oleh wartawan akan sangat berpengaruh pada penegasan sebuah tema. Kalimat seperti “Ulama Islam Memrotes Penyerangan Tempat Ibadah”, berbeda maksudnya dengan kalimat “Penyerangan Tempat Ibadah Diprotes Ulama Islam”. Pada kalimat pertama, kata Ulama Islam yang menjadi sentral, lebih ditonjolkan sebagai subjek. Sedangkan kalimat kedua, yang menekankan “Penyerangan Tempat Ibadah” sebagai subjek.

4. Struktur Retoris

Istilah retorika (*rhetoric*) memiliki beragam definisi. Namun dari berbagai definisi, pada prinsipnya terdapat dua hal yang selalul berkaitan dengan istilah retorika. Pertama, aktivitas retorika sering kali berhubungan dengan wilayah politik. Kedua, retorika juga sebagai wacana yang cukup diperhitungkan dalam mempengaruhi khalayak. Dalam hal ini, struktur retoris dimaksudkan sebagai komponen yang digunakan para wartawan untuk menekankan fakta yang diberikan.

Struktur ini menggambarkan pilihan-pilihan gaya bahasa yang disusun oleh para jurnalis dalam hubungannya dengan akibat yang diharapkan. Perangkat *framing* yang termasuk kedalam struktur ini adalah leksikon, grafis, *methapor*, dan pengandaian.

Unsur leksikon menunjukkan pilihan kata dalam suatu kalimat tertentu. Misalnya pada kalimat “Perayaan Idul Adha di Tolikara harus berjalan damai”. Kata “harus” oleh wartawan dapat diganti dengan kata-katalain, seperti “sebaiknya” atau “diharapkan”, dan seterusnya. Tentu pilihan kata yang diambil adalah yang dapat menekankan fakta yang dituliskan.

Pemanfaatan gambar, foto, *angle* foto, grafik, dan data lainnya, termasuk warna dan besarnya ukuran huruf dan foto juga dapat menekankan “pesan” yang ingin disampaikan. Dalam hal ini, termasuk juga penempatan dan ukuran judul berita (dalam kolom). Ada judul yang diletakan pada halaman muka tetapi ada juga yang diletakkan pada halaman lainnya. Ini dimaksudkan untuk memberikan penekanan pesan. Begitu juga penggunaan bahasa yang “fantastik”. Kalimat seperti “Kondisi Tolikara belum terlalu aman” berbeda penekanannya dengan kalimat serupa, seperti “Kondisi Tolikara masih mencekam”.

B. Fungsi Media Massa

Sebagaimana yang telah penulis paparkan di latar belakang masalah, media massa merupakan fenomena yang menjadi hal penting di masa ini. Poin penting yang disampaikan oleh media massa adalah pesan berupa komunikasi massa, hal inilah yang akan terlebih dahulu kita ketahui sebelum masuk kepada fungsi dari media massa.

Salah satu ciri penting dari media massa adalah memiliki sirkulasi yang luas, serta mampu diketahui khalayak umum. Media online yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Detik.com dan Republika.co.id telah menjadi media nasional yang cukup populer dan sering diakses masyarakat, sehingga komunikasi massa yang muncul melalui media tersebut dapat berlangsung secara maksimal. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan

yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.²⁰ Media massa sendiri merupakan sebuah institusi atau lembaga yang memiliki serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasi yang dilaksanakan oleh berbagai tipe komunikasi massa untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan peraturan dan kebiasaan yang berlaku.²¹

Agar pesan yang ingin disampaikan dapat efektif, seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa. Karakteristik atau ciri-ciri komunikasi massa antara lain sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum.

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu. Hal itulah yang membedakan media massa dengan media nirmassa. Surat, telepon, telegram, *handphone* misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa, karena ditujukan kepada orang tertentu.

2. Komunikator pada komunikasi massa bersifat melembaga.

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Artinya di dalam media tersebut terdapat sekumpulan

²⁰ Onong Uchjana Effendy, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h.79.

²¹ Vincent Moscow, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publications, 1996) h. 150.

orang yang melakukan kegiatan seperti pengumpulan, pengelolaan, sampai penyajian informasi.

3. Komunikasi massa berlangsung satu arah.

Komunikasi yang terjadi berlangsung satu arah (*one way communication*). Ini berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan kata lain, wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan dari pembacanya terhadap pesan atau berita yang disampaikannya. Namun walaupun terjadi umpan balik atau reaksi biasanya memerlukan waktu yang tertunda atau disebut juga arus balik tertunda (*delayed feedback*), contohnya dalam surat kabar umpan balik berlangsung melalui surat pembaca.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Acara yang ditayangkan televisi, akan ditonton oleh berjuta-juta pemirsa secara bersamaan merupakan salah satu contohnya.

5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen.

Komunikan atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpencar-pencar, di mana satu sama lainnya tidak saling mengenal (anonim) dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal: jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, dan sebagainya¹³

Untuk memperoleh kejelasan mengenai fungsi komunikasi massa atau media massa, penulis mengambil pendapat Joseph R. Dominick yang membagi prosesnya dalam dua tahap. Pertama kita dapat menggunakan perspektif seorang sosiolog dan meneropongnya melalui lensa lebar seraya mempertimbangkan fungsi-fungsi yang ditunjukkan oleh media massa bagi keseluruhan masyarakat (pendekatan ini disebut juga makroanalisis). Titik pandang ini terfokus kepada tujuan yang jelas dari komunikator dan menekankan tujuan yang tampak itu melekat pada isi media.

Kedua, sebaliknya kita dapat melihatnya melalui lensa *close-up* kepada khalayak secara perseorangan dan meminta kepadanya agar memberikan laporan mengenai bagaimana mereka menggunakan media massa (pendekatan ini dinamakan mikroanalisis). Biasanya hasil dari pendekatan ini menunjukkan hal yang sama dalam arti bahwa khalayak menggunakan isi media massa yang sejalan dengan yang dituju oleh komunikator. Adakalanya tidak sama, khalayak menggunakan media dengan cara yang tidak diduga oleh komunikator.²²

Berikut merupakan fungsi media massa atau komunikasi massa menurut Joseph R. Dominick:²³

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Media massa menyampaikan pesan-pesannya, baik dalam bentuk informasi maupun berita secara terus menerus untuk membuat masyarakat menyadari

²² Ibid, h. 28.

²³ Ibid, hal. 29-31.

perkembangan di dalam lingkungannya. Fungsi pengawasan ini terbagi menjadi dua.

Pertama, Pengawasan Peringatan (*warning or beware surveillance*), pengawasan ini terjadi jika media menyampaikan informasi kepada kita mengenai ancaman angin topan, letusan gunung merapi, kondisi ekonomi yang mengalami depresi, meningkatnya inflasi atau bahaya serangan militer.

Kedua, Pengawasan Instrumental (*instrumental surveillance*), yaitu berkaitan dengan penyebaran informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari. Berita tentang harga barang kebutuhan pokok di pasar, film yang dipertunjukkan di bioskop, produk-produk terbaru adalah contoh pengawasan instrumental.

b. Interpretasi (*interpretation*)

Media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data, tetapi juga informasi beserta interpretasi/tafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu.

Contoh dari fungsi ini adalah tajuk rencana/editorial surat kabar.

c. Hubungan (*linkage*)

Media massa mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat di dalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan. Contohnya hubungan para elit partai politik dengan pengikut-pengikutnya ketika membaca berita surat kabar mengenai partainya yang dikagumi oleh para pengikutnya itu.

d. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai (*transmission of values*) yang mengacu kepada cara-cara di mana seseorang mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok.

e. Hiburan (*entertainment*)

Media massa menghadirkan tayangan-tayangan yang bersifat menghibur bagi pembacanya, yang berguna untuk melepaskan penat dari aktifitas keseharian maupun setelah melihat berita-berita berat.

Dari uraian di atas, fungsi-fungsi komunikasi massa atau media massa yang begitu beragam dapat disederhanakan menjadi empat fungsi saja, yakni: menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to influence*).²⁴

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian adalah media *online* Detik.com dan Republika.co.id. Media online Detik.com dan Republika.co.id adalah portal berita online yang setiap hari aktif memberikan informasi dengan berbagai kolom pilihan seperti nasional, internasional, kesehatan maupun olahraga.

Skripsi ini berupaya melakukan penelitian untuk melihat bagaimana konstruksi realitas yang dilakukan media online Detik.com dan Republika.co.id di dalam pemberitaannya. Menurut Charnley dan James M. Neal dalam AS. Haris Sumadiri, menjelaskan bahwa berita adalah laporan tentang situasi, kondisi,

²⁴ Vincent Moscow, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publications, 1996) hal. 31.

interpretasi yang penting, menarik, masih baru, yang penting disampaikan kepada khalayak.²⁵

C. Ideologi Media

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ideologi diartikan sebagai **ideologi**/*ide-o-lo-gi*/ /idéologi/ (1) kumpulan konsep bersistem yang dijadikan asas pendapat (kejadian) yang memberikan arah dan tujuan untuk kelangsungan hidup (2) cara berpikir seseorang atau suatu golongan (3) paham, teori, dan tujuan yang merupakan satu program sosial politik.²⁶

Jika merujuk pendapat para ahli kita akan menemukan penafsiran yang berbeda-beda terkait dengan ideologi, karena kata ini memiliki arti cukup luas. Penulis mencoba mengutip beberapa pendapat tentang arti ideologi untuk memudahkan kita mengerti ideologi media nantinya.

Menurut Dr. Hafidh Shaleh yang penulis anggap mewakili pandangan ideologi menurut Islam berpandangan bahwa ideologi adalah suatu pemikiran yang mempunyai ide berupa konsepsi rasional, yang meliputi *aqidah* dan solusi atas seluruh problem kehidupan manusia. Pemikiran tersebut harus mempunyai metode, yang meliputi metode untuk menjabarkan ide dan jalan keluarnya, metode mempertahankannya dan metode menyebarkannya ke seluruh dunia.

²⁵ AS. Haris Sumadriana, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalistik Profesional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), h. 64.

²⁶ <http://kbbi.web.id/ideologi>

Sementara itu, Raymond William mengklasifikasikan kata ideologi ke dalam tiga arti. Pertama, ideologi merupakan sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki kelompok atau kelas tertentu. Definisi ini banyak digunakan oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren/saling berhubungan.

Kedua, ideologi merupakan sebuah kesadaran palsu. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori di mana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. Karena kelompok yang dominan mengontrol dengan ideologi yang disebarkan ke dalam masyarakat, maka akan membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu tampak natural, dan diterima sebagai kebenaran. Di sini ideologi disebarkan lewat berbagai instrumen, mulai dari pendidikan, politik sampai media massa. Ketiga, Ideologi merupakan proses umum produksi makna dan ide. Ideologi di sini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna.²⁷

Penulis menyimpulkan bahwa ideologi ini adalah gagasan atau konsep pemikiran yang dimiliki oleh setiap individu. Pemikiran ini akan semakin menguat saat individu-individu itu bersatu dan membuat sebuah kelompok. Kelompok tersebut akan merasa besar dan dominan, dominasinya membuat ia berpeluang menyebarkan gagasan atau pemikirannya tersebut kepada khalayak umum.

Kaitannya dengan skripsi ini adalah penulis menyamakan media massa yaitu dalam hal ini media online Detik.com dan Republika.co.id serupa dengan

²⁷ Eriyanto, Analisis Wacana: *Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKIS, 2007), h. 87-92.

kelompok sosial yang merupakan kumpulan individu sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya. Setiap media massa juga pasti memiliki ideologi yang berujung pada kepentingan tertentu. Hal ini semakin diperkuat dengan sirkulasi luas yang dimiliki Detik.com dan Republika.co.id sehingga membuat dominasinya dalam komunikasi massa mampu menggiring opini yang ada pada masyarakat.

D. Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Paradigma Konstruksionis

