

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Media dan Konstruksi Realitas

Dalam teori paradigma konstruksionis fakta merupakan realita yang dikonstruksi, fakta tidaklah berdiri sendiri melainkan dikelilingi oleh berbagai kepentingan. Termasuk fakta/pengetahuan yang disajikan oleh media masa merupakan hasil konstruksi para jurnalis. Pengetahuan merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer ke pada individu lain yang pasif. Karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi.¹

Dalam kehidupan sehari-hari mungkin orang akan mengabaikan realitas yang ada, tapi pada dasarnya realitas yang terabaikan tersebut merupakan realitas yang teratur dan terpola. Inilah yang ingin ditegaskan oleh Berger bahwa realitas sehari-hari memiliki dimensi yang objektif dan subjektif. Dimensi objektif yang dijelaskan oleh kaum fungsional dan dunia subjektif yang ditekankan ahli psikologi sosial. Dalam sejarah umat manusia, objektivikasi, internalisasi, dan eksternalisasi merupakan tiga proses yang berjalan terus.² Objektivikasi merupakan realitas objektif yang diserap oleh orang. Internalisasi merupakan proses sosial realita

¹ Burhan Bungin, *Imaji Media Massa*, (Jakarta: Jendela, 2001), hal. 11

² Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta; PT Grafindo Persada, 1994) hal.319

objektif dalam suatu masyarakat. Eksternalisasi merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi yang tidak sempurna itu secara bersama-sama membentuk suatu realitas baru. Seperti yang dikutip Eriyanto dari Berger realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Bahwa fakta adalah hasil konstruksi, jadi realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu ada karena dihadirkan oleh subjektifitas wartawan. Realitas tercipta lewat sudut pandang tertentu. Realita dapat dilihat berbeda oleh setiap orang yang berbeda. Hal ini sangat bertolak belakang dengan pandangan positivistik realita bersifat eksternal hadir sebelum wartawan meliputnya. Jadi bagi kaum positifis realita bersifat objektif dan tinggal diliput oleh wartawan.³

Kemudian, melihat dari realitas terjadinya konflik Palestina-Israel Ada benarnya kalau ada yang mengatakan bahwa perang antara Israel dan Palestina bukan merupakan perang agama Yahudi dan Islam. Sesungguhnya hakikat permusuhan dan peperangan kita terhadap Zionis Israel bukan karena mereka bangsa Semit. Permusuhan itu bukan pula karena agama “Yahudi” mereka (Israel). Karena agama Yahudi adalah termasuk agama samawi yang telah dibawa oleh Rasul Allah Musa Alaihissalaam.

³ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta; LKIS 2002) hal. 15

Pada hakikatnya motif pertikaian dan permusuhan kita dengan Zionis Israel, yaitu karena mereka (Israel) telah mengobarkan api peperangan di mana-mana, merampas tanah warga Palestina, merampas kehormatannya dan membantai penduduk tak berdosa secara keji dan biadab. Peperangan yang dilakoni oleh kaum Muslimin terhadap Zionis itu adalah demi kebenaran, menegakkan keadilan, dan melenyapkan kezhaliman. Membebaskan tanah Palestina dan negeri-negeri Islam dari cengkraman Zionis Israel dan menyelamatkan warganya dari kehancuran, adalah termasuk perang *fi sabilillah* yaitu perang di jalan Allah.⁴

2. Strategi Media Massa Dalam Melakukan Konstruksi Realitas

Pada hakekatnya isi media adalah konstruksi realita dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Dengan demikian bahasa adalah nyawa bagi kehidupan media masa. Karena tanpa bahasa baik verbal maupun nonverbal rekayasa realita dalam media masa tidak akan tercipta.

Berikut ini adalah strategi media masa dalam konstruksi realitas yang berujung pada pembentukan citra. Dalam buku Analisis Teks Media yang ditulis oleh Alex Sobur ada tiga hal yang bisa dilakukan media dalam mengkonstruksi realitas yaitu dengan pemilihan symbol (Fungsi bahasa), pemilihan fakta yang akan disajikan (Strategi framing) dan kesediaan memberi tempat (Agenda setting)

⁴ Konflik Palestina - *Perang Agama atau Perang di Jalan Allah?*, Jan 11th, 2009 (<http://blog.wiemasen.com>, diakses 11 Januari 2009)

3. Dampak Dari Konstruksi Media Massa

Sebuah realita bisa dikonstruksi dan dimaknai secara berbeda oleh media lain. Hasil dari konstruksi dari media tersebut juga akan berdampak besar kepada khalayak. Dampak tersebut diantaranya.

1. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu

Media adalah tempat dimana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas yang terjadi di sekitar mereka. Dengan demikian konstruksi yang disajikan media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana. Seperti yang dikutip Eriyanto dari W. Lance Bennet Regina G. Lawrence dalam bukunya analisis framing menyebutkan bahwa peristiwa sebagai ikon berita. Apa yang diketahui khalayak tentang suatu realita disekitarnya tergantung pada bagaimana media menggambarannya.⁵ Sebuah ikon yang ditanamkan oleh media sebagai pencitraan dari sebuah realita akan diingat kuat oleh khalayak.

2. Mobilisasi Massa

Media merupakan alat yang sangat ampuh dalam menarik dukungan publik, dan berkaitan dengan opini publik. Bagaimana media mengkonstruksi bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas realita yang sama. Oleh karena itu media harus dilihat sebagai tempat dimana setiap kelompok yang berkepentingan terhadap suatu realitas saling bertarung merebutkan dukungan dari publik, dan saling mengkonstruksi realita sesuai dengan kepentingannya. Konstruksi

⁵ Eriyanto, *Analisis Framing*,... hal. 150

tersebut dapat digunakan untuk meyakinkan khalayak bahwa peristiwa tertentu adalah peristiwa besar yang harus mendapatkan perhatian yang seksama dari khalayak.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas

Dalam mengkonstruksi sebuah realita banyak faktor yang mendukung dalam mengkonstruksi realita. Diantaranya adalah faktor Ekonomi, Politik, Ideologi

1. Ekonomi

Tidak bisa dipungkiri bahwa faktor ekonomi sangat mempengaruhi dalam membentuk suatu realita. Telah kita ketahui bahwa fungsi pers adalah sebagai alat edukasi penyaji informasi tapi dengan adanya pers industri fungsi pers menjadi berubah. Dengan alasan mencari profit akhirnya idealisme pers menjadi semakin tergeser dengan adanya kepentingan pemodal. Sebagaimana yang diketahui sekarang banyak sekali media yang bermunculan, tentunya untuk menutup biaya operasionalnya media harus mendapatkan sponsor atau biasa disebut dengan iklan. Terkadang pihak sponsor atau iklan tersebut menjadi nyawa bagi media tersebut, sehingga kalau tidak ingin bangkrut apapun yang menjadi keinginan pihak sponsor mau tidak mau harus dituruti oleh pihak media. Lebih lanjut karena adanya kepentingan pemodal inilah akhirnya berita yang disajikan tidak lagi murni menyajikan informasi melainkan telah disusupi oleh kepentingan pemodal. Apalagi jika kapitalis telah menjadi nafas dari

pers mau tidak mau perspun harus tunduk kepada kapitalis demi kelangsungan hidup medianya.

2. Politik

Kepentingan politik juga sangat dominan dalam pembentukan realita. Dalam urusan politik setiap tindakan haruslah menuai suatu keuntungan. Begitu pula dengan pemberitaan media haruslah ada yang menguntungkan dari segi politik.

3. Ideologi

Media berperan mendefinisikan bagaimana realita seharusnya dipahami dan kemudian disajikan kepada khalayak. Dalam sebuah penyajian berita ada yang pro dengan realita tersebut tapi ada yang tidak sepakat dengan realita tersebut. Yang tidak sepakat dengan realita tersebut bukan tanpa sebab tetapi ada faktor yang mempengaruhinya. Realita yang sama bisa dimaknai dan dijelaskan secara berbeda karena memakai kerangka politik yang berbeda. Masyarakat atau komunitas dengan ideologi yang berbeda akan menjelaskan dan meletakkan peristiwa yang sama kedalam peta yang berbeda, karena ideologi menempatkan bagaimana nilai-nilai bersama yang dipahami dan diyakini bersama-sama dipakai untuk menjelaskan berbagai realita yang terjadi setiap hari.⁶ Tak terkecuali ideologi ini juga akan mempengaruhi media dalam menyajikan suatu realita, ini terkait dengan sudut pandang yang dipakai oleh media tersebut.

⁶ Eriyanto, *Analisis Framing*,... hal. 128

Idiologi dalam arti netral bergantung pada isinya kalau isinya baik, idiologi itu baik, kalau isinya buruk (misalnya membenarkan kebencian), dia buruk.⁷

Ketika media dikendalikan idiologi yang ada dibaliknya, media sering dituduh sebagai perumus realitas atau dengan kata lain sebagai pengkonstruksi realita. Sesuai dengan ideologi yang melandasainya berita bukan menjadi cermin realitas melainkan gambaran tentang pemaknaan terhadap realita tersebut. Dalam hal ini idiologi tersebut menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara "tersembunyi" dan mengubah pandangan setiap orang secara tidak sadar.

5. Perspektif Dakwah

Kemajuan teknologi dan perkembangan komunikasi, telah membawa manusia ke era globalisasi, sehingga memiliki kontribusi yang cukup besar dalam membangun peradaban manusia. Dengan runtuhnya orde lama di Indonesia maka khususnya media cetak mulai bangkit setelah lama bungkam bak air terjun yang mengalir dengan deras. Media massa mulai menuai kebebasannya, hal ini sangat membanggakan sekaligus perlu diwaspadai karena dengan banyaknya surat kabar maka akan timbul kompetisi diantara lembaga pers. Bahkan pesan-pesan yang disampaikan kepada publik akan membuat pesan tersebut menjadi ambigu, paradoks bahkan kontradiksi.

⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2006) hal. 67

Sebagai umat Islam kita dituntut untuk mampu memilah dan menggunakan media massa untuk melakukan dakwah dengan tulisan/pena (Dakwah Bil Qolbi, DBQ), melalui rubrik internasional yang umumnya di surat kabar harian, mingguan, tabloid, majalah-majalah, atau buletin-buletin internal. Seperti dalam firman Allah SWT:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (104)

“Dan hendaklah ada diantara sebagian kamu sekelompok orang yang senantiasa mengajak kepada kebaikan, memerintahkan yang makruf dan mencegah yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”
(Q.S. Al - Imran :194).⁸

Dakwah sendiri ditinjau dari segi bahasa berasal dari kata bahasa arab yaitu “Dakwah” dari kata Da’a Yad’u yang berarti panggilan, ajakan dan seruan. Menurut Drs. H.M. Arifin, M.Ed, dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan atau ajakan baik dalam tulisan, lisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian kesadaran sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat diambil beberapa unsur pengertian pokok yaitu; pertama, dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain. kedua, penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa amar ma’ruf nahi munkar. Ketiga, usaha

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’a, dan Terjemahnya*, (Toha Putra: Semarang, 1995), hal.93

tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan tercapainya kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dan keempat, Dakwah dapat dilaksanakan dan disampaikan secara individu maupun kelompok. Selain itu juga dari definisi tersebut dalam prosesnya juga mempunyai beberapa unsur yaitu:

1. Subyek dakwah (Da'i) orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan baik sebagai individu, keluarga atau kelompok yang berbentuk organisasi atau lembaga.⁹
2. Materi dakwah: isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u yaitu: tentang keIslaman.¹⁰ Menurut hamzah materi dakwah ini dibagi menjadi empat bagian yaitu: *pertama*, Aqidah Islam (tauhid dan keimanan). Kedua, pembentukan pribadi yang sempurna atau akhlak. Ketiga, pembentukan masyarakat yang adil dan makmur (fiqih). Keempat, kemakmuran dan kesejahteraan dunia dan akhirat.¹¹
3. Media dakwah, dalam penelitian ini adalah Koran Kompas dan Republika, yang tergolong media dakwah karena isi dari koran tersebut mengandung materi-materi dakwah yang berhubungan dengan kemakmuran dan kesejahteraan kedaulatan Negara. Media dakwah di sini bisa dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi kepada khalayak umum secara tertulis dari beberapa sumber dan realitas yang dikumpulkan oleh pegiat pers.

⁹ Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 1993), hal. 46

¹⁰ Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,... hal. 60

¹¹ Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1991), hal. 30

4. Metode dakwah menurut Syukur adalah seperangkat ilmu pengetahuan yang mempelajari cara-cara berdakwah untuk mencapai dakwah yang lebih efektif dan efisien¹². Dengan kata lain cara kerja dakwah guna mencapai aktivitas dakwah yang tepat.
5. Obyek dakwah, orang yang menjadi sasaran dakwah atau kepada siapa dakwah itu disampaikan, yaitu individu atau kelompok, baik golongan awam, menengah serta kalangan atas. Orang Islam maupun non Islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Dengan kata lain para khalayak/ pembaca/ Koran Kompas dan Republika.

Dari sini dapat dikatakan bahwa jurnalistik juga termasuk dalam sebuah aktivitas dakwah, jika didalamnya mempunyai salah satu dari unsur-unsur dakwah tersebut.

Dari beberapa komponen dakwah dan jurnalistik ini dapat ditarik pengertian, jurnalistik adalah upaya untuk menarik khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di dunia, apakah peristiwa atau pendapat seseorang. Jika pemberitaannya menarik perhatian khalayak yang sesuai dengan ideologi Islam yaitu Al-Quran dan Al-Hadist, akan merupakan bahan bagi jurnalistik yang disebarluaskan bagi khalayak.

Jurnalistik merupakan salah satu dari metode *dakwah bil qalam* tidak jauh berbeda dari jurnalistik pada umumnya, karena memiliki beberapa

¹² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ihlas 1981) hal. 64

peran dari fungsi yang hampir sama. Beberapa peran dan fungsi dakwah tersebut menurut Ahmad Y. Samantho, antara lain:

1. Mendidik masyarakat Islam (*Ta'dimul Ummah*).
2. Mencari dan menggali informasi/ pengetahuan serta merta memberi dan menyebarkan informasi (*ta'lim*) yang benar dan bermanfaat.
3. Melakukan seleksi, *filterisasi* dan cek *ricek* (*tabayyun*) terhadap berbagai informasi global untuk membentengi umat Islam dari pengaruh buruk informasi (fitnah) global.
4. Mengajak dan menasehati umat dengan cara yang baik untuk mengikuti jalan hidup Islam yang di ridhoi oleh Allah.
5. Menyampaikan dan membela kebenaran (*tawa sau bi-haq*).
6. Membela dan menegakkan keadilan sosial bagi umat manusia dan bagi seluruh rakyat Indonesia dan dunia.
7. Memberi kesaksian dan mengungkap fakta dengan adil.
8. Memerintahkan kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah yang kemungkaran (*nahi munkar*).
9. Menghalalkan yang baik dan mengharamkan yang buruk.
10. Memberi peringatan pada pelaku kejahatan atau dosa (*nadziron*), memberi kabar gembira/hiburan kepada para pelaku kebaikan (*basyiron*).
11. Membela kepentingan kaum lemah (*imdad al-mustadh'afin*) dan membebaskan ummat dari beban dan belenggu dari yang memasung mereka.

12. Memelihara dan menjaga persatuan dan kesatuan ummat. Yang membedakan hanyalah pada kegiatan dakwah sifatnya mengajak kepada amar ma'ruf nahi munkar¹³.

Setiap metode dakwah yang dilakukan, pasti mempunyai kekurangan dan kelebihan. Begitu juga dengan dakwah bil Qalam. Dalam bukunya *Problematika Dakwah*, Aqib Suminto mengatakan bahwa, "keistimewaan yang dimiliki oleh media ini dan tidak terdapat pada media lain ialah, bahwa media ini bisa dinikmati atau dibaca berulang-ulang sehingga bisa benar-benar mempengaruhi sasarannya."¹⁴ Disamping kelebihan yang dimiliki, dakwah bil Qalam juga memiliki kelemahan dan kekurangan serta keterbatasan pada mereka yang bisa membaca dan dapat memahami bahasa pers. Selain dari pada itu, bilamana surat kabar atau majalah serta tabloid itu dapat dibaca akan menghabiskan uang yang relatif banyak dibanding dengan media yang lain.¹⁵

6. Teknik Framing Dan Konsep Model Zhondhang Pan Dan Gerald M Kosicki

Menurut Etnman, framing berita dapat dilakukan dengan empat teknik, yakni pertama, *problem identifications* yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan nilai positif atau negatif apa, *causal interpretations* yaitu identifikasi penyebab masalah siapa yang dianggap penyebab masalah, *treatmen rekomnedations* yaitu menawarkan suatu cara penanggulangan

¹³ Achmad Y. Samantho, *Jurnalisme Islam panduan praktis bagi aktivis Muslim* (Jakarta: Haraka, 2002), hal. 2

¹⁴ Aqib Suminto, *Problematika Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Puji Mas, 1983), hal. 54

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al- Ikhlas, 1983), hal.

masalah dan kadang memprediksikan penanggulannya, *moral evaluations* yaitu evaluasi moral penilaian atas penyebab masalah.¹⁶

Ada dua konsep framing yang saling berkaitan, yaitu konsep psikologis dan konsep sosiologis. Dalam konsep psikologis, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas. Sedangkan konsep sosiologis framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya Dalam Zhondhang Pan Dan Gerald M Kosicki, kedua konsep tersebut diintegrasikan. Konsepsi psikologis melihat frame sebagai persoalan internal pikiran seseorang, dan konsepsi sosiologis melihat frame dari sisi lingkungan sosial yang dikonstruksi seseorang.

Dalam model ini, perangkat framing yang digunakan dibagi dalam empat struktur besar, yaitu sintaksis (penyusunan peristiwa dalam bentuk susunan umum berita), struktur skrip (bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam berita), struktur tematik (bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau antar hubungan hubungan kalimat yang memberntuk teks secara

¹⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*,... hal. 172

keseluruhan), dan struktur retorik (bagaimana menekankan arti tertentu dalam berita).¹⁷

B. Kajian Teoretik

1. Teori Ko-Orientasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Ko-orientasi oleh Mcleod dan Chaffe (1973), Fokus dari teori ini adalah komunikasi antar kelompok dalam masyarakat yang berlangsung secara interaktif dan dua arah. Pendekatan ini memandang sumber informasi, komunikator, dan penerima dalam suatu situasi komunikasi yang dinamis. Hubungan antar elemen-elemen tersebut dituangkan dalam bagan yang menyerupai layanglayang.¹⁸

Dalam teori ini 'elite' biasanya diartikan sebagai kekuatan politik yang ada dalam masyarakat/negara. Peristiwa atau topik atau issue adalah perbincangan atau perdebatan yang muncul dalam masyarakat/kelompok, dimana dari sini akan muncul berbagai informasi.

Sedangkan publik adalah kelompok atau komunitas dalam masyarakat yang berkompeten dengan peristiwa yang diinformasikan dan sekaligus sebagai audience dari media. Sementara itu media mengacu pada unsur-unsur yang ada di dalam media itu sendiri, seperti wartawan, editor, reporter, dan sebagainya, Garis yang menghubungkan antar elemen ini memiliki sejumlah interpretasi dapat berupa hubungan, sikap ataupun

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media*,...hal 255

¹⁸ Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta; Universitas terbuka:1994)

persepsi. Demikian pula arah dari garis tersebut bisa dianggap sebagai komunikasi searah ataupun dua arah. Teori ini menjelaskan bahwa informasi mengenai suatu peristiwa dicari dari atau didapat dari anggota masyarakat dengan mengacu pada pengalaman pribadi, sumber dari kalangan elite, media massa, atau kombinasi ketiganya. Relevansi dari teori ini terletak pada situasi yang dinamis yang dihasilkan oleh hubungan antara publik dengan kekuatan politik (elite) tertentu, pada sikap publik terhadap media dan pada hubungannya antara elite dengan media. Perbedaan atau pertentangan antara publik dengan elite dalam mempersepsi suatu peristiwa akan membawa pada upaya mencari informasi dari media massa dan sumber-sumber lainnya. Perbedaan ini dapat pula membawa arah upaya elite untuk memanipulasi persepsi publik dengan cara langsung mencampuri peristiwa tersebut atau dengan mengendalikan media massa.¹⁹ Kerangka acuan yang digunakan teori ini dapat diperluas dengan melibatkan sejumlah variabel dari elemen-elemen utama teori ini (publik, elite, media, dan peristiwa).

2. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial dikemukakan oleh L Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang obyektif melalui proses eksternalisasi (usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam keadaan

¹⁹ Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*.....hal 181

mental maupun fisik). Setelah proses eksternalisasi, akan terjadi proses obyektivasi, yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan eksternalisasi manusia.

Manusia juga mempengaruhi realitas sosial yang subyektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial). Dengan demikian, manusia dan masyarakat (komponen dan realitas sosial) saling membentuk. Menurut teori ini masyarakat bukanlah produk, tetapi sebagai yang terbentuk.²⁰ Menurut pandangan kontruksionis, realitas tidak bersifat obyektif karena realitas tercipta lewat kontruksi dan pandangan tertentu. Fakta dan realitas bukanlah sesuatu yang langsung diambil dan menjadi bahan berita.

Fakta yang sama bisa menghasilkan fakta yang berbeda ketika ia dilihat dan dipahami dengan cara yang berbeda. Dalam pandangan kontruksionis, media bukanlah saluran yang bebas karena media juga mengkontruksi realitas, disertai dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Media dipandang sebagai agen kontruksi sosial yang secara aktif mendefinisikan realitas untuk disajikan kepada khalayak. Media memilih realitas mana yang dipakai dan yang tidak dipakai. Dengan demikian, berita adalah hasil kontruksi sosial yang melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai wartawan atau media.

²⁰ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media*.....hal. 13-15

3. Analisis Framing

Analisis Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media.²¹ Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (story telling) media atas cerita. Dalam framing ada dua dimensi besar yang menjadi bagian dalam proses pembentukan konstruksi realita oleh media masa. Pertama adalah aspek seleksi isu, aspek ini berhubungan dengan seleksi fakta yang harus dipilih untuk disajikan. Dalam aspek seleksi isu ini fakta yang ada diseleksi, fakta yang tidak sesuai dengan kepentingan media tersebut akhirnya tidak dipilih karena dianggap tidak menguntungkan.

Dalam proses seleksi isu ini aspek pertimbangan untung rugi sangat mempengaruhi dalam pemilihan fakta yang disajikan. Bagian kedua adalah penonjolan aspek isu tertentu. Dalam aspek penonjolan isu tertentu, isu yang tidak sesuai dengan kepentingan media tersebut akan dikesampingkan dan tidak akan dimunculkan. Sebaliknya aspek yang menguntungkan mendapat ruang yang besar dan terus dipublikasikan. Sehingga khalayak terhegemoni oleh isu tersebut. Proses pembentukan dan konstruksi realita tersebut hasil akhirnya ada bagian-bagian tertentu yang ditonjolkan dan ada bagian-bagian yang lain disamarkan atau bahkan dihilangkan. Aspek yang tidak ditonjolkan kemudian akan terlupakan oleh khalayak karena khalayak digiring pada satu realitas yang ditonjolkan oleh

²¹ Eriyanto, *Analisis Framing*,...hal. 225

media tersebut. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Di tambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan dengan berita tersebut.²² Disini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih menyentuh dan diingat oleh khalayak. Pengonstruksian fakta tergantung pada kebijakan redaksional yang dilandasi politik media. Salah satu cara yang dipakai atau digunakan untuk menangkap cara masing-masing media membangun sebuah realitas adalah dengan framing. Analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisa teks media. Analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisa fenomena atau aktivitas komunikasi.

Dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain, dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok (di headline depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi dan simplifikasi. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Dengan framing kita juga bisa mengetahui bagaimana perspektif atau cara

²² Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 167

pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif ini pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan hendak dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Gamson dan Modigliani, peneliti yang konsisten mengimplementasikan konsep framing, menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (package) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Menurut mereka, frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Kemasan (package) adalah serangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan. Package adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. Package tersebut dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang terorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan–muatan di balik suatu isu atau peristiwa. Keberadaan suatu package terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu atau proposisi dan sebagainya, awalnya elemen dan struktur wacana tersebut mengarah pada ide tertentu dan mendukung ide sentral suatu berita. Disini media member ikan ruang

kepada salah satu realita untuk terus ditonjolkan. Dan ini merupakan sesuatu realita yang direncanakan oleh suatu media untuk ditampilkan. Dalam menampilkan suatu realita ada pertimbangan terkait dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan.

Secara selektif media menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Seperti menyunting bahkan wartawan sendiri memilih mana berita yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain. Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu.

Ada dua aspek dalam framing, yaitu.

a. Memiliki fakta atau realitas

Proses pemilihan fakta adalah berdasarkan asumsi dari wartawan akan memilih bagian mana dari realitas yang akan diberitakan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan memilih *angle* dan fakta tertentu untuk menentukan aspek tertentu akan menghasilkan berita yang berbeda dengan media yang menekankan aspek yang lain.

b. Menuliskan fakta

Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Cara penyajian itu meliputi pemilihan kata, kalimat,

preposisi, gambar dan foto pendukung yang akan ditampilkan. Tahap menuliskan fakta itu berhubungan dengan penonjolan realitas. Aspek tertentu yang ingin ditonjolkan akan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Di IAIN Sunan Ampel Surabaya sendiri penelitian yang menggunakan metode analisis teks Framing masih jarang. Dan baru sedikit digunakan oleh mahasiswa IAIN terutama Fakultas Dakwah. Diantara penelitian tersebut yang relevan dengan penelitian yang saya lakukan adalah :

1. Yazidul Khoir

Judul skripsi yang diambil yazidul khoir adalah Analisis Framing Isu Kenaikan BBM Majalah Pillar Dan Majalah Tempo. Yazidul Khoir merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya jurusan Prodi Komunikasi angkatan 2005 Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yazidul Khoir menemukan bahwa Majalah Pillars dalam memaknai, melihat kenaikan BBM merupakan masalah ekonomi politik yang disebabkan oleh naiknya harga BBM dunia. Kedua inefisiensi dalam tubuh Pertamina karena Pertamina telah menjadi korporasi yang kebablasan. Ketiga pemerintah sekarang merupakan pemimpin yang mewarisi kesalahan dari rezim sebelumnya. Majalah Pillar mengajak pembaca untuk menolak kenaikan BBM. Sedangkan Majalah Tempo juga memaknai peristiwa ini sebagai peristiwa ekonomi politik tapi Majalah Tempo dalam

pemberitaanya mendukung adanya kenaikan BBM dan kenaikan BBM tidak akan menyengsarakan rakyat karena adanya dana kompensasi BBM. Dalam penelitian terdahulu penelitian ini memiliki kemiripan dari segi metodenya yakni menggunakan analisis framing. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yazidul Khoir menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan Kosicki dimana perangkat framing yang digunakan adalah *Sin taksis* (cara wartawan menyusun fakta), *skrip* (cara wartawan mengisahkan fakta), *tematik* (cara wartawan menulis fakta), *retoris* (cara wartawan menekankan fakta).

Letak perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Yazidul Khoir dengan penelitian ini terletak pada unit analisis dan objek kajiannya. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Yazidul Khoir meneliti pemberitaan-pemberitaan kenaikan BBM pada Pillar dan majalah Tempo.

2. Zainal Ibad

Judul skripsi yang diambil Zainal Ibad adalah Analisis Framing pemberitaan banjir lumpur panas PT Lapindo Brantas di Harian Kompas dan Surya Edisi 1 Juni – 15 Juni 2006. Zainal Ibad merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya jurusan Prodi Komunikasi angkatan 2006. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zainal Ibad menemukan bahwa koran harian Kompas tentang lumpur panas Lapindo lebih mengedepankan sisi human interest dan magnitude yang menekankan pada dampak yang diakibatkan oleh semburan lumpur panas Lapindo. Sedangkan konstruksi pemberitaan harian Surya juga tidak lupa

untuk memuat unsur berita human interest dan magnitude, selain itu pemberitaan Surya juga mengandung unsur proximity, mengingat bencana ini masuk wilayah Jawa Timur. Hal ini sesuai dengan sebaran Surya yakni Jawa Timur. Dalam penelitian terdahulu penelitian ini memiliki kemiripan dari segi metodenya yakni menggunakan analisis framing. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zainal Ibad menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan Kosicki dimana perangkat framing yang digunakan adalah *Sintaksis* (cara wartawan menyusun fakta), *skrip* (cara wartawan mengisahkan fakta), *tematik* (cara wartawan menulis fakta), *retoris* (cara wartawan menekankan fakta).

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Zainal Ibad dengan penelitian ini terletak pada unit analisis dan objek kajiannya. Di mana penelitian yang dilakukan oleh Zainal Ibad meneliti pemberitaan Lumpur Lapindo pada harian Surya.

3. Ulfatur Rasyidah

Dengan judul "PESAN DAKWAH DI MEDIA CETAK" (Analisis Framing Terhadap Kasus Lengsernya Soeharto Di Majalah Aula Dan Suara Hidayatullah). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis framing dengan model penelitian yang dikemukakan oleh Hongdang Pan dan Gerald M Kosicki.

Dalam ulasannya peneliti memaparkan tentang majalah Aula dan Suara Hidayatullah yang menyikapi perkembangan sosial-politik bangsa Indonesia melalui kacamata Islam. Majalah Aula mebingkai bahwa

demonstrasi mahasiswa benar-benar bertujuan untuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar dan dilakukan dengan jalan damai, maka harus didukung. Sedangkan Suara Hidayatullah memfokuskan gerakan mengenai gerakan mahasiswa dengan membidik kesatuan aksi mahasiswa muslim Indonesia (KAMMI) sebagai ikon baru gerakan mahasiswa Islam dikarenakan berangkat dari jaringan lembaga dakwah kampus (LDK). KAMMI dianggap mampu mempraktikkan aksi damai dengan manajemen organisasi rapi serta memiliki ribuan anggota yang solid dan istiqomah dalam perjuangan dakwah.

4. Muthmainnah

Dengan judul "ANALISIS FRAMING PESAN DAKWAH TAYANGAN WAK KAJI SHOW JTV" lebih mengulas tentang bagaimana pesan teks yang disampaikan oleh da'i (Abdullah Said) lebih banyak muatan humornya dibanding dengan isi pesan dakwah itu sendiri. Bahkan peneliti menuliskan tentang nilai-nilai sosial yang kurang baik dalam tayangan tersebut, diantaranya: (1) bahasan materi inti lebih sedikit dari bayolannya, (2) bahasa yang digunakan "kasar" untuk audien yang bersifat umum, (3) Isi cerama tidak memberi solusi, dan (4) pewarnaan yang kurang tajam pada gambar sehingga tidak memberi interest pada pemirsa yang menyaksikan tv di rumah.

5. Fathurrahman Taufik

Pada tahun 2004 dengan judul "POLITISASI AGAMA DALAM BINGKAI MEDIA" (Analisis Framing Rubrik Kajian Pemilu Harian JP).

Dalam penelitian ini fokus penelitian yang diambil lebih pada pencarian latar belakang media dalam melakukan penonjolan agama untuk dipolitisasi dengan menggunakan bingkai media. Dari beberapa penerbitannya media sering kali membuang sisi yang lain, dari sinilah terlihat beberapa media telah melakukan konstruksi pesan.

6. Rohmah Hidayati, 2007

Dengan judul penelitian "KONSTRUKSI GENDER DALAM MEDIA ISLAM (Analisis Framing Pada Rubrik Baity Jannaty Tabloid Nurani)". Dalam penelitian ini yang menjadi fokus masalah adalah wacana pada rubrik Baity jannaty. Dimana dijelaskan bahwa analisis framing yang dipakai adalah model William A. Gamson. Pembingkai yang dilakukan oleh tabloid Nurani adalah bahwa tugas utama seorang perempuan/ istri adalah sebagai ibu rumah tangga (domestik). Adapun ketika seorang perempuan memutuskan untuk *go public*, maka tugas utamanya untuk mengurus rumah tangga tidak boleh diabaikan, karena bagaimanapun yang wajib untuk mencari nafkah adalah seorang suami.