

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Komunikasi massa memainkan peranan penting bagi perubahan dan dinamika sosial manusia. Berita, dalam konteks komunikasi massa yang berkembang sampai sekarang selalu muncul dalam benak dan pikiran manusia. Berita yang disusun dalam benak manusia bukan merupakan peristiwa manusia. Berita adalah peristiwa itu sendiri. Berita merupakan usaha rekonstruksi kerangka peristiwa yang terjadi. Berita dalam konteks komunikasi massa, lebih merupakan inti yang disesuaikan dengan kerangka acuan yang dipertimbangkan agar peristiwa itu memiliki makna bagi para pembacanya.

Penyampaian sebuah berita ternyata menyimpan subyektivitas wartawan. Bagi masyarakat biasa, pesan dari sebuah berita akan dinilai apa adanya. Berita akan dipandang sebagai barang suci yang penuh dengan objektivitas. Namun, berbeda dengan kalangan tertentu yang memahami betul gerak pers. Mereka akan menilai lebih dalam terhadap pemberitaan, yaitu dalam setiap penulisan berita menyimpan ideologi/latar belakang seorang wartawan. Seorang wartawan pasti akan memasukan ide-ide mereka dalam analisis terhadap data – data yang diperoleh di lapangan.

Berita, pada titik tertentu, sangat mempengaruhi manusia merumuskan pandangannya tentang dunia. Pandangan terhadap dunia adalah bingkai yang

dibuat oleh manusia untuk menggambarkan tentang apa dan bagaimana dunia dipahami. Berbagai pengalaman hidup manusia dimaknai dalam bingkai tersebut. Tanpa adanya bingkai yang jelas, kejadian, peristiwa dan pengalaman manusia akan terlihat “kacau” dan *chaos*. Bingkai pengalaman dapat dilihat sebagai “skenario awal” yang memosisikan setiap pengalaman dan peristiwa dalam plot cerita yang kurang lebih runut, rasional dan sistematis.

Berita adalah sebuah aspek komunikasi dan memiliki karakteristik – karakteristik yang lazim dari proses itu (Sobur, 2006 : 166). Paradigma konstruksionis memandang realita sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Oleh karena itu, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas itu dikonstruksi, dengan cara paradigma itu dibentuk. Media telah menjadi arena perang simbolik pihak-pihak yang berkepentingan. Isi media adalah hasil para pekerja mengkontruksi berbagai realitas yang dipilihnya (Sobur, 2006 : 166).

Tidak semua peristiwa bisa dianggap penting dan dijadikan laporan utama oleh hampir semua media massa. Biasanya yang mendapat tempat di halaman utama adalah berita – berita politik dan ekonomi karena kedua topik tersebut adalah masalah dan perhatian utama di Indonesia. Atau pemberitaan mengenai peristiwa – peristiwa tertentu yang terkait dengan tanggal beredarnya media massa. Contohnya seperti pemberitaan mengenai HIV/AIDS pada tanggal 1 dan 2 Desember, dimana tanggal 1 Desember bertepatan dengan hari HIV/AIDS sedunia.

Penulis ingin melihat bagaimana media mengkontruksi peristiwa atau isu – isu seputar HIV/AIDS. Pemberitaan mengenai HIV/AIDS mungkin bukanlah sebuah berita besar. Namun isu ini menjadi menarik karena didalamnya terkait aspek politik dan sosial tentunya. Isu – isu HIV/AIDS dalam aspek politik terkait dengan kebijakan pemerintah terhadap orang – orang dengan HIV/AIDS yang tertera dalam aturan perundangan menteri dalam negeri no.20. Selain itu, aspek sosial mengenai isu HIV/AIDS jelas seputar tanggapan dan keterbukaan masyarakat mengenai HIV/AIDS yang sampai sekarang masih sangat dianggap tabu dan penderita HIV/AIDS masih sangat dikucilkan. Berbagai pemberitaan dan artikel seputar HIV/AIDS banyak menghias halaman – halaman surat kabar terutama pada tanggal 1 & 2 Desember 2012, karena bertepatan dengan peringatan hari HIV/AIDS sedunia pada 1 Desember.

Berangkat dari isu tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap artikel dan pemberitaan seputar isu HIV/AIDS yang bertepatan pada peringatan hari HIV/AIDS sedunia pada media massa cetak Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja. Meskipun objek pembahasan semua media adalah sama, yaitu seputar HIV/AIDS, namun pembahasan di setiap media pastilah berbeda. Perbedaan ini terlihat dalam banyak hal, antara lain pemilihan sudut pandang (*angle*) penulisan berita, pemilihan judul dan diksi dalam isi berita, tampilan foto dan grafis yang digunakan oleh media cetak yang satu pasti berbeda dengan media cetak yang lainnya. Pembahasan media mengenai HIV/AIDS baik Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja melihat dan menyajikan realitas tersebut kedalam bentuk berita dan wacana yang mana ke

tiganya memiliki komposisi berlainan dan punya cara sendiri – sendiri dalam membingkai dan mengkontruksi suatu pemberitaan dan pembahasan mengenai HIV/AIDS. Hal ini dikarenakan masing – masing wartawan mempunyai kontruksi mengenai HIV/AIDS yang berbeda.

Sebenarnya selain tiga surat kabar tersebut masih ada beberapa surat kabar lain yang membahas mengenai isu HIV/AIDS. Namun peneliti memilih tiga surat kabar tersebut dikarenakan pembahasan mengenai HIV/AIDS di media surat kabar lain terletak pada kolom opini, tajuk dan aspirasi. Sehingga tidak dapat diteliti sebagai sebuah artikel pemberitaan yang obyektif karena penulisannya sudah pasti bersifat subyektif dari hasil pemikiran individu si penulis. Kemudian berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat peneliti melalui internet sebagai media *search engine*, tiga media surat kabar yaitu Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja tidak memiliki catatan negatif dengan isu-isu seputar HIV/AIDS. Sehingga cukup menarik untuk diteliti bagaimana cara wartawan membahas isu sensitif mengenai HIV/AIDS.

Adapun artikel pemberitaan yang akan dipakai peneliti untuk melakukan penelitian total ada 4 artikel berita. Keseluruhan artikel berita tersebut merupakan edisi 1 & 2 Desember 2012. Dua artikel berita dari surat kabar Suara Merdeka edisi 2 Desember 2012 masing – masing berjudul *Peringatan HIV/AIDS Sedunia, Waria Kampanyekan Penggunaan Kondom* dan *Edukasi Bahaya AIDS Lewat Selebaran*. Artikel berita dari Kompas kolom “Lingkungan dan Kesehatan” edisi 1 Desember 2012 berjudul *Penyebaran HIV Meluas, Tingkatkan Perilaku Seks Aman*. Terakhir adalah artikel berita dari Harian Jogja edisi 1 Desember 2012

berjudul *Perlu Mengetahui Status HIV Sejak Dini*. Walaupun setiap tahun ada peringatan mengenai hari HIV/AIDS sedunia, namun peneliti memutuskan untuk mengambil periode tahun 2012 karena jangka waktu penelitian yang tidak terpaut jauh dari waktu pemberitaan diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data-data.

Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja merupakan media cetak yang terkemuka baik di Indonesia ataupun di ranah regional. Ketiganya mempunyai sebaran sirkulasi yang sangat banyak, bahkan untuk Kompas dan Suara Merdeka hampir di seluruh Indonesia. Lihat saja Kompas, sejak tahun 1969 Kompas merajai penjualan surat kabar secara nasional. Pada tahun 2004, tiras hariannya mencapai 530.000 eksemplar, khusus untuk edisi Mingguanya malah mencapai 610.000 eksemplar. Pembaca Koran ini mencapai 2,25 juta orang di seluruh Indonesia. Ketiga media ini mempunyai potensi yang besar untuk memberikan pengaruh kepada pembaca melalui ulasannya.

Penelitian dengan menggunakan analisis *framing* terkait pemberitaan dalam surat kabar nasional juga pernah dilakukan oleh Theresia Srigamayanti. Beliau membuat penelitian dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Surat Kabar Nasional (Kompas dan Koran Tempo) dalam Mengemas Berita Ledakan Tabung Gas Elpiji 3KG (10 & 18 Agustus 2010). Penelitian membahas tentang *framing* pemberitaan mengenai ledakan tabung gas elpiji 3 kg yang dibahas oleh media Kompas dan Koran Tempo. Metode yang digunakan melakukan analisis dengan tahapan seperti pada model Pan dan Kosicki. Analisis dilakukan dengan membagi artikel menjadi 4 struktur yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Di balik perbedaan yang tampak pada pemberitaan setiap media, sebenarnya ada pesan yang lebih dalam yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayaknya, pesan yang berbeda itu ditampilkan lewat perbedaan tampilan foto, penggunaan bahasa, penulisan judul, pemilihan sudut pandang dan pesan merepresentasikan ideologi institusi media cetak yang bersangkutan. Bisa jadi ideologi tersebut merupakan ideologi yang memang dianut oleh institusi media tersebut, atau ideologi yang secara dominan berpengaruh kemudian diadopsi oleh media tersebut. Ideologi itulah yang menjadi dasar dalam kebijakan redaksional tiap media dan pada akhirnya tercermin dalam pemberitaannya.

Setiap institusi media tentunya mempunyai kepentingan dan ideologi yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui pemberitaannya ataupun artikel – artikel yang mereka tulis. Hal ini didukung oleh kapasitasnya sebagai sumber informasi yang mempunyai pengaruh besar dalam membentuk pola pikir masyarakat. Paling tidak, isi media massa memberikan topik pemikiran untuk masyarakat. Hal ini pernah diungkapkan oleh Bernard Cohen, *“The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its reader what to think about”* (Cassata dan Asante, 1979 : 81). Media cetak mungkin tidak selalu berhasil mempengaruhi orang – orang tentang apa yang perlu dipikirkan, tapi media secara mempesona dapat mempengaruhi pembacanya tentang apa yang harus dipikirkan. Melalui berita, artikel, opini, foto dan gambar yang disajikan, media mempunyai kemampuan untuk memberi pengaruh pada masyarakat.

Ideologi media yang tercermin dalam pemberitaan media dapat dipengaruhi oleh banyak hal. Pengaruh tersebut antara lain berasal dari orang – orang yang berada di balik media tersebut. Siapa pemilik institusi tersebut, siapa yang menjadi sumber dana media yang bersangkutan, siapa yang mempunyai relasi dengan media tersebut, dan siapa segment khalayak media itu. Ideologi media akan mempengaruhi proses produksi berita atau artikel yang secara otomatis akan membentuk sebuah *frame* pemberitaan media yang bersangkutan. Akibatnya, secara tidak sadar khalayak yang membaca, melihat atau mendengarkan berita dari media tersebut akan diarahkan untuk mengikuti dan memiliki pola pikir seperti *framing* media. Media akan menentukan peristiwa yang penting untuk diberitakan dan mana yang tidak perlu. Media juga menentukan manakah peristiwa yang akan diangkat menjadi topik utama dan manakah peristiwa yang digolongkan menjadi berita biasa. Khalayak yang menjadi konsumen media digiring untuk mengikuti framing yang diciptakan oleh media itu sendiri.

Setiap institusi media selalu memiliki framing yang berbeda, bahkan untuk satu peristiwa yang sama. Sebagai individu dan sebagai bagian dari institusi media, wartawan atau reporter yang menjadi ujung tombak penyaji berita juga mempunyai *framing* yang berbeda untuk satu peristiwa. Sejak awal proses produksi berita ataupun artikel, yaitu menentukan *angle*, pembuatan question list untuk wawancara, peliputan, dan penelitian, seorang wartawan sudah memiliki otak pemikirannya sendiri. Pendek kata, berita yang disajikan di media massa

sudah bukan lagi cermin dari kondisi yang sebenarnya, namun merupakan hasil seleksi yang dilakukan oleh insan- insan redaksional di sebuah media.

Bagaimana pemahaman masyarakat mengenai dunia sangat dipengaruhi oleh *framing* yang dibuat oleh sumber informasi mereka, dalam hal ini media. Permasalahannya mulai timbul ketika sebuah institusi media memiliki kepentingan politis yang terselubung di dalam pemberitaannya. Tentu saja berita yang disajikan oleh media tersebut akan menjadi bias dan tidak sesuai dengan realita yang sedang terjadi. Celaknya lagi, khalayak konsumennya diarahkan untuk mengikuti pola pikir tersebut dan menjadi sekumpulan massa yang tercipta untuk kepentingan tertentu. Oleh sebab itulah, ada banyak pengamat media yang kemudian melakukan penelitian – penelitian terhadap isi berita di media massa. Penelitian tersebut dimaksudkan dalam rangka melakukan kontrol terhadap media yang menyalahgunakan fungsinya sebagai sumber informasi.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan ulasan pada latar belakang, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana pemberitaan Kompas, Suara Merdeka, dan Harian Jogja dalam mengkontruksi isu seputar HIV/AIDS (1 Desember 2012) yang bertepatan dengan peringatan hari HIV/AIDS sedunia?



### **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana media cetak Kompas, Suara Merdeka, dan Harian Jogja dalam mengkontruksi pemberitaan dan artikel seputar isu HIV/AIDS (1 Desember 2012) yang bertepatan dengan peringatan hari HIV/AIDS sedunia.

### **1.4. Kerangka Teori**

Kerangka teori digunakan sebagai landasan bagi peneliti untuk mengelaborasi data yang diperoleh. Selain itu, kerangka teori digunakan untuk menguatkan pemikiran yang dikeluarkan oleh peneliti sehingga kebenarannya bisa diterima oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ke dalam beberapa bahasan sebagai berikut:

#### **1.4.1 Berita Sebagai Konstruksi atas Realitas**

Melalui bukunya analisis *framing*, Eriyanto (2002 : 17) menyatakan bahwa sebuah teks berupa berita tidak bisa kita samakan seperti sebuah kopi dari realitas, berita haruslah dipandang sebagai konstruksi dari realitas. Seorang wartawan yang meliput sebuah kejadian akan mengkonstruksi ulang apa yang ditangkapnya melalui panca inderanya menjadi sebuah berita. Dalam proses yang disebut peliputan, banyak hal yang mempengaruhi bagian mana dari realitas akan ditonjolkan dan sebaliknya mana yang akan disembunyikan. Dengan demikian dalam sebuah berita, realitas bukan lagi merupakan realitas yang sesungguhnya tetapi merupakan kontruksi yang dilakukan oleh wartawan atas realitas tersebut.

Sebuah peristiwa maupun realitas layak menjadi sebuah berita untuk dipublikasikan kepada masyarakat, diukur dari kelayakannya menjadi sebuah berita (*news worthiness*). Parameter untuk mengukur kelayakannya menjadi sebuah berita disebut nilai berita (*news value*). Oleh karena itu, hal utama yang dipikirkan oleh media untuk menentukan pilihan berita yang akan ditampilkan adalah nilai berita. Di dalam buku “Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media” yang ditulis oleh Ashadi Siregar (1998 : 27) memaparkan unsur – unsur yang menjadi nilai berita :

1. *Significance* : Kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap keturunan mereka.
2. *Magnitude* : Kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik buat pembaca.
3. *Timeliness* : Kejadian yang menyangkut hal – hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
4. *Proximity* : Kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bersifat geografis maupun emosional.
5. *Prominence* : Menyangkut hal – hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca seperti orang, benda, dan tempat.
6. *Human Interest* : Kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

Dalam proses konstruksi realitas, berita sebagai komponen utamanya, tidak lepas dari bahasa. Bahasa adalah unsur utama dalam proses pengemasan berita. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas dan juga merupakan alat konseptualisasi serta alat narasi (Hamad, 2004 : 12). Dicermati lebih dalam, seluruh isi media (cetak atau elektronik) pasti menggunakan bahasa, baik secara verbal (tertulis atau lisan) ataupun non verbal yang berupa gambar, foto, grafik, angka atau tabel. Di satu sisi, keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realita media yang akan muncul di benak khalayak (Hamad, 2004 : 12).

Dengan adanya konsep tersebut bisa dikatakan bahwa pemberitaan yang muncul dalam media massa bisa berbeda-beda walaupun mengangkat topik yang sama. Wartawan sebagai penulis mempunyai kerangka berpikir sendiri-sendiri dalam melihat suatu realita yang ada.

Berita bersifat subyektif di mana media dan wartawan merupakan agen konstruksi. Media menjadi agen konstruksi ketika dalam pemberitaan ia melakukan seleksi dan saliansi atau penonjolan informasi, hingga penggambaran aktor dalam realitas tersebut (Scheufele, 1999 : 106).

Informasi yang didapat wartawan akan melalui proses pemahaman terlebih dahulu baru selanjutnya ditulis menjadi berita. Pada tahapan tersebut, wartawan akan mendapatkan pengaruh dan terpaan dari berbagai hal yang akan mempengaruhi pandangannya dalam penulisan berita. Pada akhirnya berita

bukanlah produk sebenarnya karena dihasilkan melalui ideologi, nilai – nilai serta fakta yang dipahami wartawan dan media.

Tentang proses kontruksi realitas, prinsipnya setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda adalah usaha mengkontruksi realitas (Hamad, 2004 :11). Sehingga dapat dikatakan pembuatan suatu berita di media merupakan penyusunan realitas – realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Tidaklah mengherankan jika apa yang menjadi realitas media seringkali tidak sesuai dengan realitas yang sebenarnya.

Terbitnya berita tak lepas dari kompleksitas organisasi media, yang di dalamnya terdapat pertarungan berbagai kepentingan. Termaksud di dalamnya proses negosiasi dalam dinamika ruang redaksi mengenai pembuatan berita, pemilihan peristiwa, dan penyeleksian isu. Peristiwa tak bisa dianggap sebagai sesuatu yang *taken for granted* ketika ini diterjemahkan dalam berita. Ada proses dialektika antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dengan peristiwa yang dilihatnya.

Sejalan dengan pandangan kaum kontruksionis, yang menganggap berita bukan sebuah informasi. Ada skenario, yang karenanya ada harapan atas pembentukan padangan akan realitas. Menurut kaum kontruksionis pembuatan berita selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai – nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu disajikan, sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai (Eriyanto, 2002 : 7). Sehingga jurnalis atau wartawan bukanlah aktor tunggal dalam proses pemaknaan suatu peristiwa yang akan dituangkan ke dalam bentuk berita.

Melihat kondisi tersebut, berita akhirnya memang tak bisa dikatakan sebagai sajian peristiwa atau fakta arti yang riil, alias kopi dari realitas. Berita yang kita baca pada dasarnya hasil rekonstruksi kerja jurnalistik. Sebab dalam pembuatan berita realitas diserap oleh wartawan kemudian dimaknai sendiri olehnya. Artinya wartawan bebas memberi interpretasi dan pemaknaan pada fakta yang ditemuinya. Konsepsi tentang fakta diapresiasi untuk melihat realitas. Hasilnya adalah prosuk dari interaksi, dialektika, dan pada akhirnya sebuah pengkonstruksian makna.

Dalam pandangan kontruksi berita, media dianggap bukan sebagai saluran informasi yang menyampaikan segala sesuatu secara netral. Lebih dari itu, media merupakan agen konstruksi. Berita bukan lagi dijadikan *mirror of reality* karena atidak lagi mencerminkan kenyataan namun mencerminkan pandangan subyektif (Eriyanto, 2002 : 19). Sehingga konsep media itu netral masih sering dipertanyakan dalam dunia jurnalistik, karena melihat realita yang terjadi kebanyakan media tidak lagi netral melainkan subjektif. Bila dalam pandangan positivis, realita bersifat objektif, maka dalam pandangan kontruksionis justru sebaliknya. Berita bersifat subyektif dimana wartawan merupakan agen kontruksi. Dalam tahapan tersebut, wartawan dan media dapat mendefinisikan pelaku maupun peristiwa sesuai dengan pandangannya. Pada akhirnya berita merupakan prosuk campuran ideologi, nilai, dan fakta yang dipahami wartawan dan media.

#### **1.4.2. Konsep *Framing***

*Framing* adalah sebuah pendekatan bagaimana sebuah peristiwa direkontruksi dan dibentuk oleh media (Eriyanto, 2002 : 68). *Framing* juga

merupakan cara bagaimana sebuah peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menonjolkan aspek tertentu. Media menyeleksi, menghubungkan dan menonjolkan sebuah peristiwa sehingga makna dari sebuah peristiwa tersebut dengan mudah menyentuh dan diingat khalayak.

Dengan menggunakan analisis *framing* terlihat bahwa masing-masing media massa mempunyai penangkapan tersendiri apa berita yang perlu ditonjolkan dan dijadikan focus utama dan mana yang harus disembunyikan atau bahkan dihilangkan. Media juga memiliki cara tersendiri dalam menuturkan sebuah isu, media memiliki *angle*, cara dan gaya masing-masing yang berbeda-beda.

Sebenarnya, tidak ada definisi tunggal mengenai analisis *framing*, beberapa ahli memberikan definisi masing – masing mengenai apa itu analisis *framing*. Analisis *framing* dapat dikatakan memiliki fungsi untuk “membongkar muatan wacana”. Sasaran dari analisis *framing* yaitu menemukan “aturan atau norma” yang tersembunyi di balik sebuah teks. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui perspektif atau pendekatan yang digunakan oleh sebuah media dalam mengkonstruksi sebuah peristiwa. Analisis ini membantu kita melihat secara lebih mendalam bagaimana pesan diorganisasi, digunakan, dipahami (Hamad, 2004 : 23).

Pada dasarnya, analisis *framing* berasal dari paradigma konstruktivisme. Menurut paradigma tersebut, realitas dalam hal ini adalah pemberitaan yang merupakan hasil konstruksi media. Realitas diciptakan demi tujuan tertentu,

sifatnya pun dinamis, artinya dapat dipandang berbeda oleh setiap orang karena memiliki lebih dari satu arti (Eriyanto, 2002 : 24). *Framing* merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi atau menulis berita. Dari cara pandang melihat suatu realitas, akan menentukan fakta apa saja yang akan diambil serta bagian mana yang lebih ditonjolkan agar menarik perhatian khalayak pembaca.

*Framing* juga dipahami melalui dimensi yang berbeda, yaitu dari dimensi sosiologi dan psikologi. Pemahaman dari dimensi ini menjadi penting karena konsep *framing* dalam studi media banyak mendapatkan pengaruh dari sisi sosiologi dan psikologi. Dari pendekatan dimensi psikologi, *framing* merupakan upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi lebih bermakna, lebih mencolok, dan diperhatikan oleh publik (Eriyanto, 2002 : 72). Sedangkan dari dimensi sosiologis, *framing* dilihat sebagai upaya untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita, membentuk berita secara bersama – sama (Eriyanto, 2002 : 80).

Hal ini menguatkan bahwa media sebagai organisasi yang kompleks sehingga ada banyak hubungan yang terjadi di dalam lingkungannya. Dengan demikian, berita merupakan produk dari institusi yang setiap saat dibentuk dan dikonstruksi.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara – cara atau ideologi media saat mengkontruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih

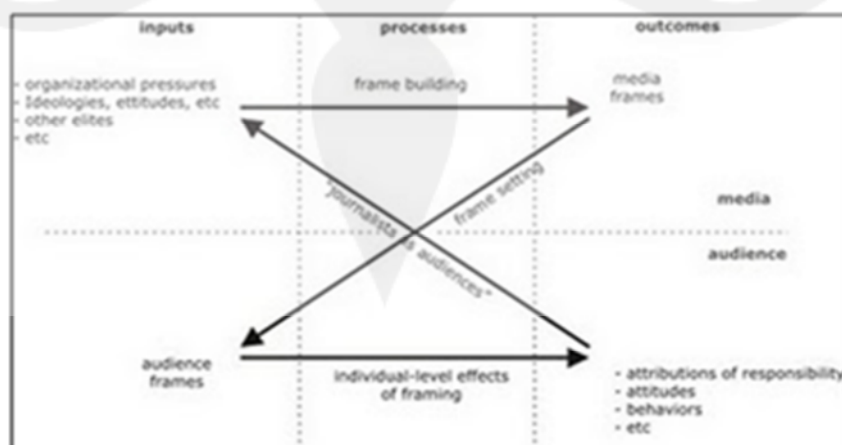
bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2004 : 162).

Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang tersebut yang akhirnya menentukan fakta yang diambil untuk kemudian dikemas dalam sebuah pemberitaan.

Dalam memahami alur dalam proses *framing* yang dilakukan suatu media, peneliti melihat pemikiran Scheufele (1999 : 115) melalui jurnal penelitiannya yang berjudul “*Journal of Communication*”, di dalamnya terdapat alur “*A Process Model of Framing Effect*”. Dari penampang ini, Scheufele menggambarkan adanya alur yang dilewati wartawan serta pengaruh dan tarik menarik kepentingan yang terjadi dalam proses pemberitaan yang akan menjadi konstruksi atas realitas media.

GAMBAR 1

*A Process Model Of Framing Effect*



Sumber : (Scheufele, 1999 : 115)



Melalui alur tersebut, dapat dilihat bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan isi berita. Terlebih, faktor – faktor tersebut tidak lepas dari internal institusi media., individu wartawan, ideologi pemerintah, bahkan terdapat faktor dari aspek komunikasi dengan khalayak atau *audience*. Berdasarkan bagan di atas, peneliti semakin memahami bagaimana pengaruh yang terjadi dalam proses pengkontruksian realitas oleh suatu media. Dari alurnya, proses *framing* terbagi dalam tiga tahap pokok, yaitu *inputs*, *process* dan *outcomes*. Kemudian dilanjut dengan adanya proses *frame buiding*, *frame setting*, *individual – level effect of framing* dan *journalist as audience* (Scheufele, 1999 : 114).

Terkait dengan proses lanjutan, tahap awal dimulai dengan adanya *frame building*. Sudah bukan rahasia umum, dalam menciptakan sebuah berita, seorang wartawan akan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang merupakan *inputs*, seperti *oragnizational pressure*, *ideologies* dan *attitudes*, *other elits* dan lain sebagainya. Keseluruhan faktor tersebut akan mempengaruhi tulisan wartawan yang akan menjadi kontruksi media atau menjadi *frames*. Menjadi hal yang sangat lumrah jika ada pertarungan ideologi yang dimiliki wartawan dengan ideologi lainnya, terlebih yang berasal dari lingkungan media itu sendiri.

Selanjutnya tahap *frame setting*. Tahap ini berisi bagaimana wartawan melakukan penekanan terhadap isu. Pada *agenda setting* lebih menekankan pada isu – isu yang penting dan menyembunyikan isu – isu yang dirasa kurang penting dari perhatian publik. Sedangkan *frame setting* sendiri lebih menekankan pada atribut isu – isu penting (Scheufele, 1999 : 114). Atribut tersebut seperti

pemberian efek *bold* pada judul serta *font* –nya menggunakan ukuran besar supaya tulisan terkesan menonjol. Selain itu, adanya penambahan foto dan grafis serta penempatan berita pada *headline* juga menjadi salah satu atribut yang mengakibatkan suatu berita menjadi menonjol dibanding yang lainnya.

Tahap selanjutnya adalah *individual level – effect of framing* yaitu bagaimana tingkat pengaruh individual yang berupa pengetahuan dan pengalaman dapat mempengaruhi pandangan khalayak dalam memahami suatu berita yang disampaikan media (Scheufele, 1999 : 114).

Hal ini kemudian dapat mempengaruhi tindakan, sikap dan pengaruh kognitif lainnya yang dilakukan oleh khalayak. Perubahan sikap, tindakan hingga level kognitif khalayak dalam memahami isi pesan dari media akan berbeda – beda.

Tahap yang terakhir adalah *journalist as audience* yang berarti bahwa proses pembentukan berita oleh wartawan juga dipengaruhi oleh aspek komunikasi yang dilakukan oleh *audience*. Di sini wartawan memperoleh topik pemberitaan dari apa yang tengah dibicarakan masyarakat atau *issue* sosial, sehingga pemikiran – pemikiran masyarakat tersebut pun menjadi pengaruh (*input*) ketika wartawan membentuk berita (Scheufele, 1999 : 117)

Beberapa tokoh komunikasi memiliki pemahaman yang sedikit berbeda satu dengan yang lainnya tentang *framing*. Menurut Gamson dan Modigliani dalam buku Analisis Teks Media, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan instruksi makna peristiwa –

peristiwa yang berkaitan dengan satu wacana. Sedangkan, menurut Entman masih dalam buku yang sama, menyatakan *framing* terbagi dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek – aspek realitas. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya (Sobur, 2004 : 163).

## **1.5. Metodologi Penelitian**

Menurut Suriasumantri, yang dikutip dari Kriyantono (2008 : 51), metodologi penelitian merupakan suatu pengkajian dari peraturan – peraturan yang terdapat dalam metode riset. Metode merupakan suatu prosedur atau cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah – langkah sistematis. Mengacu pada penjelasan tersebut maka, metodologi dalam penelitian ini akan menjelaskan tentang paradigma penelitian hingga analisis data.

### **1.5.1. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Konsep mengenai konstruktivisme diperkenalkan pertama kali oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Di dalam buku Eriyanto “*Analisis Framing*” (2002 : 41), terdapat empat asumsi yang melekat pada pendekatan konstruktivis. Pertama, dunia ini tidaklah tampak nyata secara langsung pada pengamat, tetapi diketahui melalui pengalaman yang umumnya dipengaruhi oleh bahasa. Terkait dengan topik penelitian, bahasa menjadi alat dalam penyajian pesan. Dalam hal ini bahasa sebagai unsur utama dalam proses pengemasan berita. Melalui teks berita, pemilihan bahasa menjadi kunci media dalam pembentukan konstruksi atas realitas, sebab bahasa tidak hanya menjadi alat untuk menggambarkan realitas.

Kedua, kategori linguistik yang dipergunakan untuk memahami realitas bersifat situasional, karena kategori itu muncul dari interaksi sosial dalam kelompok orang pada waktu dan tempat tertentu. Masih berbicara tentang linguistik berarti berkaitan erat dengan bahasa yang memiliki peranan sebagai penyampai pesan. Dari kategori kedua ini, dapat dipahami bahwa pembentukan teks berita pun dipengaruhi oleh adanya interaksi yang tercipta dalam suatu lingkungan organisasi media.

Ketiga, bagaimana realitas tertentu dipahami pada waktu tertentu dan ditentukan oleh konvensi komunikasi yang berlaku pada waktu itu. Jelas dapat dipahami bahwa realitas peristiwa di lapangan tidak digiring begitu saja menjadi sebuah teks berita, melainkan terdapat hasil interaksi antara wartawan dan fakta atau peristiwa. Dalam pemaparan suatu realitas pun melihat konteks pengalaman, pengetahuan dan interaksi sosial yang meliputi wartawan itu sendiri.

Keempat, pemahaman realitas yang terbentuk secara sosial membentuk banyak aspek kehidupan lain yang penting. Bagaimana kita berpikir dan berperilaku dalam kehidupan sehari – hari umumnya ditentukan oleh bagaimana kita memahami realitas. Tujuan analisis dari paradigma konstruksionis adalah untuk melihat dan mengetahui bagaimana media mengkonstruksi realitas. Dalam analisis konstruksionis, peneliti mencoba memahami dan berempati bagaimana media memberitakan dengan cara tertentu (Eriyanto, 2002 : 41).

Konsentrasi analisis paradigma konstruksivisme untuk menemukan bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002 : 37). Paradigma ini memandang sebuah paparan realitas

yang di dalam teks berita merupakan hasil dari konstruksi “si pembuat”, sehingga realitas peristiwa yang ditampilkan bukanlah peristiwa yang alami. Pendekatan dari paradigma ini juga digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi pemberitaan tentang HIV/AIDS terkait peristiwa seputar hari peringatan HIV/AIDS sedunia. Disamping itu peneliti ingin melihat bagaimana Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja menyajikan isu – isu seputar HIV/AIDS dalam pemberitaan yang diterbitkan.

### **1.5.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan kali ini adalah penelitian kualitatif yaitu data- data yang diuraikan bukan dalam bentuk angka, melainkan dalam bentuk penjelasan atas topik yang hendak diteliti. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan dengan sedalam – dalamnya. Periset adalah sebagai integral dari data, artinya periset ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, periset menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung ke lapangan. Karena itu riset bersifat subjektif dan hasilnya bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono, 2007 : 58).

Penjelasan meliputi level teks media sekaligus pada kebijakan redaksi Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja. Analisis terhadap teks berita dapat menjadi cara untuk mengetahui bagaimana sudut pandang wartawan dalam mengemas atau mengolah berita. Begitu juga dengan mewawancarai pihak redaksi terkait kebijakan surat kabar yang bisa jadi mempengaruhi sudut pandang wartawan dalam mengemas berita. Melihat dari metode pengumpulan data tersebut dipastikan penelitian ini merupakan riset kualitatif karena adanya unsur

wawancara, observasi dan pelibatan langsung peneliti. Selain itu, hasil penelitian yang berupa bentuk ringkasan fakta dan bukan data angka – angka statistik makin menguatkan bahwa penelitian ini bersifat kualitatif.

### **1.5.3. Jenis Data Penelitian**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya (Umar, 2003:56). Data primer dalam penelitian ini berupa klipring pemberitaan seputar isu atau peristiwa yang membahas mengenai HIV/AIDS di surat kabar Kompas, Suara Merdeka, dan Harian Jogja pada tanggal 1& 2 Desember 2012. Alasan dipilih periode pemberitaan ini karena pada tanggal 1 Desember adalah hari peringatan HIV/AIDS sedunia. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, namun telah terlebih dulu dikumpulkan oleh pihak lain (Sugiyono, 2005:62). Data sekunder berupa gambaran umum media dan artikel – artikel yang relevan dengan masalah dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berupa buku-buku komunikasi dan analisis framing yang isinya relevan dan menunjang penelitian. Serta beberapa skripsi atau penelitian terdahulu yang datanya dapat digunakan untuk mendukung serta menguatkan hasil penelitian.

### **1.5.4. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian *framing* merupakan penelitian *multilayered* untuk menganalisis teks berita maupun konteksnya. Maka, dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya dibagi dalam dua tahap yaitu, level teks dan level konteks.

## 1. Level Teks

Level ini digunakan untuk observasi pada teks media. Dalam analisis *framing*, data yang diobservasi adalah pemberitaan seputar isu HIV/AIDS dalam surat kabar Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja periode 1 & 2 Desember 2012. Observasi ini dilakukan untuk melihat posisi berita, bagaimana sikap redaksional yang tercermin dalam berita, bagaimana *frame* media terhadap isu – isu dan peristiwa yang berkaitan dengan HIV/AIDS.

## 2. Level Konteks

Level ini digunakan untuk menggali informasi terkait dengan pemberitaan. Penulis akan melakukan wawancara dengan pihak media yang diteliti berdasarkan pada data yang diperoleh dari hasil analisis teks pemberitaan. Wawancara yang dilakukan juga bertujuan untuk memperoleh informasi dari orang lain. Selain itu wawancara juga mempunyai tujuan untuk melihat bagaimana pandangan media terhadap isu – isu atau peristiwa yang berkaitan dengan HIV/AIDS. Selain itu juga dilakukan studi kepustakaan untuk mencari dan mengumpulkan data berupa tulisan, buku, serta informasi lain tentang objek yang diteliti.

### 1.5.5. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2005:248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan berkerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang akan dapat diceritakan kepada

orang lain. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pemberitaan media mengenai HIV/AIDS adalah analisis *framing*.

Konsep *framing* telah digunakan secara luas dalam literature ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan tautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya (Sobur, 2001:162). Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Melalui analisis *framing* dapat diketahui penonjolan yang dilakukan oleh media pada sebuah teks sehingga dapat diketahui keberpihakan sebuah media. Dalam wacana tentang HIV/AIDS dapat dilihat bagaimana media mengambil sikap tertentu tergantung dari cara pandang sebuah media tersebut yang kemudian dituangkan ke dalam sebuah teks berita. Apakah media dalam hal ini Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja lebih cenderung mengangkat nilai positif seputar isu sensitif tersebut atau kah melakukan resistensi terhadapnya.

Model analisis *framing* yang diperkenalkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menjadi model analisis yang digunakan oleh peneliti dalam



melakukan penelitian terhadap kasus ini. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2002 : 253) menyatakan bahwa proses framing itu sendiri melibatkan dua konsep penting dalam diri individu. Pertama konsep psikologis yang menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, konsep sosiologi yang melihat pada bagaimana seseorang mengklarifikasika, mengorganisasikan dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Perangkat *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dapat dibagi ke dalam empat struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

**Tabel 1**  
**Perangkat *Framing* Pan dan Kosicki**

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat <i>Framing</i></b>	<b>Unit yang Diamati</b>
Sintaksis	Skema	Judul, Lead, Informasi, Kutipan Sumber, Pernyataan, Penutup
Skrip	Kelengkapan Berita	5W + 1H
Tematik	Detail Koherensi Bentuk Kalimat Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
Retoris	Leksikon Grafis Metafora	Kata, Ungkapan, Foto, grafik

(Sumber : Eriyanto, 2002 : 256)

a. Sintaksis

Sintaksis menunjukkan pengertian susunan dari bagian berita dalam satu satuan teks berita secara keseluruhan. Bentuk sintaksis yang paling banyak

dipakai adalah piramida terbalik yang dimulai dengan judul, lead, episode, latar dan penutup. Unit yang diamati dalam sintaksis adalah judul, lead, informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup.

b. Skrip

Salah satu strategi wartawan dalam mengkontruksi berita, bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian – bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang dipakai untuk menyembunyikan informasi penting. Bentuk umum dari struktur skrip adalah pola 5W + 1H (*what, who,, where, why, when, How*).

c. Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis, kalimat yang dipakai, penempatan, dan penelitian sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.

d. Retoris

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin di tonjolkan oleh wartawan.