

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Burung telah lama menjadi salah satu hobi dan lambang keberadaan seseorang dalam adat Jawa. Bahkan memiliki burung sebagai perlambang hobi telah disejajarkan dengan kepemilikan kuda sebagai alat transportasi, keris sebagai alat pertahanan, wisma sebagai rumah dan wanita sebagai lambang kehidupan dan penghidupan. Kelimanya adalah syarat untuk menjadi priyayi.

Kebutuhan akan burung inilah yang agaknya menjadi sebab utama didirikannya Pasar Ngasem. Letaknya yang masih di dalam lingkup Keraton, tepatnya sekitar 400 meter di sebelah barat dari Keraton Jogja, memudahkan para priyayi pada masanya untuk dapat membeli burung di pasar ini.

Sekitar tahun 1960, pemerintah mengeluarkan kebijakan agar penjual burung yang tersebar di beberapa tempat di Yogyakarta pindah ke Pasar Ngasem yang berlokasi dekat dengan objek wisata Tamansari, dengan adanya kebijakan tersebut tak heran jika Ngasem menjadi pusat penjualan jenis burung, hewan peliharaan, sekaligus beragam kebutuhan pokok lainnya. Kendati bercampur dengan pedagang kebutuhan pokok, warga dan wisatawan terlanjur mengenal Pasar Ngasem sebagai pasar burung.

Tidak hanya dikenal sebagai pasar burung saja, namun Pasar Ngasem juga sudah menjadi salah satu daya tarik wisata yang merupakan bagian dari kawasan petilasan Tamansari. Letak Pasar Ngasem yang berhimpitan dengan Tamansari memberikan keuntungan tersendiri bagi pasar ini, tak hanya penggemar burung banyak juga turis yang

menyempatkan diri untuk sekedar mampir atau melihat-lihat Pasar Ngasem sebelum mereka mengunjungi Tamansari

Pasar Ngasem disebut sebagai pasar burung tertua, karena pada tahun 1809 ditempat yang sama dengan berdirinya Pasar Ngasem, telah berdiri “pasar burung”. Setidaknya foto Pasar Ngasem tahun 1809 yang diketemukan sebagai bukti bahwa Pasar Ngasem atau pasar burung telah berusia tua, lebih dari 100 tahun. Pasar Ngasem sekarang memang kelihatan sudah bersih setidaknya dibanding beberapa puluh tahun yang lalu, namun ada yang nyaris tidak berubah darinya yakni “pasar burung”. Tentu, Pasar Ngasem tahun 1809 dengan Pasar Ngasem sekarang sudah mengalami banyak perubahan baik secara fisik maupun dari segi variasi burung atau binatang yang dijual disana.

Pada tahun 2002 isu relokasi Pasar Ngasem sudah mulai muncul dan pihak PEMKOT Yogyakarta sudah beberapa kali melakukan survei untuk relokasi Pasar Ngasem, namun baru tanggal 22 April 2010 rencana relokasi tersebut dilaksanakan. Alasan PEMKOT Yogyakarta untuk melakukan relokasi Pasar Ngasem karena lokasi Pasar Ngasem yang lama akan dikembangkan menjadi pasar tradisional dan pasar cinderamata yang terintegrasi dengan kawasan wisata Tamansari dan menurut PEMKOT kawasan Pasar Ngasem sudah terlalu kumuh.

Walaupun terlihat adem ayam akan tetapi rencana relokasi Pasar Ngasem menimbulkan keresahan bagi para pedagang yang sudah lama berdagang di Pasar Ngasem. Mereka takut di lokasi yang baru pendapatan mereka tidak sebanding dengan pendapatan mereka sewaktu berjualan di Pasar Ngasem karena letaknya yang dekat dengan pusat kota. Selain itu, sejak tahun 1809 ditempat yang sama dengan berdirinya Pasar Ngasem sudah berdiri pasar burung, dan ketika Pasar Ngasem akan digantikan

dengan pasar cinderamata dan pasar tradisional akankah hal tersebut menjadi lebih baik? apakah hal tersebut tidak menghapus sejarah yang sebenarnya keberadaan pasar burung yang dekat dengan Keraton mempunyai cerita tersendiri yang menggambarkan tentang keberadaan seseorang dalam adat Jawa?.

Ketika terjadi konflik dimasyarakat, media massa akan menjadi salah satu saluran komunikasi yang akan memberitakan sebuah peristiwa ke dalam sebuah berita. Begitu pula dengan beragam konflik yang muncul terkait dengan relokasi Pasar Ngasem ini mengundang besarnya perhatian media massa untuk meliput. Ada beberapa media massa yang meliput peristiwa ini yaitu SKH Kedaulatan Rakyat dan SK Harian Jogja.

Objek penelitian mengenai relokasi Pasar Ngasem ialah berita-berita yang dimuat dalam surat kabar di wilayah Yogyakarta seperti Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja yang terkait dengan pemberitaan relokasi Pasar Ngasem selama periode Maret-Mei 2010. Relokasi Pasar Ngasem akan dilakukan pada tanggal 22 April 2010, namun pada bulan Maret 2010 pemberitaan tentang relokasi Pasar Ngasem sudah mulai muncul dimedia, dan Mei 2010 merupakan pasca terjadinya relokasi Pasar Ngasem.

Kedaulatan Rakyat telah terbit selama 64 tahun dan sangat berpengalaman dalam menyajikan berita bagi masyarakat Yogyakarta. Sebagai koran daerah KR berkomitmen untuk mempertahankan amanat rakyat dan menciptakan kedekatan dengan rakyat bawah. Melalui visi mempertahankan amanat dari rakyat dan menciptakan kedekatan dengan masyarakat kalangan bawah peneliti akan melihat bagaimana pemberitaan yang dimunculkan dalam penyajian berita mengenai relokasi Pasar Ngasem.

Mengusung semboyan berbudaya dan membangun kemandirian, SK Harian Jogja diluncurkan pada 20 Mei 2008. Harian Jogja merupakan anak penerbit dari Bisnis

Indonesia Group dan dalam waktu singkat turut meramaikan pasar koran lokal yang ada di DIY dan sekitarnya. Melalui semboyan berbudaya dan membangun kemandirian peneliti ingin melihat bagaimana SKH Harian Jogja menyajikan berita mengenai relokasi Pasar Ngasem.

SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja yang memiliki latar belakang historis lahir di Yogyakarta, ditinjau dari segi geografis kawasan Pasar Ngasem yang terletak juga di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Joga ini mempunyai kedekatan geografis untuk meliput. Sebagai media lokal di Yogyakarta kedua SKH ini mempunyai kepentingan untuk dapat menyajikan dan menyebarluaskan berita terkait relokasi Pasar Ngasem kepada masyarakat Yogyakarta.

Media massa bukanlah sekedar saluran komunikasi yang bebas tetapi juga merupakan agen yang mengkonstruksikan realitas untuk menampilkan suatu wacana tertentu. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Dalam pemberitaannya media massa juga tidak bisa seratus persen objektif, subyektivitas berperan dalam mengkonstruksi realitas. Pandangan khalayak terhadap suatu berita dipengaruhi oleh media, khususnya frame media, bagaimana peristiwa dilihat, ditampilkan dan ditonjolkan oleh media. SKH KR dan Harian Jogja memiliki frame dan keberpihakan tersendiri dalam melihat kejadian tentang relokasi Pasar Ngasem.

Kesadaran akan adanya konstruksi realitas untuk menampilkan wacana tertentu yang dilakukan oleh media menghasilkan sebuah analisis teks media yang mencoba mencari apa, bagaimana dan mengapa konstruksi realitas tersebut dilakukan. Analisis tersebut dikenal sebagai analisis framing karena mencoba untuk mencari tahu framing

sebuah media. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang relokasi Pasar Ngasem di SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja dengan menggunakan analisis framing.

B. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja membingkai pemberitaan relokasi Pasar Ngasem?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkai dan pengemasan oleh Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat dan Surat Kabar Harian Jogja dalam pemberitaan relokasi Pasar Ngasem

D. MANFAAT PENELITIAN

- **Manfaat Praktis**
 - Menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan analisis framing
 - Menambah pengetahuan tentang adanya *frame* berita pada setiap media massa, khususnya *frame* tentang pemberitaan relokasi Pasar Ngasem di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja
- **Manfaat Akademis**
 - Memberikan kontribusi bagi penelitian yang menggunakan metode analisis framing pada Program Studi Ilmu Komunikasi

E. KERANGKA TEORITIK

E.1 Media Massa

Media berarti sarana atau alat, *massa* berarti orang dalam jumlah relatif besar, tidak saling mengenal, heterogen, tidak berada dalam satu tempat, umpan balik langsung tetapi tertunda. Jadi, media massa adalah sarana untuk menyampaikan isi atau pernyataan atau informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar, tersebar, heterogen, anonim, tidak terlembagakan, perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, dan tidak memberikan arus balik secara langsung pada saat itu (Wahyudi, 1991:89-90).

Keberadaan media massa baik media cetak maupun elektronik sangat mempengaruhi proses komunikasi dalam masyarakat saat ini. Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio, internet), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film.

Media massa diterbitkan secara rutin, isi pesannya bersifat umum menyangkut semua permasalahan, mengutamakan aktualitas dan disajikan berkesinambungan. Dalam media cetak seperti surat kabar, komunikasi berjalan satu arah karena pembaca tidak bisa langsung memberikan respon kepada media massa yang bersangkutan, maka umpan balik bersifat tertunda atau tidak langsung. Surat kabar mengutamakan informasi dan berita, kurang menitik beratkan pada hiburan. Namun surat kabar juga harus menyediakan sarana hiburan seperti TTS, cergam (cerita bergambar) yang biasanya terbit pada hari Minggu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1988:872), surat adalah kertas (kain) yang bertulis (berbagai-bagai isi maksudnya). Sedangkan surat kabar yaitu lembaran-

lembaran kertas bertuliskan berita-berita; koran. Menurut waktu penyajiannya surat kabar termasuk dalam *News Bulletin*, terdiri dari kata *News* yang berarti berita dan *bulletin* yang berarti *surat selebaran* atau *secara kilat*. Jadi *news bulletin* berarti berita yang disebarluaskan secara kilat atau cepat. Berita-berita tersebut bersifat hangat, relatif singkat, tidak mendetail, aktual dan penyajiannya sangat terikat pada waktu. (Wahyudi, 1991:123).

E.2 Framing Sebagai Strategi Konstruksi Realitas dalam Media Massa

E.2.1 Aliran Konstruksionisme

Pandangan konstruksionisme menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman dalam Eriyanto (2002:13) menyebutkan bahwa manusia dan masyarakat mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi. Manusia adalah produk dari masyarakat, segala perilaku dan keseharian manusia dibentuk oleh struktur sosial yang ada di masyarakat dimana manusia itu ada. Norma, kebijakan negara, keseharian dalam keluarga dan lingkungan, aturan sebuah institusi yang menaungi manusia tersebut dan banyak faktor lain tentu semakin membentuk manusia dari hari ke hari, teori ini oleh Eriyanto disebut sebagai teori fakta sosial

Sebaliknya manusia juga sangat berpengaruh terhadap terbentuknya sebuah masyarakat. Manusia didefinisikan sebagai individu yang mampu menciptakan identitas bagi masyarakat. Pemaknaan yang terus dibentuk kemudian menghasilkan sebuah realitas bagi masyarakat dalam bentuk norma dan institusi yang diakui bersama. Konstruksi sosial sendiri terbentuk dari dua dimensi realitas, yaitu realitas obyektif dan realitas subyektif.

Kedua realitas kemudian memberikan dasar pemikiran Berger bahwa realitas bukan sesuatu yang *taken from granted* atau diturunkan langsung oleh Tuhan. Namun merupakan suatu yang dikonstruksi dan direproduksi oleh manusia dan masyarakat. Menurut Berger, realitas yang nampak bukan merupakan sesuatu yang bersifat pasti, namun realitas yang bersifat dinamis dan dialektis (Azca dalam Eriyanto 2002:15).

Aliran konstruksi inilah yang menjadi pemikiran mengenai konstruksi berita dalam media massa. Dalam kehidupan modern pemaknaan arti kemudian diproduksi secara profesional dan terinstitusi, sehingga reproduksi yang terjadi menjadi kontinyu dalam bentuk institusi media massa. Maka pemahaman berikutnya adalah tentang konstruksi yang ditawarkan oleh media massa.

E.2.2 Media Massa dan Konstruksi Realitas

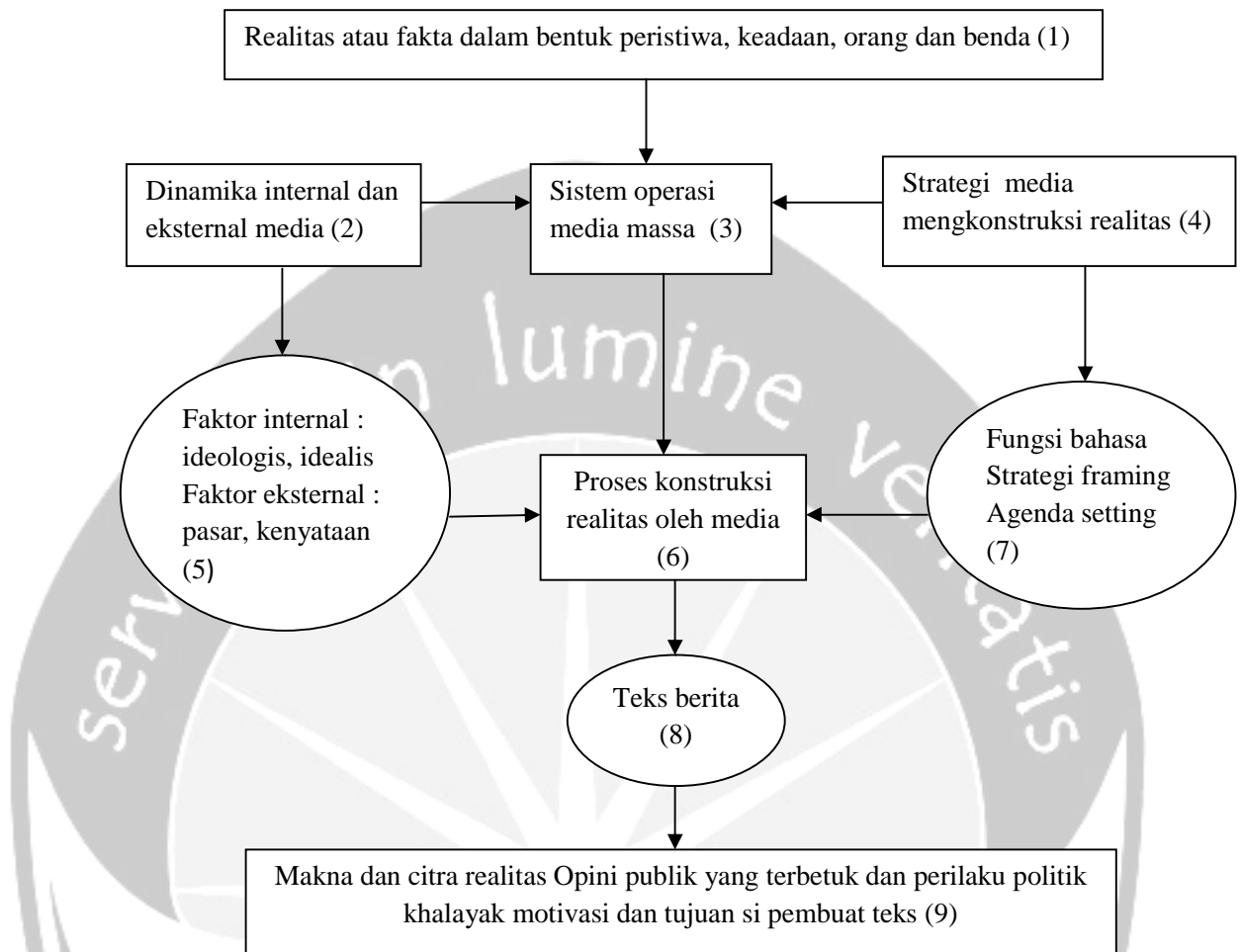
Realitas itu berwajah ganda, setiap orang mempunyai konstruksinya tersendiri dalam melihat suatu realitas. Setiap orang juga dapat menafsirkan suatu realitas sesuai dengan latar belakang pendidikannya, ideologinya, pengalamannya, referensinya dan pergaulan dengan lingkungan sosial. Menurut Berger dalam Eriyanto (2002:15-16) realitas itu dibentuk secara alamiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi sebaliknya ia dibentuk dan dikonstruksi.

Media massa merupakan salah satu saluran yang melakukan konstruksi atas realitas dalam proses produksi berita. Media massa secara aktif menafsirkan suatu realitas yang ditemui di lapangan dan memiliki kemampuan dalam menciptakan citra suatu realitas. Media massa akan melakukan penyeleksian terhadap realitas mana yang akan diambil dan realitas mana yang tidak diambil sebagai berita. Lewat pemberitaan, media massa juga dapat membuat bingkai tertentu dalam menampilkan berbagai peristiwa yang

terjadi sehingga khalayak dapat memperoleh gambaran atau citra suatu realitas dalam sebuah berita.

Berita merupakan laporan tentang suatu peristiwa. Wartawan meliput sebuah peristiwa dan mengemasnya dalam bentuk berita. Wartawan juga melakukan pengumpulan fakta dan selanjutnya mengkonstruksi dan menginterpretasikan realitas sosial. Pekerjaan media massa adalah melakukan pembuatan berita yang diperoleh dari liputan-liputan dengan tema yang beragam. Isi berita dalam media massa merupakan realitas yang telah mengalami konstruksi kembali.

Proses konstruksi realitas oleh media untuk menceritakan sebuah realitas, keadaan dan konflik seperti relokasi Pasar Ngasem. Untuk lebih memudahkan pemahaman tentang bagaimana proses konstruksi realitas maka digambarkan dalam kerangka kerja teori konstruksi realita yang dikemukakan oleh Ibnu Hamad (Hamad, 2004:5), berikut ini:



Berdasarkan kerangka kerja teori tersebut, secara global Ibnu Ahmad menjelaskan bahwa:

Lahirnya sebuah berita (8) dimulai dengan realitas (1). Pengkonstruksian realitas (6) hingga membentuk makna dan citra tertentu (9) pertama-tama tergantung pada factor system media massa yang berlaku (3). Proses pembuatan berita juga dipengaruhi dengan factor internal dan eksternal media (2) dan (5) serta perangkat pembuatan wacananya sendiri (4) dan (7). Dengan kerangka kerja teori tersebut maka bisa diramalkan perbedaan hasil konstruksi realitas antar media yang satu dengan yang lainnya, dan juga bisa menimbang sikap (motivasi) masing-masing media dalam melaporkan sebuah realitas. (Hamad: 2004:4-6)

Mengacu pada kerangka kerja teori di atas, terdapat salah satu faktor yang memberi pengaruh signifikan terhadap proses pembuatan atau pengkonstruksian realitas yaitu sistem operasi media massa (3). Sistem operasi media massa berkaitan dengan

bagaimana media massa menjalankan tugas jurnalistiknya yang mencakup kebijakan redaksional dalam proses produksi berita.

E.2.2.1 Sistem Operasi Media Massa

Jurnalistik adalah proses kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, menulis, dan menyebar luaskan informasi kepada khalyak melalui media massa cetak atau media massa elektronik (Yosef,2009:9)

Tidak semua realitas layak untuk diliput, diolah, diberitakan dan disebarkan kepada khalayak. Tahapan pertama dalam jurnalisme adalah rapat redaksi yang merupakan tahap pertama dalam konstruksi realitas. Penentuan realitas apa yang diberitakan, bentuk berita dan sudut pandang merupakan bentuk konstruksi realitas. Tahap selanjutnya seperti pengumpulan fakta, penulisan berita, penataan letak, penambahan grafis juga merupakan bentuk konstruksi realitas.

Wartawan merupakan seorang yang dapat disebut sebagai pekerja media yang berperan melakukan tugas jurnalisme dan pembentukan isi berita dalam media massa. Dapat dikatakan bahwa wartawan berperan sebagai komunikator yang menciptakan berita dengan mengkonstruksi suatu realitas, sehingga muncul adanya kemungkinan pemberitaan yang dilakukan oleh media massa akan berbeda satu sama lain.

Berita yang dikonstruksi dari realitas berkaitan erat dengan proses pembuatan berita masing-masing media massa. Setiap hari media massa secara teratur memproduksi berita dan proses seleksi itu merupakan keteraturan kerja yang dijalankan setiap harinya. Redaksional media massa terdiri dari wartawan, editor, redaktur, redaktur pelaksana dan pemimpin redaksi yang bertugas untuk menceritakan kembali realitas yang diliputnya. Sudah menjadi rutinitas setiap harinya mulai dari pencarian dan peliputan realitas

dilapangan oleh wartawan, proses editing oleh redaktur dan redaktur pelaksana, kemudian sampai pada proses seleksi berita yang layak muat pada sidang meja redaksi.

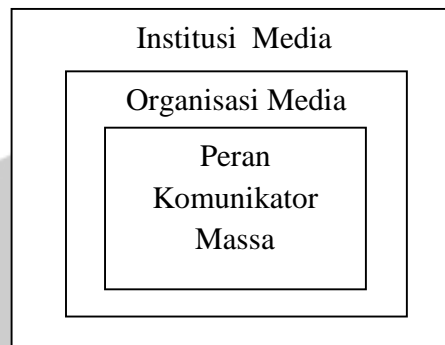
Fishman mengatakan ada dua kecenderungan studi bagaimana proses sebuah berita diproduksi yaitu seleksi berita dan pembentukan berita (Eriyanto, 2002:100-101). Pertama, seleksi berita (*selection of news*). Dalam memilih fakta wartawan melakukan seleksi di lapangan, mana yang akan dipilih dan mana yang tidak akan dipilih. Kedua, pembentukan berita (*creation of news*) yang melihat peristiwa bukan diseleksi melainkan dibentuk. Pandangan ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih disajikan kepada khalayak. Wartawan membentuk realitas mana yang layak disebut berita dan mana yang tidak. Wartawan akan aktif untuk berinteraksi dengan realitas dan orang yang diwawancarainya, dan menentukan bagaimana bentuk dan isi berita yang dihasilkan. Oleh karena itu seorang wartawan dalam melakukan produksi berita sebenarnya melakukan proses rekonstruksi realitas.

E.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas

Berita merupakan hasil dari konstruksi realitas yang tidak bebas nilai. Struktur dan penampilan isi media dalam proses produksi di media massa ditentukan oleh beberapa faktor. Denis McQuail mengemukakan bahwa komunikator, organisasi media, institusi media dan masyarakat memiliki peranan dalam mempengaruhi konstruksi realitas sebuah berita, secara skematis digambarkan sebagai berikut (McQuail, 1987:139)

:

Masyarakat



a. Komunikator Massa

Komunikator massa disini adalah wartawan sebagai pekerja media dalam mengkonstruksi suatu realitas. Sebagai makhluk sosial, wartawan juga mempunyai sikap, nilai, kepercayaan, orientasi tertentu dalam politik, agama, ideologi dan aliran, latar belakang pendidikan, jenis kelamin dan etnisitas dimana semua komponen itu berpengaruh terhadap hasil kerjanya. Wartawan bukan satu-satunya yang menentukan isi media tetapi organisasi media massa dimana wartawan bekerja memiliki visi dan misi tertentu juga akan mempengaruhi isi berita media massa.

b. Organisasi Media

Organisasi media merupakan sistem yang memiliki manajemen tersendiri untuk melakukan suatu produksi berita (McQuail, 1987:137). Sebuah organisasi media massa memiliki visi, misi, susunan tingkatan kewajiban dan wewenang, serta seperangkat kebijakan dan aturan akan mempengaruhi isi berita media massa, sehingga wartawan bukan satu-satunya yang menentukan berita. Seorang wartawan hanyalah pekerja media yang harus patuh pada

peraturan yang ada diperusahaan media massa. Organisasi media memiliki rutinitas yang dilakukan setiap harinya dalam mengolah berita. Organisasi media akan melakukan penyeleksian berita, menentukan suatu berita dengan melihat ukuran layak atau tidaknya sebuah berita disebarluaskan kepada khalayak. Berita yang sudah dihimpun oleh wartawan akan diolah oleh redaktur, redaksi dan di edit oleh editor sebelum dicetak.

c. Institusi Media

Institusi media merupakan instrument yang mampu mempengaruhi khalayak (McQuail, 1987:6). Institusi media berkaitan dengan beberapa faktor yaitu :

- 1) Tipe media : apakah media cetak atau elektronik
- 2) Skala dan jangkauan operasi : mulai dari media lokal, nasional dan internasional
- 3) Kewajiban kerja atau fungsi : terdapat berbagai peraturan dan tuntutan yang berbeda
- 4) Bentuk kepemilikan, pengendalian, atau manajemen : bentuk kepemilikan publik (negara, bentuk pasar komersial, bentuk sukarela, tidak mencari keuntungan), otonom dan memiliki tujuan tertentu.

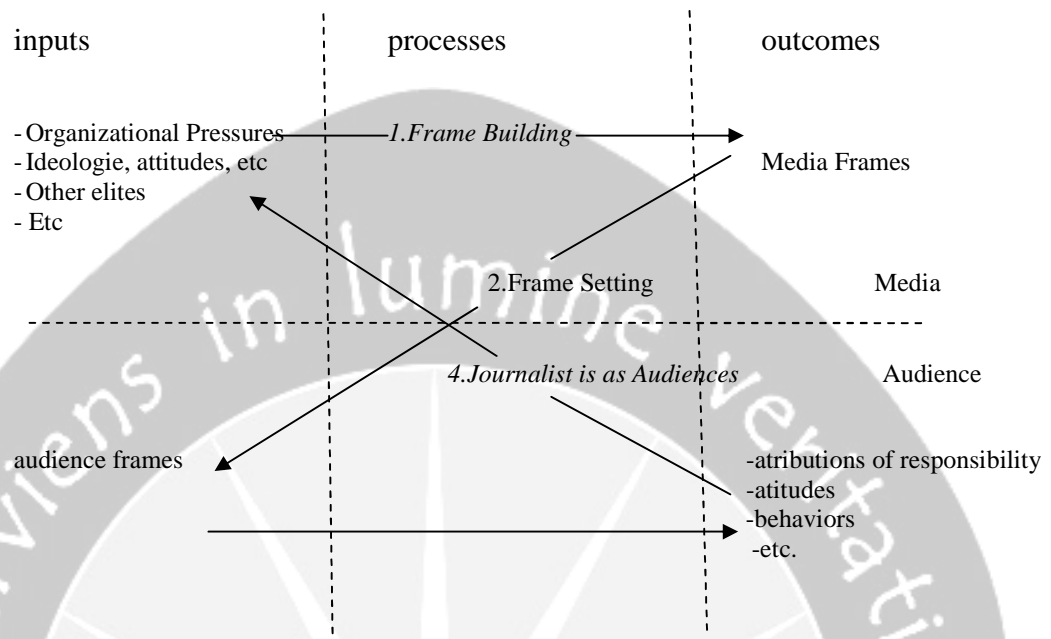
Denis McQuail menyatakan bahwa institusi media selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang berubah (McQuail,1987:140). Hal ini dialami oleh institusi media massa Indonesia, pada masa orde baru dengan sistem otoritarian penguasa berkuasa untuk menentukan dan mengatur isi dalam media massa maka membatasi media massa dalam melakukan

konstruksi terhadap suatu realitas. Akan tetapi sejak memasuki masa reformasi dengan iklim politik yang liberal maka institusi media massa mempunyai kebebasan yang luas dalam mengkonstruksi realitas dengan patokan yang dipakai adalah kebijaksanaan redaksional yang berkaitan dengan ideologi dan kepentingan pemilik media.

d. Masyarakat

Keberadaan media massa ditentukan oleh masyarakat yang akan mengkonsumsi dan menilai suatu pemberitaan dalam media massa. Oleh karena itu sebuah laporan realitas akan memperhitungkan pasar (masyarakat). Jika media massa semakin baik dalam membuat sebuah laporan jurnalistik maka semakin banyak pula masyarakat yang tertarik dan mengkonsumsinya, begitu juga sebaliknya. Media massa akan membuat sebuah berita yang ditujukan supaya masyarakat bisa mendapatkan informasi yang akurat, lengkap, sehingga masyarakat dapat memahami makna dalam sebuah berita.

E.2.3 Proses Framing



Bagan 5 : Proses Model Framing. Diambil dari Scheufele (1999:115)

Dari bagan diatas, bisa dilihat bahwa sebenarnya pengaruh terhadap isi berita dilandasi oleh banyak faktor mulai dari faktor internal institusi media, faktor individu wartawan, ideologi pemerintah hingga pengaruh dari aspek konsumsi *audiens*.

Pada diagram tersebut Scheufele (1999:144) melihat selain ada tiga tahap framing yaitu *inputs*, *proseses*, *outcomes*. Sebenarnya framing masih dapat dilihat dari proses *frame building*, *frame setting*, *individual level effects of framing and as journalist as audience*. Pemikiran Scheufele ini muncul berdasarkan keprihatinan beliau akan beberapa riset konstruksi berita atau framing yang dilakukan oleh beberapa ahli komunikasi sebelumnya masih terpecah-pecah dan belum dapat menjawab pertanyaan bahwa pengaruh referensi yang diperoleh individu sebagai aspek pembentukan *audiences frames*. Maka kemudian beliau

mencoba membuat alur proses yang lebih lengkap untuk melihat pengaruh hubungan antara *frame* yang dibentuk oleh media dan *frame* yang dibentuk oleh *audience* sendiri.

Dalam tahap pertama, yaitu *frame building* akan dilihat faktor apa saja yang mempengaruhi jurnalis dalam membuat kerangka berpikir akan sebuah berita. Faktor-faktor tersebut adalah faktor individu wartawan (ideologi, sikap, dan norma yang dianut wartawan), rutinitas media dan pengaruh eksternal (aktor politik, penguasa, kelompok kepentingan, dan kelompok elite lainnya). Faktor inilah yang dianggap sebagai input dari pertimbangan wartawan dalam menyusun kata demi kata dalam berita yang dibuatnya.

Kemudian dalam *frame setting* adalah bagaimana wartawan melakukan penekanan terhadap isu, pemilihan fakta, penyembunyian fakta, dan pertimbangan lain terhadap berita yang ditulisnya tersebut sehingga relevansi yang lebih nyata terhadap isu yang diangkat. Dalam tahap ini, Scheufele lebih menekankan pada atribut yang membentuk saliansi berita.

Individual level effect of framing adalah bagaimana tingkat pengetahuan dan pengalaman *audience* yang mempengaruhi pandangan khalayak terhadap isi berita yang disampaikan dalam media massa. Hal ini yang kemudian akan mempengaruhi tindakan, sikap dan pengaruh kognitif lainnya yang dilakukan oleh khalayak. Maka faktor perubahan sikap, tindakan, hingga level *kognitif audience* dalam memahami isi pesan media massa akan berbeda-beda berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan lingkungan dimana individu itu berada.

Pada akhirnya proses *journalist is as audiences* mengandung arti bahwa proses pembentukan berita yang dilakukan oleh wartawan juga dipengaruhi oleh faktor konsumsi yang dilakukan oleh *audience*. Jurnalis atau wartawan dalam hal ini juga bertindak sebagai *audience* yang melihat referensi lain dari media massa lain. Wartawan akan melakukan tugas peliputan dan penulisan berita berdasarkan pengalaman mereka sebagai konsumen media massa. Mereka akan membuat berita berdasarkan pertimbangan apa yang dimau oleh masyarakat. Dalam hal ini Rhodeback (dalam Scheufele:1999,117) melihat sebagai hubungan timbal balik dalam proses *top-down*.

F. METODE PENELITIAN

1.Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah konstruksivisme. Pendekatan ini melihat masyarakat bukanlah keadaan yang alami, namun semata-mata adalah proses konstruksi. Fokus dalam pandangan ini adalah berusaha menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa dibentuk (Eriyanto,2002:37)

Dalam pandangan konstruksi tidak ada realitas yang bersifat objektif . Fakta-fakta bukanlah suatu produk yang *taken for granted* akan tetapi sudah dikonstruksi sehingga memproduksi suatu produksi realitas tertentu. Realitas yang dibangun oleh suatu media massa tentu tidak akan bisa lepas dari konteks yang melatar belakangi pembentuk teks berita tersebut. Eriyanto (2003:9) juga turut mendefinisikan konteks sebagai suatu keadaan saat peneliti memasuki situasi dan aspek yang ada diluar teks yang mampu mempengaruhi isi teks media. Eriyanto juga menambahkan bahwa konteks

dapat dilihat dalam pemakaian bahasa, dimana dan kapan teks tersebut diproduksi, dan fungsi dimaksudkan oleh teks tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksi berita tentang Pasar Ngasem di Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja terkait tentang rencana relokasi Pasar Ngasem.

2. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini bermaksud untuk memahami suatu fenomena yang dialami oleh subyek penelitian dalam suatu konteks khusus yang alamiah (Kirk dan Miller (1986:90) (dalam Moeleong,1989:6). Berdasarkan penjelasan ini konteks khususnya adalah mengenai permasalahan relokasi Pasar Ngasem dalam SKH Kedaulatan Rakyat dan SK Harian Jogja. Oleh karena itu, dengan melakukan pengumpulan data yang lebih bersifat konteks maka jenis penelitian yang paling tepat adalah jenis penelitian kualitatif.

3.Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita-berita yang ditulis oleh SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja mengenai pemberitaan relokasi Pasar Ngasem periode Maret-Mei 2010. Dipilih rentang waktu tersebut karena relokasi Pasar Ngasem akan dilakukan pada tanggal 22 April 2010, namun pada bulan Maret 2010 pemberitaan tentang relokasi Pasar Ngasem sudah mulai muncul dimedia, dan Mei 2010 merupakan pasca terjadi nya relokasi Pasar Ngasem.

Kedua SKH ini mempunyai target *coverage* seluruh wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga memiliki kedekatan geografis dengan konflik relokasi Pasar

Ngasem dan mempunyai kepentingan dapat menyajikan dan menyebarluaskan berita terkait relokasi Pasar Ngasem.

Kasus relokasi Pasar Ngasem ini terjadi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga peneliti mengambil SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja karena kedua SKH ini merupakan SKH lokal di Yogyakarta yang memiliki latar belakang historis surat kabar lokal yang lahir di Yogyakarta, namun memiliki visi dan misi yang berbeda.

Kedaulatan Rakyat telah terbit selama 64 tahun dan sangat berpengalaman dalam menyajikan berita bagi masyarakat Yogyakarta. Sebagai koran daerah KR berkomitmen untuk mempertahankan amanat rakyat dan menciptakan kedekatan dengan rakyat bawah. Melalui visi mempertahankan amanat dari rakyat dan menciptakan kedekatan dengan masyarakat kalangan bawah peneliti akan melihat bagaimana pemberitaan yang dimunculkan dalam penyajian berita mengenai relokasi Pasar Ngasem.

Mengusung semboyan berbudaya dan membangun kemandirian, SK Harian Jogja diluncurkan pada 20 Mei 2008. Harian Jogja merupakan anak penerbit dari Bisnis Indonesia Group dan dalam waktu singkat turut meramaikan pasar koran lokal yang ada di DIY dan sekitarnya. Melalui semboyan berbudaya dan membangun kemandirian peneliti ingin melihat bagaimana SK Harian Jogja menyajikan berita mengenai relokasi Pasar Ngasem.

4. Jenis Data Penelitian

Data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan peneliti dimaksud. Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data Primer adalah data yang langsung penulis peroleh dari objek penelitian dan

merupakan data utama yang dikumpulkan sebagai bahan penulisan karya ilmiah ini, dan data ini merupakan data yang berhubungan langsung dengan topik atau permasalahan yang akan dibahas didalam penelitian ini data diperoleh langsung dari informan tentang kenyataan yang ada dilapangan. Adapun data primer yang akan dikumpulkan yaitu berupa teks asli dan hasil wawancara langsung dari pihak media dimana berita itu diproduksi (Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja), dalam penelitian ini sumber asli yaitu berita yang dimuat Kedaulatan Rakyat Harian Jogja berkaitan dengan relokasi Pasar Ngasem. Sedangkan, data sekunder adalah data yang timbul secara tidak langsung dari sumbernya atau data yang diperoleh dalam bentuk tertulis yang didokumentasikan dari objek penelitian bisa diperoleh dari observasi dan dokumentasi. Dikumpulkan guna untuk memperkuat jawaban dan melengkapi data primer dari permasalahan contohnya dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data perusahaan surat kabar yang diteliti yaitu Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja (Subagyo,2004:87)

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian framing yaitu salah satu cara untuk meneliti isi dari teks berita, maka observasi penuh yang dilakukan oleh penulis adalah ketika melakukan analisis teks berita relokasi Pasar Ngasem yang menjadi objek penelitian utama dari peneliti. Peneliti mencurahkan segala kemampuan untuk bisa ‘mengupas’ setiap berita yang masuk dalam kategori penelitian penulis.

Kemudian untuk level konteks, sebagai konformasi dan penggalian data pendukung dari pihak media, maka penulis akan melakukan wawancara dengan staff redaksi yang berkaitan dengan produksi berita relokasi Pasar Ngasem di SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki yang dikutip oleh Eriyanto (2002:252) framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Framing dimaknai sebagai suatu strategi atau cara wartawan dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk disajikan kepada khalayak. Berita yang dihasilkan merupakan hasil konstruksi realitas dari wartawan atau media tersebut.

Menurut Eriyanto (2002:254), wartawan bukan sebagai agen tunggal yang menafsirkan peristiwa, sebab paling tidak ada tiga pihak yang saling berhubungan: wartawan, sumber dan khalayak. Setiap pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas, dengan penafsiran sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan menonjol. Ketika mengkonstruksi suatu realitas wartawan tidak hanya menggunakan konsep yang ada dalam pikirannya saja. Tetapi dalam proses konstruksi tersebut wartawan juga melibatkan nilai sosial yang ada dalam dirinya. Nilai-nilai sosial yang ada dalam dirinya ini mempengaruhi bagaimana wartawan tersebut memaknai suatu realitas.

Selain itu ketika menulis berita, wartawan tidak berhadapan dengan publik yang kosong. Khalayak juga menjadi unsur yang penting bagi wartawan dalam menuliskan suatu peristiwa. Hal ini disebabkan karena wartawan bukan menulis untuk dirinya sendiri tetapi untuk dipahami dan dinikmati oleh khalayak. Melalui proses inilah nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat ikut mempengaruhi pemaknaan. Hal lain yang juga mempengaruhi proses konstruksi adalah proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, proses jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan.

Dalam pendekatan ini, perangkat framing Pan dan Kosicki terdiri dari empat struktur besar (Eriyanto, 2002:257) :

a. Sintaksis

Definisi sintaksis secara umum adalah susunan kata atau frasa dalam suatu kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis mempunyai arti susunan dari bagian-bagian berita *headline*, *lead*, latar informasi, sumber, penutup. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik yaitu *headline*, *lead*, episode, latar informasi, penutup atau *closure*.

b. Skrip

Berita sering disusun sebagai suatu cerita karena banyak berita yang menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. Menulis berita dalam taraf tertentu disamakan dengan menulis novel atau kisah fiksi, tetapi terdapat perbedaan yaitu terdapat pada fakta yang dihadapi. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah 5W+1H (*who, what, when, where, why, how*). Pola ini tidak selalu ada dalam setiap berita, namun wartawan diharapkan memenuhi pola 5W+1H dalam berita yang ditulisnya. Pola ini menjadi semacam standar kelengkapan berita. Ada tidaknya salah satu dari unsur 5W+1H dapat menunjukkan framing dari wartawan tersebut, demikian juga dengan penjelasan unsur-unsur tersebut yang lebih banyak dari unsur lainnya.

Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan bagian

mana yang didahulukan bagian mana diletakkan belakangan dengan tujuan menyembunyikan informasi penting yang diletakkan dibagian akhir agar terkesan kurang menonjol.

c. Tematik

Dalam struktur tematik hal yang diamati adalah bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana sebuah fakta ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan. Terdapat beberapa elemen yang diamati dalam struktur tematik ini yaitu koherensi, pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat.

d. Retoris

Struktur retorik merupakan gaya atau kata yang dipilih wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Melalui gaya atau kata yang dipilih, wartawan dapat membuat citra, meningkatkan penonjolan pada sisi tertentu, dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Yang termasuk dalam struktur retorik ini adalah *methaphora*, *exemplars*, *depiction*, *catchphrases*, *keywords* dan visualisasi gambar. Unsur-unsur tersebut digunakan untuk memperkuat klaim kebenaran dari suatu berita.

Melalui keempat struktur tersebut dapat terlihat framing dari suatu media. Kecenderungan atau ketidaknetralan wartawan dapat dilihat melalui empat struktur tersebut. Melalui keempat struktur tersebut dapat diamati bagaimana wartawan menyajikan suatu peristiwa ke dalam suatu berita, pemakaian

kalimat, pemilihan kata-kata yang digunakan sebagai strategi untuk meyakinkan khalayak bahwa apa yang ditulisnya benar (Eriyanto, 2002:266)

Dalam melakukan analisis data peneliti akan menggabungkan antara level teks dan konteks. Pada level teks peneliti akan menganalisis teks relokasi Pasar Ngasem di SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja periode Maret-Mei 2010. Analisis teks dilakukan dengan menggunakan perangkat framing Zhongdang Pan dan Kosicki. Setelah melakukan analisis teks maka langkah selanjutnya akan mengkaitkan dengan konteks. Dalam penelitian ini konteks yang dimaksud adalah konteks relokasi Pasar Ngasem yang terjadi di Yogyakarta dan konteks institusi media SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja. Pada level konteks peneliti melakukan wawancara dengan institusi media SKH Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja. Wawancara diharapkan akan mampu menjawab pertanyaan dan hasil yang didapat dari analisis pada level teks.

Analisis data dengan menggabungkan analisis teks dan konteks ini bertujuan untuk membedah cara-cara dan ideologi media massa saat mengkonstruksi realitas menjadi sebuah berita. Hingga akhirnya mencapai sasaran dari analisis framing yaitu untuk menemukan aturan dan norma yang tersembunyi dibalik suatu teks.