

BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL PENELITIAN

**KONSTRUKSI SUBYEK-OBYEK BERITA KRIMINAL
(ANALISIS WACANA VAN LEEUWEN PEMBANDINGAN POSISI
TERSANGKA, POLISI DAN KORBAN DI NARASI CERITA HEADLINE
BERITA KRIMINAL DI SURAT KABAR HARIAN KORAN MERAPI)**

B. LATAR BELAKANG

Pengertian ‘Jurnalisme kuning’ (*yellow journalism*) di awal munculnya, hakekatnya sama dengan pengertian yang dipahami sekarang ini. Tahun 1895-an, media digunakan sebagai sebuah ‘pertempuran *headline*’ antara dua koran besar di kota New York, yang dimiliki oleh Joseph Pulitzer (*The World*) dan William Randolph Hearst (*New York Journal*).¹ Saat itu, pemberitaan yang dipasang di *headline* adalah berita-berita yang sensasional, bombastis dan judulnya bisa menarik perhatian publik. Untuk itu, kedua media yang sedang ‘berperang’ tersebut saling memasang berita yang dianggap ‘panas’ dan kontroversial. Tujuan utamanya tak lain adalah meningkatkan penjualan. Orang selalu melihat wajah koran pada halaman pertama sebagai alat merayu pembacanya. Tak heran, jika akhirnya perang media-media kuning biasanya berputar pada apa yang

¹ Yuliawan, Krisnadi. (2001): *Mengemas Keindahan Jurnalisme*. Dalam GATRA No. 24 tahun, Senin 30 April 2001. Lihat juga dalam *Public Service Broadcasting (PSB)*. (2006): *Yellow Journalism*. Dalam media online (<http://www.pbs.org/crucible/journalism.html>). Penjelasan PSB ini memberikan tekanan bahwa perang *headline* yang terjadi antara dua koran besar tersebut sebagai upaya meningkatkan penjualan.

ditampilkan pada halaman pertama. Se-sensasional apakah berita yang ditawarkan, adalah pertanyaan dari para pembaca.

Headline atau berita utama di halaman muka sebuah koran, adalah tempat yang sangat strategis dalam menyampaikan sebuah berita. Tidak saja di koran-koran kuning tetapi juga media cetak pada umumnya. Bahkan, *headline* menjadi indikator utama penilaian tentang agenda media dalam menyampaikan isu yang dianggap penting. Dalam berbagai riset tentang agenda media, *headline* menjadi salah satu unit analisis yang diutamakan². Bagi media berlabelkan jurnalisme kuning memanfaatkan *headline* tentu saja menjadi pertimbangan utama. *Headline* di jurnalisme kuning tentu saja harus menarik pembaca dengan karakteristik isi yang bombastis. Tak hanya mengolah kata-kata dalam judul, tetapi juga ditampilkan foto dan gambar yang sensasional dan bombastis. Peran *headline* dalam perwajahan media dan membentuk karakter media sangat kentara, terlebih di dalam media-media kuning.

Kusumaningrat (2005;67) menuliskan bahwa apa yang ditampilkan oleh jurnalisme kuning biasanya isinya sekitar masalah seks, kriminalitas (*crime*), serta “*key-hole news*”, yakni berita sekitar dapur dan kamar tidur orang lain dari hasil mengintip yang sebenarnya tidak ada sangkut pautnya dengan kepentingan umum. Memang, untuk kasus-kasus pemberitaan tertentu, kepentingan umum –sebagai bagian dari nilai *magnitude* berita- dikesampingkan, tetapi Jurnalisme kuning

² Misalnya dalam Penelitian framing Model Robert Entman (Eriyanto;2005;187) menempatkan seleksi isu sebagai salah satu alat analisis. Seleksi isu dilihat dalam penempatan berita. *Headline* (peletakan berita di halaman muka) menjadi indikator dalam sebuah penonjolan isu penting yang diangkat media Sebagai contoh, lihat dalam penelitian Institut Studi Arus Informasi (ISAI) tahun 2004 berjudul *Analisis Isi Berita Media Cetak Kampanye Presiden Mengenai Lingkungan*. *Headline* memang bukan menjadi sebuah prioritas pemberitaan tetapi menjadi agenda media yang dianggap penting untuk publik. (Waryanto dkk;2004).

dapat dipahami sebagai sebuah bentuk media dengan pemberitaan yang menonjolkan skandal (perbuatan yang memalukan), sensasional, dan praktik-praktik yang tidak pantas di masyarakat atau pada level pemerintahan. Misalnya pada tahun 2006 yang lalu, media-media kuning sangat heboh memberitakan persoalan perselingkuhan antara Mayangsari dan Bambang Trihatmojo.³ Pemberitaan tersebut berlangsung terus menerus. Unsur pornografi dan tindakan selingkuh menjadi titik tekan pemberitaan oleh media-media kuning.

Makna sensasi, yang dalam bahasa Inggris *sense* sebenarnya sudah menggambarkan bahwa apa yang disebut berita adalah apa yang sensasional, yakni berita yang isinya, terlebih pada cara mengungkapkannya, didasarkan pada keinginan untuk menarik perhatian, membangkitkan perasaan dan emosi. Artinya, berita yang bagus adalah berita yang bisa menimbulkan perasaan ngeri, takjub, menggoda, merangsang serta menimbulkan luapan-luapan emosi yang mendalam. Inilah yang disebut sebagai berita yang menjual dimata aktor pembuat media kuning: "*Bad news is good news*". Pengungkapannya melalui penulisan dan gambar menjadi cara yang bagus untuk menarik perhatian pembaca. Pengorganisasian katapun menjadi senjata ampuh dalam menulis sebuah berita sensasional. Pada akhirnya, linguistik membantu penjualan tanpa memperhatikan konten dari pemberitaan. Dan salah satu berita yang bombastis dan sensasional adalah berita-berita kriminal.

Bahasa adalah inti dari komunikasi. Melalui bahasa, orang menyampaikan arti yang dimaksud. Begitu pula dengan arus komunikasi massa melalui media

³ Tine Silvana. (2007). *Aplikasi Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi*. Dalam Jurnal Online (<http://pustakawan.pnri.go.id/uploads/media/5/APLIKASIFILSAFATDALAMILMUKOMUNIKASI.doc>).

cetak. Tulisan yang sudah tercetak dan tersebar itulah yang membuat masyarakat memaknai dan memberikan arti. Konstruksi berita oleh para pekerja media ini menandakan bahwa yang disebut sensasional dalam media sebenarnya adalah sebuah wacana konstruktif berita. Jika dicermati secara teliti, seluruh isi media entah media cetak ataupun media elektronik adalah bahasa, baik bahasa verbal (kata-kata tertulis atau lisan) maupun bahasa non-verbal (gambar, photo, gerak-gerik, grafik, angka, dan tabel).⁴

Suko Widodo (1996;45) dalam tulisan yang berjudul 'Media Massa dan Informasi Kriminal' membuka wacana tentang fungsi dan disfungsi pers. Saat ini, perkembangan jurnalisme sangat pesat, implikasinya juga terdapat dalam informasi yang disajikan oleh pers. Salah satunya adalah maraknya informasi kriminal di media massa. Berita-berita kriminal yang disajikan oleh pers, menurut Widodo, menjadi sebuah persoalan dualistis fungsi pers. Di satu sisi, pers melakukan fungsi kontrol sebagai pengawas lingkungan. Tujuannya adalah memberikan peringatan terhadap warga masyarakat agar berhati-hati dalam menghadapi peristiwa serupa. Di sisi lain, berita-berita kriminal, bicara mengenai efek berita kriminal, banyak akibat negatif yang ditemukan dalam diri audience setelah mengakses informasi kriminal.⁵ Penemuan-penemuan riset, studi maupun

⁴ Lihat dalam tulisan Ibnu Hamad (2006) berjudul *Media dan Demokrasi di Asia Tenggara: Kasus Indonesia*. Dalam Jurnal Online (<http://jati.um.edu.my/iconsea2007/download/paper/ibnuhamadb.pdf>)

⁵ Baca juga mengenai Dilema bagi Media Massa (Kompas, 3 Juli 2004). Media massa memang kerap kali disalahkan ketika memuat atau menayangkan berita kriminal. Media seolah-olah mengeksploitasi budaya kekerasan dengan tayangan-tayangan atau mencetak berita-berita kriminal. Di sisi lain, justru banyak reaksi dari masyarakat yang daerahnya ingin ditayangkan seperti itu. Ini karena mereka merasa terancam oleh penjahat-penjahat sejenis yang ditayangkan di televisi itu. Ini peran media massa sebagai alat pengawasan.

kajian mengenai efek berita kriminal terhadap sikap audience sudah banyak kita temukan di berbagai referensi tentang media dan informasi kriminal.

Indikasi lain, menginformasikan berita-berita kriminalitas kepada masyarakat luas adalah tak lain adalah upaya untuk mendongkrak perekonomian media itu sendiri.⁶ Dibumbui dengan cerita-cerita yang bombastis dan diandaikan seperti sebuah cerita, ada tokohnya, protagonis dan antagonis, serta narasi yang runtun bagai alur drama yang mengalir. Dibuat seperti sebuah naskah drama. Media yang seperti demikian, pada dasarnya adalah jurnalisme kuning. Selain berita kriminal, juga ada berita-berita mengenai seksualitas dan horor mencekam. Ini tak lepas dari sejarah munculnya jurnalisme kuning yang telah dijabarkan sedikit di atas.

Berbicara masalah kriminal, di kota Yogyakarta sendiri, kasus kriminalitas dinilai cukup tinggi.⁷ Kasus kejahatan paling menonjol selama dua tahun terakhir masih sama, yakni pencurian kendaraan bermotor yang mencapai 118 dari sebelumnya 60 kasus pada tahun 2007. Selain itu kasus penipuan juga meningkat tajam dari 123 menjadi 212 pada 2007 ini. Kasus lain adalah kejahatan narkoba. Meski jumlahnya sedikit turun, dari 93 kasus menjadi 21, dan pelakunya masih didominasi anak muda terutama mahasiswa yang mencapai 40 persen. Mengingat

⁶ Tatang Mutaqqin, (2006): *Strategi Mengembangkan Media Ramah Budaya*. Jurnal Online (<http://www.bapeda.pemda-diy.go.id/uploads/artikel/15/387>, diakses tanggal 15 Januari 2008). Lihat dalam Tulisan Ada sebuah permasalahan yang diambil oleh istitusi media, yakni bagaimana media bisa tetap eksis dan diterima di masyarakat dengan menaikkan penjualan (aspek ekonomi). Salah satu cara yang dijalankan adalah membuat isi media menjadi lebih menarik. Hal ini berkontribusi dalam memberikan panggung baru bagi penerbitan berbentuk tabloid (yellow paper). Informasi dalam panggung dalam media dewasa ini dinilai sebagai informasi yang bekerja dalam panggung yang penuh persaingan dan perebutan atensi. Oleh karena itu, informasi kriminal bisa membuat tingkat penjualan naik agar laku di pasaran.

⁷ Lihat dalam data <http://www.banjarmasinpost.co.id/content/view/11450/180/> (diakses tanggal 5 Januari 2008)

bahwa Yogyakarta menjadi kota pelajar yang memang situasi kotanya dipenuhi dengan dinamika kegiatan anak-anak muda dan pelajar.⁸ Kasus-kasus tersebut memang banyak didominasi oleh kejahatan-kejahatan konvensional, seperti perampokan dan bentuk-bentuk pencurian terutama dengan kekerasan dan pemberatan. Dengan tingginya kasus-kasus kriminalitas di Yogyakarta tersebut, media sebagai salah satu pemberi informasi akan turut menyebarkan peristiwa tersebut kepada publik.⁹

Di sisi lain, jika melihat kehidupan media, pertumbuhan media cetak juga cepat.¹⁰ Sebagai sebuah provinsi, Yogyakarta memiliki puluhan media cetak lokal, seperti majalah, misalnya Kabare Jogja; koran seperti Kedaulatan Rakyat dan Bernas. Munculnya berbagai jenis media cetak, menimbulkan persaingan bisnis media di Yogyakarta juga semakin tinggi. Setiap perusahaan media harus mampu membuat inovasi dan kreatifitas baru dalam menyajikan informasi kepada masyarakat. Tidak hanya itu, perusahaan media harus mampu melihat tantangan kehidupan media ke depan, dengan munculnya media-media televisi lokal, bahkan media online yang juga siap menggeser media-media lama seperti koran dan majalah. Untuk itulah media massa di Yogyakarta, khususnya cetak perlu memberikan hal yang inovatif kepada masyarakatnya. Inovasi media bisa dilakukan dengan menyajikan isi yang menarik, bahkan bombastis, agar pembaca

⁸ Lihat dalam Laporan Akhir Tahun Kriminal dengan judul *Peredaran Narkoba Hampir sampai Puncaknya*, Kedaulatan Rakyat, 7 Desember 2007.

⁹ Dilema bagi Media Massa (Kompas, 3 Juli 2004). Disebutkan bahwa informasi kriminalitas adalah informasi yang juga disukai oleh masyarakat.

¹⁰ Satrio Arismunandar. (2007). *Perkembangan Industri Media dan Kurikulum Ilmu Komunikasi* (Makalah dalam Advisory Forum "Masa Depan Profesi Komunikasi di dalam Kurikulum Pendidikan Komunikasi,") Media online (<http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=1903>).

semakin tertarik. Berkaitan dengan isi media pula tak akan bisa dilepaskan dengan situasi kebebasan pers di Indonesia.¹¹

Melihat konteks media yang lebih luas, terkait dengan kebebasan pers dan kebebasan informasi, di Indonesia sendiri, arus kebebasan tersebut menjadi benar-benar terbuka setelah bergulirnya reformasi, lebih tepatnya setelah lengsernya kekuasaan Presiden Soeharto tahun 1998. Kebebasan pers pada akhirnya memberikan kesempatan terhadap munculnya berbagai media baik di tingkat nasional maupun di tingkat lokal, baik itu komersil maupun komunitas. Berbagai jenis dan macam media massa mulai bermunculan bahkan sekarang menjadi tersegmentasi menurut selera pembaca dan target audiensnya.¹² Kebebasan pers tersebut juga dimanfaatkan oleh para pengelola bisnis media untuk membesarkan perusahaan mediana dengan membuat media-media lokal daerah. Maka tak heran jika banyak media lokal dimiliki oleh satu perusahaan besar. Tidak hanya satu bentuk media saja yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tetapi juga lintas jenis media. Misalnya saja satu perusahaan memiliki berbagai jenis media seperti media cetak, media elektronik (radio dan televisi), maupun media online (melalui internet). Lebih jauh lagi, maka kita akan membicarakan masalah ekonomi politik media. Salah satunya adalah fenomena kepemilikan media (Dewi;2007;40).

¹¹ Hadiono Afdjani (2007). Dampak Globalisasi Media Terhadap Masyarakat Dan Budaya Indonesia. Jurnal Universitas Budi Luhur Online (<http://jurnal.bl.ac.id/wp-content/uploads/2007/04/blcom-04-vol2-no2-april20071.pdf>).

¹² Lihat dalam Pikiran Rakyat Online. (2005). *Sekilas Sejarah Jurnalisme*. Media online (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2005/0205/07/lapsus01.htm>) Dituliskan bahwa jurnalisme kuning juga mewarnai dunia pers Indonesia, terutama setelah Soeharto lengser dari kursi presiden. Judul dan berita yang bombastis mewarnai halaman-halaman muka koran-koran dan majalah-majalah baru.

Melalui pendekatan ekonomi politik media, pemilik media bisa menjadi pemegang kekuasaan secara *de jure* dalam konteks kehidupan masyarakat.

Merapi merupakan salah satu koran kriminal yang sasaran pembacanya adalah masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.¹³ Berita yang ditampilkan sebagai headline selalu kriminal, meskipun sebenarnya, koran Merapi tidak hanya memposisikan sebagai koran kriminal, tetapi juga koran yang isinya kriminal, hukum, sport dan supranatural. Halaman pertama, isu-isu yang diangkat adalah kriminalitas yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya, juga cerita dan informasi tentang supranatural. Ada 5 jenis rubrik yang ditawarkan Merapi kepada pembacanya yakni: Supranatural, Hukum dan Kriminal, Sport, Warna-warni dan Gebyar. Dari berbagai jenis informasi tersebut, informasi kriminallah yang menduduki halaman pertama, dan dipasang sebagai headline. Dalam *company profile*, Merapi menyebut dirinya sebagai media muncul karena kebutuhan pasar di DIY. Oleh karena itu, inilah sebenarnya indikasi dari sebuah tuntutan akan situasi.

Tuntutan akan situasi media yang persaingannya semakin ketat dan situasi kebebasan akan informasi yang semakin luas, membuat inovasi media juga semakin lebih mudah dan meningkatkan kreatifitas insan media sendiri. Salah satunya dengan menonjolkan isi atas fenomena atau kejadian tertentu, kriminalitaspun menjadi bahan dalam pemberitaan. Berita akan dibuat semenarik mungkin. Sebagai konstruksionis, pemberitaan dalam media sebenarnya adalah

¹³ Melihat profil pembacanya, SKH Merapi tersebar di beberapa wilayah di daerah Yogyakarta dan sekitarnya: Kota Yogyakarta (24%); Bantul (15%); Sleman (18%); Kulonprogo (10%); Gunungkidul (11%); Solo, Klaten, Boyolali, Madiun dan sekitarnya (5%); Purworejo, Muntilan, Magelang dan sekitarnya (7%); Cilacap dan Purwokerto (5%); Semarang, Demak, Pati, Jepara, Kudus Tegal dan Brebes (4%); dan kota lainnya (1%).

konstruksi yang dibentuk melalui tuntutan dan situasi-situasi tersebut, termasuk Koran Merapi Hal sederhana misalnya, ratusan peristiwa kriminal yang terjadi di Yogyakarta, pastilah orang-orang media akan menyeleksi, peristiwa mana yang akan ditampilkan. Kemudian, peristiwa yang ditampilkan tersebut akan digambarkan seperti apa. Bagian mana yang akan ditonjolkan dalam pemberitaan? Siapa yang akan menjadi narasumber? Dan yang juga menjadi titik tekan penelitian ini adalah, bagaimanakah aktor-aktor dalam peristiwa tersebut diperlihatkan dalam media?

Aktor dalam sebuah peristiwa atau kejadian juga terkonstruksi dalam bingkai informasi lewat media. Dalam penelitian empiris pun terlihat, sebagai contoh penelitian Gerbner (dalam Fiske 2006;198-199) yang menunjukkan bahwa media lebih banyak menampilkan pembunuh dibandingkan korbannya. Selain itu, pembunuh sendiri digambarkan sebagai orang yang muda dengan kelas ekonomi menengah ke bawah. Kesimpulannya adalah 8 dari 10 tayangan televisi Amerika mengandung kekerasan; 5 dari 10 menunjukkan karakter yang terlibat dalam kekerasan; 6 dari 19 menunjukkan orang yang menderita kekerasan. Strategi penelitian empiris memang memiliki kelemahan. Tetapi penelitian berikut nampaknya akan menjelaskan bagaimana korban ditampilkan melalui media. Misalnya saja penelitian tentang ketimpangan pada korban-korban wanita yang dilakukan oleh Meyers (dalam Surrete 2007;61). Semakin sang korban menderita, maka akan semakin diberitakan secara bombastis oleh media. Riset-riset tersebut semakin mengekalkan bahwa media penuh dengan konstruksi, dan identitas orang-orang yang berada dalam sebuah kejadian pun turut dikonstruksi.

Bila dilihat sejarah metodologis, kajian dan studi terhadap efek berita kriminal sendiri sudah banyak ditinggalkan oleh para peneliti media. Sudah basi jika ingin berparadigma klasik di atas penelitian-penelitian komunikasi. Unsur *How* dalam memahami pesan media selalu tak bisa terjawab. Selain menggeser trend paradigmatik yang terjadi, kini wacana-wacana riset baru mulai digelar dengan pendekatan konstruktivisme-kritis yang melihat media sebagai sebuah alat informasi yang penuh dengan intervensi kepentingan. Untuk itulah digunakan sebuah pendekatan kritis untuk memahami seluk beluk media. Berkaitan dengan berita-berita kriminal, wacana mengenai kriminalitas itu sendiri belum mendapatkan banyak perhatian. Singkatnya, melalui penelitian empiris peneliti dapat mengetahui apa yang ditampilkan media dalam berita kriminal, tetapi kita tidak bisa menjawab bagaimana media menampilkan berita kriminal dan mengapa bisa dikonstruksikan demikian. Dengan pendekatan wacana kiranya bisa membuka tabir baru mengenai seluk beluk berita kriminal. Jelas, dengan menggunakan metode riset yang berbeda bahkan paradigma riset yang berbalik pula.

Analisis kritis terhadap media, seperti ditulis Bittner adalah:

"expanded to include the process of analyzing and evaluating the merits and faults of mass media, including the structure of mass media, the sending, processing and receiving of media message". (Bittner;1996)

Analisa media dalam artian tersebut, berarti memberikan kesempatan kepada peneliti-peneliti media untuk melihat apakah kebaikan dan keburukan atas berita-berita kriminalitas yang disajikan oleh media itu sendiri. Melalui riset ini, khususnya akan dilihat posisi aktor-aktor dalam pemberitaan kriminal, yakni tersangka, korban dan polisi dalam rangkaian cerita yang dituliskan wartawan.

Dalam buku *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (1991;v-vi) secara jelas digambarkan posisi objek-objek kajian penelitian dalam komunikasi massa. Secara sistematis dibagi menjadi 4 bagian besar, yakni *media-institution*, *media-context*, *media-audience* dan *media-content*. Analisis wacana termasuk dalam bagian media dan *content* karena analisis isi medialah yang menjadi dasar pijakan penelitian ini. Namun, pada pembahasannya, tentu saja *discourse* tidak luput –bahkan membutuhkan– pemahaman lebih lanjut tentang institusi media, konteks permediaan dan bagaimana konsumsi audiensnya. Merujuk pada pemahaman itulah, riset ini sebenarnya menekankan pada isi pemberitaan sebagai objek penelitian, khususnya pada berita-berita kriminal. Sedangkan pemahaman yang lain sebagai sebuah konteks untuk memahami teks yang ada.

Bagi peneliti sendiri, ada tiga hal pokok yang sebenarnya ingin dicapai dalam riset ini. Pertama, penelitian tentang pemberitaan melalui kacamata paradigma kritis, diharapkan bisa menyentuh sisi konteks dalam proses analisisnya. Bahkan, diharapkan dapat melihat signifikansi ideologis dalam proses produksi yang dilihat.¹⁴ Tentu saja dengan memperhatikan teks yang menjadi analisis utama dalam penelitian ini. Ini yang menjadi kelemahan dalam penelitian-penelitian klasik-kuantitatif yang dapat dijawab dalam penelitian ini. Aspek konteks yang juga ingin dicari dalam penelitian ini sebenarnya muncul atas kesadaran dalam diri peneliti bahwa organisasi media merupakan sebuah organisasi yang kompleks, penuh dengan tekanan dan keterbatasan yang dimiliki.

¹⁴ Analisis wacana menurut Tuchman dalam *Metode Kualitatif dalam Studi Pemberitaan*. Jurnal ISKI VOL III/April 1999, hal 72-85, menekankan bagaimana signifikansi ideologis berita yang merupakan bagian dan menjadi paket metode yang digunakan untuk memproses berita.

Bagi orang konstruksionis, mediapun membentuk konstruksi-konstruksi baru atas apa yang mereka pahami dengan realitas yang sebenarnya. Penelitian inipun menjawab pertanyaan bagaimanakah media mendefinisikan 'fakta' kriminal dalam masyarakat.

Pertanyaan tersebut, pada akhirnya membantu pokok kedua yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni pemahaman atas fenomena kriminalitas dalam masyarakat dan kriminalitas dalam pemberitaan. Melihat media sebagai alat konstruksi, maka media sendiri punya peran yang signifikan dalam menampilkan subjek dan objek yang akan dijadikan bahan berita. Asumsi dasarnya adalah, setiap subjek yang terkait dengan peristiwa atau kejadian, punya hak yang sama dalam pemberitaan di media massa. Marjinalisasi atas salah satu peran dalam pemberitaan tersebut pada akhirnya menunjukkan salah satu kelemahan media *atas cover both side*. Terlebih, jika media justru memberikan label dan cap kepada subjek-subjek tertentu.

Pokok yang ketiga adalah melanjutkan beberapa penelitian yang sebelumnya juga menitikberatkan pada subjek objek pemberitaan, khususnya dalam berita-berita kriminal.¹⁵ Pada penelitian sebelumnya disebutkan, korban yang ditampilkan adalah mereka yang masih sangat muda atau sangat tua, berkelamin wanita dan punya status atau jabatan tinggi misalnya selebritis. Penelitian tersebut jelas menggunakan metode dan dalam konteks yang berbeda pula. Penelitian ini, tentu saja akan menggunakan konteks Kota Yogyakarta dan sekitarnya sebagai tempat penelitian, mengingat media yang dipilih memang

¹⁵ Lihat beberapa penelitian yang dipaparkan dalam Surrete (2007; 61-63) antara lain Chemark tahun 1995 dan Mawby dan Brown 1984.

muncul di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ini pulalah yang menjadi sebuah kelemahan dalam penelitian ini. Kontekstualitas yang sering menjadi kritikan peneliti-peneliti sebelumnya yang berada di ranah paradigma lain. Tapi, kontekstual ini justru yang membuat penelitian ini lebih fokus dan memiliki kedalaman analisis dibandingkan dengan penelitian-penelitian paradigma klasik. Pencapaian atas kedalaman pemahaman identitas tersangka, korban dan saksi atas pemberitaan pada berita-berita kriminal menjadi sasaran dalam penelitian, sebagai implikasi atas penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan analisis wacana model Theo van Leeuwen. Alasan peneliti menggunakan model van Leeuwen karena model ini sebagai model yang melihat posisi aktor dalam pemberitaan, termasuk dalam proses marjinalisasi aktor (Eriyanto;2005;171) Secara historis pun, van Leeuwen juga berangkat dari wacana-wacana ketertindasan dalam kekerasan. Wacana tersebut dikemas dalam konsep hiburan masyarakat, kontrol sosial dan legitimasi kekuasaan, baik institusi media maupun di luar itu. (Fairclough;1995;86). Seperti yang telah dipaparkan di muka, berita kriminal dikemas dalam konsep hiburan masyarakat sebagai nilai bentuk wacana yang tepat untuk dianalisis menggunakan model ini. Berbeda dengan model Sara Mills, meskipun sama-sama melihat posisi aktor dalam sebuah wacana namun peneliti tidak menggunakan model ini. Karena secara historis, pemikiran Sara Mills muncul dari perspektif feminis. Tentu saja kurang tepat jika digunakan dalam penelitian ini.

Dengan penelitian wacana model van Leeuwen, penelitian ini akan menghasilkan sebuah analisa konstruksi aktor atau kelompok-kelompok tertentu.

Siapakah aktor yang dimarjinalkan dalam berita-berita kriminal. Posisi seperti apa yang digambarkan oleh Koran Merapi pada tersangka, korban dan polisi pada pemberitaan berita-berita kriminalnya. Selain itu, tokoh-tokoh tersebut dialurceritakan seperti apa dalam sebuah berita. Inilah yang menjadi pokok penelitian. Mengapa harus headline di SKH (Surat Kabar Harian) Merapi? Koran kriminal yang notabene jurnalisme kuning, memasang berita yang dianggap bombastis di bagian muka halamannya. Selain itu, pemasangan berita dalam *headline* dianggap sebagai sebuah peristiwa yang penting dalam sebuah pemberitaan hari tersebut. SKH Merapi sendiri memposisikan diri sebagai koran yang berbasis pada kriminalitas, hukum, sport dan supranatural di Yogyakarta. Dan *headline* SKH Merapi di depan selalu mengarah pada berita-berita kriminal.

C. RUMUSAN MASALAH

Rumusan utama dari penelitian ini adalah Bagaimanakah konstruksi tersangka, korban dan polisi dalam wacana pemberitaan yang dinarasikan di berita-berita kriminal (*headline*) di Koran Merapi?

D. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi aktor kriminal, yakni: tersangka, korban dan saksi dalam pemberitaan kriminal (*headline*) di koran Merapi Di akhir penelitian, peneliti berusaha mencari kaitan ideologis persoalan tersebut dengan melihat konteks sebagai hasil akhir dari analisis wacana.

E. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Manfaat teoritis dan metodologis, sebagai sebuah pengembangan metode wacana kritis terhadap media massa dengan model Theo van Leeuwen serta memperluas pandangan terhadap model yang sama. Serta pembedahan ideologi yang muncul dalam penelitian tersebut.
2. Manfaat akademis, sebagai sumbangan bagi pendidikan jurnalistik terkait dengan pemberitaan kasus-kasus kriminal, dan memperlihatkan cara jurnalis memposisikan para aktor dalam suatu berita.
3. Manfaat praktis, digunakan sebagai evaluasi terhadap kinerja jurnalis dan manajemen penerbitan secara umum, dalam pemberitaan kriminal, melalui produk berita yang dihasilkan.
4. Manfaat Sosial, sebagai analisa kritis terhadap ketimpangan-ketimpangan yang terjadi dalam setiap pemberitaan kriminal di media cetak, yang terwakilkan dari aktor tersangka, saksi dan korban. Melihat struktur sosial dalam media yang terlegitimasi oleh media melalui aktor-aktor tersebut.

F. KERANGKA TEORI

1. MEDIA DAN PRODUKSI BERITA DALAM PARADIGMA KRITIS

Wacana merupakan produk dari paradigma kritis, oleh sebab itu, diperlukan pandangan mengenai media serta produksi berita dalam bingkai

paradigma kritis. Ada empat hal pokok yang bisa kita lihat mengenai media dan produksi berita berdasarkan paradigma kritis (Eriyanto;2005;31-33). Pertama, dari segi penyajian fakta dalam berita. Dari sudut kritisisme, fakta itu muncul dari proses pertarungan antara kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang ada dalam masyarakat. Kedua, dari posisi medianya, paradigma kritis melihat bahwa, media hanya dikuasai oleh kelompok dominan dan menjadi sarana untuk memojokkan kelompok lain. Selain itu, media dimanfaatkan kelompok dominan sebagai alat mereka.

Ketiga, posisi wartawan, nilai dan ideologi wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses liputan dan pelaporan suatu peristiwa. Wartawan berperan sebagai partisipan dari kelompok yang ada dalam masyarakat. Tujuan mereka melakukan liputan adalah pemihakan terhadap kelompok sendiri dan atau pihak lain. Tidak ada *gatekeeping*, yang ada hanyalah sensor diri dan mereka diposisikan sebagai pekerja yang memiliki posisi berbeda dalam kelas sosial. Keempat, hasil liputan atau produk beritanya mencerminkan ideologi wartawan dan kepentingan sosial, ekonomi atau politik tertentu. Berita yang dihasilkan tidak objektif karena wartawan adalah bagian dari kelompok atau struktur sosial tertentu yang lebih besar. Bahasa yang dituliskan merupakan alat untuk mengunggulkan kelompok sendiri dan memarjinalkan kelompok lain.

TABEL 1.1.
PERBEDAAN TENTANG BERITA DAN MEDIA ANTARA
PANDANGAN PLURALIS DAN PANDANGAN KRITIS

Pembeda	Pandangan Pluralis	Pandangan Kritis
<i>Fakta</i>	Ada fakta yang real yang diatur oleh kaidah-kaidah	Fakta merupakan hasil dari proses pertarungan antara

	tertentu yang berlaku universal.	kekuatan ekonomi, politik dan sosial yang ada dalam masyarakat
	Berita adalah cermin dan refleksi dari kenyataan. Oleh karena itu, berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak diliput.	Berita bukan cerminan dari realitas, karena terbentuk dari kepentingan kekuatan dominan
<i>Posisi Media</i>	Media adalah sarana yang bebas dan netral tempat semua kelompok masyarakat saling berdiskusi yang tidak dominan.	Media hanya dikuasai oleh kelompok dominan dan menjadi sarana untuk memojokkan kelompok lain
	Media menggambarkan diskusi apa yang ada dalam masyarakat	Media hanya dimanfaatkan dan menjadi alat kelompok dominan
<i>Posisi Wartawan</i>	Nilai dan ideologi wartawan berada di luar proses peliputan berita.	Nilai dan ideologi wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa
	Wartawan berperan sebagai pelapor	Wartawan berperan sebagai partisipan dari kelompok yang ada dalam masyarakat
	Tujuan peliputan dan penulisan berita: eksplanasi dan menjelaskan apa adanya memburukkan kelompok	Tujuan peliputan dan penulisan berita: pemihakan kelompok sendiri dan atau pihak lain
	Penjaga gerbang (gatekeeping)	Sensor diri
	Landasan etis	Landasan ideologis
	Profesionalisme sebagai keuntungan	Profesionalisme sebagai kontrol
	Wartawan sebagai bagian	Sebagai pekerja yang

	dari tim untuk mencari kebenaran	mempunyai posisi berbeda dalam kelas sosial
<i>Hasil Liputan</i>	Liputan dua sisi, dua pihak dan kredibel.	Mencerminkan ideologi wartawan dan kepentingan sosial, ekonomi atau politik tertentu
	Objektif, menyingkirkan opini dan pandangan subjektif pemberitaan	Tidak objektif, karena wartawan adalah bagian dari kelompok/struktur sosial tertentu yang lebih besar
	Memakai bahasa yang tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda.	Bahasa menunjukkan bagaimana kelompok sendiri diunggulkan dan memarjinalkan kelompok lain.

Diadaptasi dari Eriyanto (2005;32-33)

Dalam menuliskan suatu berita, banyak tuntutan yang dihadapi oleh para jurnalis. Setidaknya ada tiga hal yang menjadi tuntutan dalam pembuatan suatu berita. (Sudibyo dkk;2001). Pertama tuntutan teknis. Penulisan berita selalu mengandalkan kelengkapan berita melalui model 5W+1H. Hal ini membuat para jurnalis memberikan makna, khususnya terhadap siapa yang menjadi pelaku, apa kejadiannya, mengapa dan bagaimana kejadiannya. Kedua, masalah idealisme. Berita yang baik idealnya memiliki nilai objektifitas. Objektivitas bisa diartikan menceritakan keadaan yang sebenarnya, menuliskan berita berdasarkan kenyataan sesungguhnya dan tidak dibumbui oleh pendapat pribadi. Objektifitas dinilai dengan adanya faktualitas dan Imparsialitas. Kefaktualan berkaitan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa atau pernyataan yang dapat dicek

kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar. Sedangkan imparsialitas adalah sikap netral, yakni sikap yang menjauhkan setiap penilaian pribadi (personal) dan subjektif demi pencapaian sasaran yang diinginkan. Persoalan idealisme ini justru membuat wartawan akan membuat sebuah pemberitaan yang sesuai dengan harapan-harapan mereka. Lagi-lagi ini sebuah konstruksi dalam realitas media.

Ketiga tuntutan pragmatisme. Tuntutan ini mengarah pada dinamika internal dan eksternal dari media. Bagaimanapun juga, dalam sebuah produksi berita, akan selalu ada kepentingan-kepentingan di balik itu, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar institusi media, baik kepentingan ekonomi, politik, ideologis atau kepentingan lain (Sudibyo dkk;2001; 2-3). Kepentingan itu pada akhirnya akan mengarahkan kemana berita yang dituliskan oleh media. Oleh karena itu, setiap berita tidak hanya mengkonstruksi realitas tetapi juga membungkus sejumlah kepentingan dan kekuasaan-kekuasaan.

2. WACANA DAN ANALISIS WACANA

Wacana menurut Kriyantono (2006;258) adalah praktik sosial (menkonstruksi realitas) yang menyebabkan sebuah diskursif antara peristiwa yang diwacanakan dengan konteks sosial, budaya, atau ideologi tertentu. Melalui pendefinisian tersebut, ada dua hal yang bisa diambil sebagai aspek dalam wacana yakni teks itu sendiri dan konteks yang melibatkan bagaimana teks itu bisa tersedia. Aspek penting yang dimunculkan oleh definisi tersebut adalah bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan maksud pembuat wacana. Pernyataan ini

sama halnya dengan yang dituliskan Sobur (2005;11), bahwa yang disebut wacana merupakan

“Rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa”

Titik tekan wacana memang pada bahasa. Bahasa pulalah yang digunakan dalam proses komunikasi dalam pengiriman pesan, termasuk dalam proses komunikasi massa. Oleh karena itu, analisis wacana merupakan sebuah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi (Sobur;2005;48), penekanannya adalah pada aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Dan untuk memahami wacana yang sesungguhnya diperlukan konteks yang lebih luas, diantaranya pemahaman tentang siapa yang memunculkan teks tersebut contohnya adalah institusi media. Keadaan dan situasi institusi dan nilai personal yang ada di dalam institusi tersebut dinilai sebagai konteks yang mempengaruhi bagaimana teks itu muncul. Oleh karena itu, dalam memahami teks sebuah wacana sangat didukung sekali jika analisisnya menggunakan kaidah berbagai ilmu bahasa.

Ada pandangan lain mengenai wacana, Mills (dalam Sobur;2004) memandang wacana menjadi tiga macam, yakni level konseptual teoritis, konteks penggunaan dan metode penjelasan. Pada level konseptual teoritis, wacana diartikan sebagai domain umum dari semua pernyataan, yakni semua ujaran atau teks yang memiliki makna dan memiliki efek dalam dunia nyata. Dalam level konteks penggunaan, wacana berarti sekumpulan pernyataan yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori konseptual tertentu. Pada level, metode penjasannya, wacana merupakan suatu praktik yang diatur untuk menjelaskan

suatu pernyataan. Analisis wacana disebut juga sebagai sebuah *Media Discourse Analysis* (Hamad;2004). Dikatakan demikian, karena fokus analisis wacana pada dasarnya bersumber pada isi media. Selain itu, analisis wacana juga dipakai untuk menganalisis isi dan struktur media.

Littlejohn (2002;77) menjelaskan bahwa ada tiga persoalan mendasar dalam analisis wacana, yakni: persoalan pemahaman pesan, persoalan tindakan atau aksi, dan persoalan koherensi. Persoalan pertama adalah bagaimana wacana itu disusun dan digunakan oleh para komunikator untuk bisa memahami satu sama lain. Jika dilihat, persoalan ini melihat pada level teks dalam sebuah wacana. Persoalan yang kedua adalah bagaimana para komunikator melakukan proses komunikasi tersebut. Tindakan dan aksi apa yang dilakukan. Dalam wacana, persoalan ini bisa menjadi bagian dari konteks untuk memahami teks yang ada dalam wacana itu sendiri. Dan persoalan yang ketiga adalah ingin melihat bagaimana suatu pesan dibuat secara pantas dan sesuai dengan alur logika. Penjabaran Littlejohn memang lebih melihat pada wacana-wacana lisan. Tetapi pemahaman wacana dalam komunikasi secara keseluruhan tetap bisa dilihat dalam kacamata ini. Pengertian wacana sebenarnya tidak hanya berwujud lisan. Ibnu Hamad menyebutkan bahwa wujud lisan (*talk*) yang berbentuk wawancara, obrolan dan pidato hanyalah salah satu wujud dari wacana.¹⁶ Bentuk yang lain adalah teks, act dan artifak. Teks merupakan wacana dalam wujud tulisan dan grafik seperti misalnya berita, feature, artikel opini, cerpen, novel, puisi dan sebagainya. Act merupakan wacana dalam wujud tindakan, misalnya dalam

¹⁶ Ibnu Hamad, 2007, hal 4. *Perkembangan Analisis Wacana Dalam Ilmu Komunikasi, Sebuah Telaah Ringkas*. Media online. <http://ccm.um.edu.my/umweb/fsss/images/persidangan/Kertas%20Kerja/Dr.%20Ibnu%20Hamad.doc>

wujud lakon drama, tarian, film, demonstrasi, dan sebagainya. Sedangkan artifak merupakan wacana dalam wujud jejak, antara lain: bangunan, lanskap, fashion, puing, dsb.

Untuk menjelaskan isi pesan dalam pembicaraan –yang juga termasuk dalam pesan komunikasi- diperlukan pemahaman teks dan konteks yang tidak boleh terlepas. Oleh karena itu, beberapa model analisis wacana tidak melepaskan unsur konteks yang melingkupi unsur-unsur pembentuk teks tersebut. Banyak sekali model analisis wacana yang berkembang. Perkembangan dan penggunaannyapun harus disesuaikan dengan aspek historis kemunculan model dan perspektif yang digunakan oleh setiap ahlinya. Misalnya saja, model wacana Sara Mills yang muncul dalam bingkai gerakan-gerakan feminisme (Eriyanto;1999). Oleh karena itu, model wacana Sara Mills sering mendapatkan tempat untuk kajian wacana feminisme. Meskipun tidak menutup kemungkinan adanya penggunaan model tersebut untuk kajian dari perspektif lain.

Analisis wacana sendiri muncul pada pertengahan tahun 1960-an dan menjadi sebuah pembahasan di kalangan para ahli hingga pertengahan tahun 1970-an. Sebagai sebuah metode penelitian, analisis wacana menggunakan berbagai disiplin ilmu untuk memahami konteksnya. Oleh karena itu, analisis wacana juga disebut sebagai analisis transdisipliner(van Dijk;1991). Bidang atau disiplin ilmu tersebut antara lain: antropologi, sosiologi, etnografi, mikrososiologi, kognisi dan psikologi sosial, retorika, linguistik, semiotika, ilmu kemasyarakatan lain dan ilmu-ilmu sosial lainnya. Dan salah satu analisis wacana dalam teks adalah studi tentang laporan-laporan berita.

Model yang juga banyak digunakan dalam metode penelitian wacana media adalah model Norman Fairclough. Sebagai sebuah metode penelitian Fairclough melihat bahwa ada 3 dimensi dalam analisis wacana yakni: teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* (1995;57). Ketiga dimensi tersebut merupakan satu kesatuan utuh untuk bisa melihat dan membongkar struktur pesan serta ketimpangan struktur sosial yang termediakan. Oleh karena itu, model ini sering dimasukkan dalam *Critical Discourse Analysis* (CDA). Misalnya saja dalam teks berita, melalui CDA peneliti bisa melihat kekuatan mana yang dominan yang terwacanakan melalui teks, apakah kekuatan ekonomi media, politik media atau hanya sekedar alasan teknis.

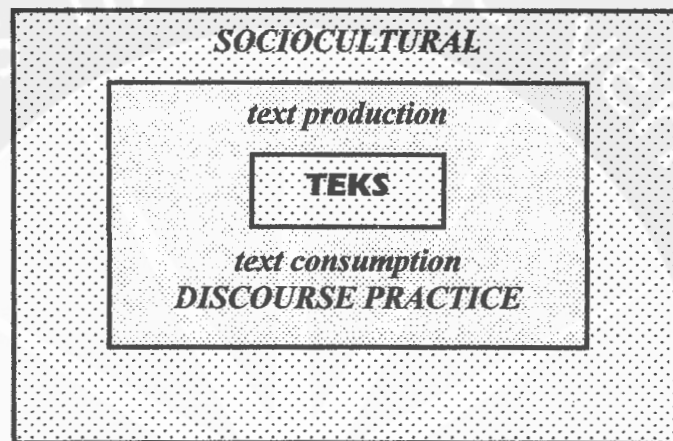
a. Dimensi Teks

Dimensi teks dalam sebuah media dianalisis secara linguistik. Analisis teks menekankan pada proses pemaknaan teks tersebut dan bagaimana teks itu didesain dalam media. Analisis teks tidak hanya digunakan dalam melihat teks yang hanya tercetak saja, tetapi teks dalam hal ini adalah bentuk pesan apapun yang dikeluarkan oleh media, sehingga media yang bentuknya audiovisualpun juga bisa dianggap teks dan dianalisa dengan menggunakan model pendekatan linguistik apapun. Bentuk tradisional analisis teks bisa berupa pendekatan linguistik, *vocabulary* dan semantik, yang dilihat dalam tata bahasa dalam sebuah kalimat dan dilihat hingga unit terkecilnya serta sistem suara (*phonology*) dan sistem penulisannya. Analisis teks juga termasuk analisa pengorganisasian teks

dalam sebuah kalimat, dan bagaimana kalimat itu dibentuk. Oleh karenanya, analisis berita di koran juga termasuk di dalam objek analisis teks.

Analisis teks juga ditekankan pada pemahaman –lebih tepatnya interpretasi- dari bentuk dan meaning dari teks itu sendiri. (Fairclough;1995;57).

Meskipun sebenarnya keduanya memiliki kekontrasan dalam proses analisisnya.



Sumber: Fairclough (1995;59)

GAMBAR 1.1.
FRAMEWORK CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS
MODEL FAIRCLOUGH

b. Dimensi Discourse Practice

Dimensi *discourse practice* merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Teks berita yang ditampilkan oleh media merupakan hasil dari sebuah proses panjang produksi berita. Dalam proses produksi tersebut akan sangat terlihat sekali pola kerja, bagian kerja dan rutinitas di dalam organisasi media. Sehingga, sangat dimungkinkan sekali media yang satu memiliki rutinitas yang berbeda dengan media yang lain. Selain itu, pola kerja dalam organisasi media yang satu dengan yang lain memiliki pola yang

berbeda dengan yang lainnya. Oleh karena itu, pemahaman akan level ini menurut Fairclough akan sangat penting untuk melihat produk teks yang dihasilkan dalam sebuah media.

c. *Dimensi Sociocultural Practice*

Dimensi *Sociocultural practice* adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks yang berada di luar teks (Eriyanto;2005;288). Maksudnya, peneliti selalu melihat kerangka atau bingkai masyarakat dan budayanya pada saat wacana itu terbentuk. Di dalam level ini, asumsi dasarnya adalah konteks sosial –di dalam masyarakat dan kehidupannya– yang berada di luar media, turut membentuk dan mempengaruhi bagaimana wacana itu muncul di media. Konteks yang dimaksud misalnya situasi, seperti: konteks dari praktik institusi dari media itu sendiri dan hubungannya dengan masyarakat atau budaya politik tertentu.

Ada 3 perspektif yang bisa dilihat dalam menganalisa dimensi ini. Pertama, peneliti melihat melalui perspektif politik media (kebijakan publik yang berkaitan dengan media atau kebijakan institusi terhadap produk medianya). Isu yang diangkat dalam perspektif politik adalah kekuasaan dan ideologi. (Fairclough;1995;62). Misalnya saja, ideologi pembangunan yang dicetuskan oleh pemerintahan orde baru. Ideologi pembangunan terkandung makna politis yang kental dan menyentuh dimensi masyarakat hingga ke level bawah, institusi pers pun juga terkena imbas ideologi pembangunan melalui frame pemberitaannya (Sobur;2004;157). Perspektif yang kedua adalah ekonomi media, atau budaya media tertentu (institusi) yang bisa mempengaruhi berita-berita yang dihasilkan.

Dimensi *Sociocultural practice* tidak berhubungan langsung dengan produksi teks yang dihasilkan tetapi dijumpai oleh adanya *discourse practice*. Meskipun tidak berhubungan langsung tetapi ia menentukan bagaimana teks itu diproduksi dan dipahami oleh masyarakat. *Sociocultural practice* bisa menggambarkan bagaimana kekuatan-kekuatan yang ada dalam masyarakat memaknai dan menyebarkan ideologi yang dominan kepada masyarakat (Eriyanto;2005;321).

Ada tiga level untuk menganalisa dimensi *Sociocultural practice*, yakni: level situasional, institusional, dan sosial. Level situasional menekankan bahwa berita diproduksi dalam suatu kondisi atau suasana yang khas dan unik, sehingga satu teks akan selalu berbeda dengan teks yang lain. Misalnya saja, Level institusional lebih melihat bahwa institusi atau organisasi media juga mempengaruhi dalam praktik produksi wacana. Pengaruh institusi sendiri bukan hanya pada pengaruh internal tetapi juga pengaruh eksternal media seperti persoalan ekonomi media. Sedangkan level sosial melihat bahwa budaya-budaya masyarakat sangat berpengaruh pada perkembangan wacana yang muncul.

3. ANALISIS WACANA VAN LEEUWEN

Salah satu model analisis wacana adalah model Theo van Leeuwen. Model wacana yang diperkenalkan oleh van Leeuwen biasanya digunakan untuk melihat suatu kelompok atau suatu aktor yang dimarginalkan posisinya dalam suatu teks pemberitaan. Suatu kelompok atau aktor tertentu digambarkan secara dominan, sedangkan kelompok lain posisinya dianggap lebih rendah. Menurut Leeuwen

(Eriyanto;2005), ada dua pusat perhatian dalam pemberitaan, yakni proses pengeluaran (*exclusion*) dan proses proses pemasukan (*inclusion*). Proses pengeluaran terjadi jika dalam suatu pemberitaan, ada kelompok atau aktor yang dikeluarkan dalam pemberitaan dengan menggunakan strategi wacana tertentu. Sedangkan proses pemasukan adalah sebaliknya, jika dalam suatu pemberitaan, ada kelompok atau aktor yang terus ditampilkan lewat pemberitaan. Dari proses analisis pemasukan maupun pengeluaran, model Van Leeuwen bisa terlihat proses marginalisasi terhadap suatu kelompok tertentu, dan melihat seperti apa posisi para aktor tersebut dan penggambaran narasi cerita secara lengkap.

Terdapat tiga proses *exclusion*. Pertama, pasivasi, yaitu proses bagaimana satu kelompok atau aktor tertentu tidak dilibatkan dalam suatu pemberitaan atau wacana. Sang aktor dihilangkan dalam teks. Kedua, nominalisasi, proses ini adalah pengubahan dari kata kerja (*verba*) menjadi kata benda (*nomina*). Ketiga, penggantian anak kalimat, anak kalimat pengganti subjek dapat dilakukan, yang akhirnya menghilangkan subjek itu sendiri dalam pemberitaan.

Terdapat tujuh proses *inclusion*. Pertama, *diferensiasi-indiferensiasi*, yakni: suatu aktor pemberitaan bisa ditampilkan secara mandiri atau bisa juga dikontraskan dengan hadirnya aktor lain sehingga menguatkan aktor yang pertama. Kedua, *objektivasi-abstraksi*, yakni aktor yang ditampilkan dengan memberi petunjuk yang konkret atau hanya sekedar abstraksi. Ketiga, *nominasi-kategorisasi*, apakah seorang aktor itu disebutkan apa adanya atau diberikan kategori sosial tertentu. Keempat, *nominasi-identifikasi*, yakni bagaimana suatu kelompok, peristiwa atau tindakan tertentu didefinisikan. Di dalam proses

identifikasi, ada dua proposisi, proposisi yang kedua untuk menjelaskan proposisi yang pertama. Kelima, *determinasi-indeterminasi*, dalam pemberitaan, seringkali aktor atau peristiwa disebutkan secara jelas tetapi juga sering tidak jelas (anonim). Keenam, *asimilasi-individualisasi*, yakni aktor sosial yang diberitakan ditunjukkan dengan jelas kategorinya atau tidak. Ketujuh, *asosiasi-disasosiasi*, yakni aktor atau suatu pihak ditampilkan sendiri atau dihubungkan dengan kelompok lain yang lebih besar.

TABEL 1.2.
KERANGKA ANALISIS WACANA
MODEL VAN LUEEWEN

Tingkat	Yang Ingin Dilihat
Ekslusi	<p>Apakah ada aktor (seseorang/kelompok sosial) yang dihilangkan atau disembunyikan dalam pemberitaan.</p> <p>Apakah ada upaya media untuk mengedepankan satu aktor dan menghilangkan aktor lain? Dan apakah efek dari penghilangan tersebut?</p> <p>Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menyembunyikan atau menghilangkan aktor sosial tersebut?</p> <p style="text-align: center;"><i>dijawab dengan menggunakan analisis:</i></p> <p style="text-align: center;">Pasivasi Nominalisasi Penggantian Anak kalimat</p>
Inklusi	<p>Dari aktor sosial yang disebut dalam berita, bagaimana mereka ditampilkan? Dan dengan strategi apa pemarjinalan atau</p>

	<p>pengucilan tersebut dilakukan?</p> <p><i>dijawab dengan menggunakan analisis:</i></p> <p>Diferensiasi-Indeferensiasi Objektivasi-Abstraksi Nominasi-Kategorisasi Nominasi-Identifikasi Determinasi-Indeterminasi Asimilasi-Individualisasi Asosiasi - Disosiasi</p>
--	---

Diadaptasi dari Eriyanto (2005;192-193)

4. IDEOLOGI DAN WACANA

Salah satu kesimpulan akhir dalam riset-riset analisis wacana adalah kemunculan ideologi yang terselubung dalam teks yang dianalisa. Lalu apa yang dimaksud dengan ideologi yang sebenarnya? Sebelum masuk dalam pengertian ideologi, akan dijelaskan terlebih dahulu kaitan antara teks dan pemaknaan. Fiske (2006;227) mengatakan bahwa “makna tidak berada dalam teks itu sendiri.. Makna dihasilkan dari interaksi antara teks dan khalayak. Produksi makna merupakan tindakan dinamis yang di dalamnya setiap unsur sama-sama memberikan kontribusinya.” Menurut Eriyanto (2005;87), di sinilah ideologi mulai bekerja, yakni ketika pembaca terjalin dalam relasi hubungan yang menempatkan seseorang sebagai bagian dari hubungannya dengan sistem tata nilai yang lebih besar di mana dia hidup dalam masyarakat. Raymod Willam (dalam Fiske;2006;228) menuliskan bahwa ada tiga hal untuk mendefinisikan ideologi. Pertama, ideologi adalah suatu sistem keyakinan yang menandai kelompok atau kelas tertentu. Kedua, ideologi merupakan suatu sistem keyakinan ilusioner,

termasuk di dalamnya gagasan palsu dan kesadaran palsu- yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah. Ketiga, ideologi merupakan proses umum produksi makna dan gagasan.

Takwin (2006;8) mengategorikan ideologi menjadi tiga bagian besar untuk bisa memahami ideologi secara menyeluruh. Pertama, pengertian ideologi yang ditinjau dari pendekatan aliran. Kedua, pengertian ideologi yang ditinjau dari aspek yang menjadi ranah ideologi. Yang termasuk dalam kategori ini adalah ranah kesadaran-ketidaksadaran, bahasa dan komunikasi serta kekuasaan dan posisi sosial. Ketiga, adalah pemahaman ideologi yang bisa ditinjau dari aspek historis kronologis pencetusnya. Memang, banyak definisi yang dikeluarkan oleh para ahli. Bahkan definisi tersebut memiliki keyakinan ideologis pula.

Namun, kaitannya dengan unsur komunikasi, Fiske (2006;242) menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial dan karena itu pasti ideologis: dan interpelasi merupakan bagian kunci dari praktik ideologisnya. Salah satu unsur dari komunikasi adalah pesan. Pesan dalam suatu alur praktik komunikasi bagi Fiske merupakan sebuah proses penyebaran ideologi. Di dalam pesan sendiri, terdapat struktur pembangun ideologi. Sedangkan analisis wacana sendiri berusaha untuk membongkar struktur ketimpangan dalam pesan-pesan komunikasi. Menurut Althuser (Fiske;2006;243) menekankan pada peran ideologi dalam menjaga kekuasaan minoritas atas mayoritas lewat sarana-sarana koersif. Sejalan dengan pemikiran para ahli di atas, Thompson (2006;96) menjelaskan secara lebih luas mengenai cara kerja penyebaran dan pengendapan ideologi, khususnya dalam masyarakat modern dan melalui arus komunikasi massa.

TABEL 1.3.
MODEL-MODEL CARA KERJA IDEOLOGI MELALUI KONSTRUKSI
SIMBOL DALAM ARUS KOMUNIKASI MASSA
MENURUT J.B. THOMPSON

Model Umum	Bentuk Strategi Konstruksi Simbol
Legitimasi	Rasionalisasi Universalisasi Narativisasi
Penipuan	Pemindahan Eufimisme Kiasan (seperti sinekdote, metonimi, metafor)
Unifikasi	Standardisasi Simbolisasi dari Kesatuan
Fragmentasi	Diferensiasi Ekspurisasi yang lain
Reifikasi	Naturalisasi Eternalisasi Nominalisasi/pasivisasi

Sumber: Thomson (2006;96)

Ada 5 model umum atau disebut Thompson (2006;96) sebagai lima 'modus operandi' dalam penyebaran dan pengendapan ideologi melalui komunikasi massa, yakni: proses legitimasi, proses penipuan, proses unifikasi, proses fragmentasi proses reifikasi. Berikut penjabarannya:

1. Proses yang pertama, legitimasi, bisa dilakukan melalui proses rasionalisasi, universalisasi dan narativisasi. Dalam proses rasionalisasi, sang pembuat bentuk simbol mengkonstruksi serangkaian pemikiran yang berusaha mempertahankan dan menjustifikasi seperangkat relasi atau institusi sosial, dengan demikian membujuk audiens agar dapat memberikan dukungan yang sepatutnya. Strategi yang lain adalah universalisasi, yakni membangun institusi untuk kepentingan kelompok tertentu. Kemudian dikatakan bahwa

institusi tersebut dikatakan sebagai pelayan kepentingan umum dan bentuk institusi yang semacam itu lalu dianggap terbuka bagi siapapun yang memiliki kemampuan dan kecenderungan untuk terlibat di dalamnya. Strategi legitimasi yang ketiga adalah narativisasi, yakni klain yang dimasukkan dalam cerita-cerita yang mengisahkan masa lalu dan menganggap hari ini merupakan bagian dari tradisi yang harus dihargai terus menerus. Misalnya saja, pidato dan dokumen, sejarah, novel dan film semuanya dikonstruksi sebagai narasi yang mencerminkan relasi sosial dan membeberkan konsekuensi-konsekuensi tindakan, artinya, pembentukan media-media tersebut sebenarnya dimaksud untuk membangun dan mempertahankan relasi kuasa.

2. Proses pelembagaan ideologi yang kedua adalah penipuan. Pada intinya, relasi dominan (ideologi) dapat dibangun dan dipelihara dengan cara disembunyikan, diingkari dan dikaburkan melalui pengalihan perhatian pada relasi yang lain. Prosesnya melalui tiga cara, yakni: *displacement* (penggantian), eufemisasi dan kiasan. *Displacement* merupakan istilah yang digunakan untuk mengacu pada satu objek atau individu namun kemudian dialihkan dan mengacu pada individu lain, dan dengan demikian konotasi positif atau negatif yang dikandung istilah tersebut dialihkan pada objek atau individu yang lain. Eufemisasi adalah tindakan, institusi atau relasi sosial yang digambarkan atau digambarkan ulang berdasarkan istilah yang memperoleh nilai positif. Sebagai contoh: melakukan tindakan kekerasan terhadap demonstran dianggap sebagai 'restorasi keadaan'; penjara disebut sebagai 'pusat rehabilitasi' dan sebagainya. Dan proses yang ketiga adalah kiasan, yakni penggunaan pelambangan bahasa,

dalam bentuk simbol. Proses ini memang banyak digunakan dalam bidang sastra, tetapi penggunaannya semakin meluas, misalnya penggunaan istilah 'si perempuan besi' kepada Margaret Thatcher yang terrepresentasikan dalam majalah Press Association pada tahun 1988.

3. Proses pelembagaan ideologi yang ketiga adalah unifikasi, yang dilakukan dengan cara mengkonstruksi pada tataran simbol, bentuk penyatuan yang membawahi individu-individu dalam satu identitas kolektif serta tidak mentolelir perbedaan dan perpecahan yang dapat memisahkan mereka. Prosesnya tersebut dilalu melalui strategi standardisasi. Misalnya saha otoritas negara yang ingin mengembangkan bahasa nasionalnya. Dan proses yang kedua adalah simbolisasi dari kesatuan-kesatuan. Strategi ini meliputi konstruksi simbol dari kesatuan, identitas kolektif dan identifikasi yang menggabungkan sebuah kelompok atau pluralitas kelompok. Misalnya saja, konstruksi simbol dari kesatuan nasional seperti bendera, lagu kebangsaan, tanda dan tulisan dari berbagai jenisnya.
4. Cara yang keempat adalah fragmentasi, yakni dengan menyatukan individu dalam kolektivitas, tapi dengan mengkotak-kotakkan individu dan kelompok tersebut yang mungkin memiliki kemampuan untuk melawan kelompok yang dominan, atau dengan mengorientasikan kekuatan kelompok yang berlawanan untuk menghadapi sasaran yang dinyatakan sebagai jahat, membahayakan dan mengancam. Caranya melalui diferensiasi dan *expurgation*. Diferensiasi selalu menekankan ketidaksamaan, perbedaan dan pertentangan di antara individu dan kelompok. Sedangkan *expurgation*, yakni melakukan konstruksi terhadap

musuh, dengan atau tanpa dilukiskan sebagai jahat, berbahaya atau mengancam serta meliputi individu yang secara kolektif berusaha melakukan resistensi atau menghilangkan yang lain.

5. Cara kerja yang terakhir adalah reifikasi yakni dengan menunjukkan kesementaraan hubungan kesejarahan yang selama ini dianggap permanen, natural dan abadi. Ada tiga proses dalam tahap ini, yakni naturalisasi, eternalisasi, dan nominalisasi/pasivisasi. Naturalisasi merupakan proses dimana kreasi sosial dan historis diperlakukan sebagai peristiwa yang lazim atau sebagai hasil pasti dari sesuatu yang bersifat alamiah, misalnya pembagian kerja antara pria dan wanita sebagai hasil karakteristik fisik yang memang begitu dan sudah lumrah. Eternalisasi yakni proses penghilangan karakter historis dengan cara digambarkan sebagai sesuatu yang bersifat permanen, tidak berubah dan berulang. Sedangkan proses yang terakhir adalah nominalisasi/pasivisasi. Pengertian ini sama dengan pengertian pada analisis wacana van Leeuwen (Eriyanto;2005;173-175) yakni proses dimana kalimat atau bagian kalimat, deskripsi tindakan dan seluruh partisipan yang ada di dalamnya berubah menjadi kata benda. Pasivasi terjadi ketika kata kerja dialihkan menjadi bentuk pasif misalnya pada kalimat "si tersangka sedang diperiksa". Nominalisasi dan pasivisasi memfokuskan perhatian pendengar dan pembaca pada pokok masalah tertentu ketika memahami suatu persoalan. Keduanya menghilangkan aktor dan agensi serta cenderung menghadirkan proses sebagai sesuatu atau peristiwa yang mengambil tempat pada tiadanya sang subjek yang menghasilkan keduanya.

Di era komunikasi massa ini, Thompson (2006;393-401) juga membuat empat tesis tentang kaitan antara ideologi dan arus komunikasi massa. Tesis yang pertama, analisa tentang ideologi di dalam masyarakat modern harus memberikan peran sentral bagi sifat dan dampak komunikasi massa, sekalipun komunikasi massa bukan satu-satunya tempat bagi ideologi. Kedua, perkembangan komunikasi massa semakin memperluas ruang lingkup kerja ideologi di dalam masyarakat modern, karena itu kondisi tersebut memungkinkan bentuk-bentuk simbol ditransmisikan dan diperluas pada audiens yang menyebar dalam ruang dan waktu. Ketiga, kita tidak bisa menganalisa karakter ideologis komunikasi massa hanya dengan menganalisa ciri-ciri organisasional institusi media atau karakteristik pesan media; tapi juga, pesan media harus dianalisa kaitannya dengan konteks dan proses spesifik yang melingkupi individu yang menerimanya. Keempat, berbagai media komunikasi massa, dan sifat kuasi-interaksi yang mungkin dan dibenarkan, menegaskan parameter yang luas yang di situ pesan yang ditransmisikan melalui media memperoleh karakter ideologisnya, tapi tidak menjadikan pesan tersebut sebagai bersifat ideologis. Dengan demikian, analisis wacana pun lahir dalam nuansa kritis yang berusaha ingin menguak ideologi yang berada dalam teks, dalam hal ini berita.

5. KRIMINAL, TERSANGKA, SAKSI DAN SAKSI KORBAN

Jenis kriminalitas sangat bervariasi. Banyak ahli sosiologi-kriminal masyarakat yang mencoba memilah jenis-jenis kriminal, diantaranya: *professional crime*, *organized crime*, *white collar* dan *technology-based crime* dan *victimless*

crime (Schaefer;2001;185). *Professional crime* merupakan seseorang yang melakukan kriminalitas setiap harinya sebagai pekerjaan mereka. Dilakukan dengan pengembangan tehnik tertentu. Kriminalitas terorganisasi adalah sebuah bentuk tindakan kriminal yang memiliki pengaturan dalam melakukan tindakan kejahatan, tidak hanya terencana tetapi juga tersusun secara rapi, seperti misalnya aborsi, penjualan narkotika. *White collar crime* merupakan suatu tindakan terencana, yang dilakukan oleh orang terpandang atau orang yang berstatus tinggi dalam rangka pekerjaannya, misalnya korupsi. Atau kalau sekarang dengan menggunakan teknologi misalnya saja *cracker*, maka disebut sebagai *technology-based crime*. Sedangkan *victimless crimes* adalah kejahatan yang tidak ada korban. Dasarnya adalah tidak semua kejahatan mengakibatkan penderitaan pada korban sebagai akibat tindak pidana oleh orang lain. Misalnya seperti: mabuk-mabukan, berjudi, penggunaan narkoba.

TABEL 1.4.
JENIS KRIMINALITAS DAN PENJELASANNYA

Jenis Kriminal	Penjelasan	Contoh Tindakan
<i>Professional Crime</i>	Tindakan kriminalitas yang dilakukan oleh seseorang karena memang itulah pekerjaannya sehari-hari, dengan melakukan pengembangan tehnik. Pelakunya dinilai memiliki status di antara pelaku kriminal yang lain.	Pencurian, Perampokan, Penjambret, Pencuri barang-barang toko, Pembobolan
<i>Organized Crime</i>	Tindakan kriminalitas yang dilakukan oleh sekelompok orang	Penyelundupan dan penjualan narkotika,

	yang terorganisir dengan baik, sifatnya rahasia, ada aktivitas konspirasi yang secara umum melanggar hukum.	prostitusi, perjudian, <i>money laundering</i> , penyelundupan imigran gelap, dsb.
<i>White Collar dan Technology based crime</i>	Tindakan ilegal yang dilakukan dalam kegiatan-kegiatan bisnis atau kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan yang diemban. Bisa juga dengan menggunakan teknologi sebagai alat kejahatannya.	Manipulasi stok barang, pengeluaran pajak, penipuan konsumen, manipulasi pengiklanan, korupsi, kejahatan komputer, pembajakan, dsb.
<i>Victimless crime</i>	Tindakan melanggar hukum yang dilakukan seseorang tanpa orang lain menjadi korban secara langsung, bahkan hanya dirinya sendirilah korbannya.	Mabuk-mabukan, mendukung perjudian, penggunaan narkoba, merusak peralatan.

Diadaptasi dari (Schaefer;2001;185)

Berdasarkan Kitab Undang-undang Hukum (KUH) Acara Pidana No. 8 tahun 1981, yang dimaksud dengan tersangka adalah seseorang yang karena perbuatannya atau keadaannya berdasarkan bukti permulaan patut diduga sebagai pelaku tindak pidana. Tersangka seharusnya dianggap sebagai seseorang yang tidak bersalah, baik dalam praktek hukum maupun di dalam media. Jika dalam media, peraturannyapun sudah ada melalui Kode Etik Jurnalistik tahun 2006 pasal

3.¹⁷ Bahkan diperkuat melalui Sepuluh Pedoman Penulisan tentang Hukum pasal 1 tentang penulisan berdasarkan asas praduga tak bersalah. Sedangkan saksi adalah orang yang dapat memberikan keterangan guna kepentingan penyidikan, penuntutan dan peradilan tentang suatu perkara pidana yang ia dengar sendiri, ia lihat sendiri dan ia alami sendiri. Korban termasuk juga di dalam saksi, yang dalam praktek hukum sering disebut saksi korban.

Surette (2007;61) membagi menjadi beberapa jenis korban dalam gambaran-gambaran korban di media massa, khususnya di dunia entertainment. Pertama, "*Feeling Bad Victim*", yang disebut feeling bad victim adalah korban yang tak lain adalah penjahatnya sendiri. Kita sebagai audience akan suka jika penjahat dalam sebuah kasus, juga menjadi korban, apalagi korban tersebut mengalami kekerasan bahkan mati di akhir ceritanya. Misalnya pencuri yang dihakimi massa kemudian mati. Kedua, "*Stupid Victim*", adalah korban yang hasilnya dihasilkan dari perilaku yang dianggap sebuah kebodohan. Misalnya saja seorang polisi yang tidak sengaja menembak seseorang dan kemudian diamuk massa. Sang polisi menjadi korban atas kebodohan perilakunya sendiri. Ketiga, "*Shocker victim*", yakni jenis korban yang membuat marah penontonnya, korbannya biasanya anak-anak atau hewan piaraan. Dan yang terakhir adalah "*Lazy Victim*" yakni korban yang dibunuh ketika melakukan sesuatu kesalahan. Misalnya, satpam yang sedang ketiduran, dan kemudian dibunuh.

¹⁷ Kode Etik Jurnalistik tahun 2006 merupakan revisi dari Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia tahun 2000, asas praduga tak bersalah pada Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia ditekankan pada pasal 7.

6. PROSES PRODUKSI BERITA, KEREDAKSIAN DAN *GATEKEEPING*

Dunia penerbitan pers atau media cetak merupakan penggabungan antara tiga bidang kegiatan, yakni: redaksional, percetakan, dan bidang usaha. Ketiga hal tersebut harus bisa berjalan seimbang karena merupakan menjadi tonggak berjalannya sebuah usaha bisnis dan alat informasi bagi publik. Manajemen penerbitan pers haruslah menciptakan, memelihara dan menerapkan sistem kerja yang proporsional dan tidak boleh terjadi saling tumpang tindih. Djuroto (2000;17) menggambarkan struktur sederhana perusahaan penerbitan pers sebagai berikut:

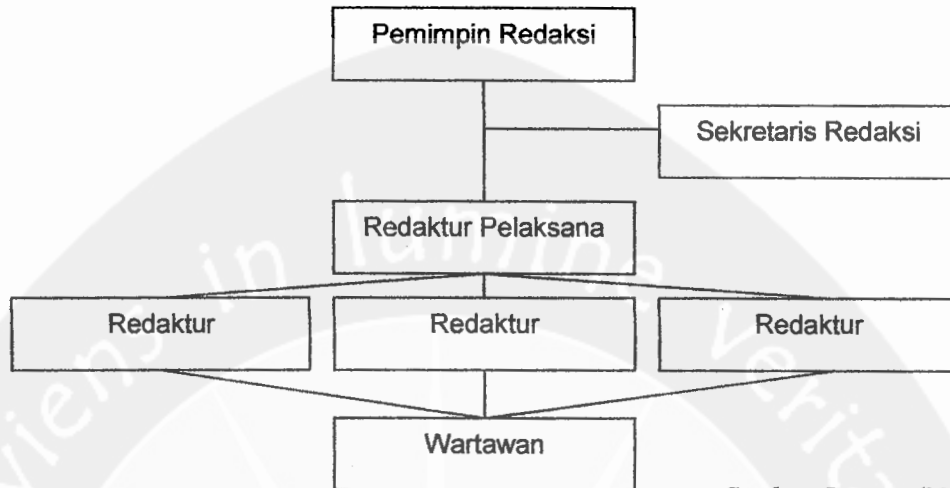
BAGAN 1.1.
STRUKTUR SEDERHANA PERUSAHAAN PENERBITAN PERS



Sumber: Djuroto (2000;17)

Bagian yang penting dalam produksi berita adalah bidang redaksi. Djuroto (2000;25) menggambarkan struktur organisasi sederhana dalam keredaksian. Berikut bagannya

BAGAN 1.2.
STRUKTUR SEDERHANA BIDANG REDAKSI



Sumber: Djuroto (2000;25)

Berita dihasilkan dari sebuah alur produksi yang cukup kompleks. Ketika masih menjadi sebuah realitas sosial atau fakta lapangan, reporter berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya. Reporter melakukan pengambilan gambar melalui kamera, mencari narasumber untuk diwawancarai, dan memilih pertanyaan apa saja yang hendak ditanyakan. Kemudian meramunya dalam sebuah tulisan yang siap masuk ke editor. Setelah dimasukkan bagian *News Editor*, sang editor melakukan pengeditan terhadap tulisan dan gambar. Bisa jadi sebuah tulisan tersebut dipotong atau diperpanjang. Begitu pula dengan gambar atau foto yang dihasilkan reporter di lapangan.

Setelah rampung, masuk ke *managing editor* dan kemudian *executive editor* yang pada akhirnya menilai apakah berita tersebut memang layak untuk diberitakan pada hari itu atau tidak. Lalu melihat juga apakah perlu berita itu untuk diperpanjang karena masih menjadi hal yang diperbincangkan banyak

orang. Baru kemudian sebuah berita bisa menjadi berita yang utuh di dalam sebuah koran atau majalah. Dalam proses tersebut, banyak pengaruh yang dihasilkan dalam sebuah proses produksi berita. Banyak tuntutan yang harus dipenuhi dan dinamika internal dari setiap individu pekerja media juga sangat menentukan.

Dari alur proses produksi berita dapat kita ketahui bahwa dalam proses produksi sebuah berita tidak dapat dipungkiri adanya pengaruh dari berbagai pihak di dalamnya. Dalam setiap tahapan dari sejak reporter, *news editor*, *managing editor*, hingga *executive editor* berperan penting dalam isi berita yang akan ditampilkan. Setiap tahapan akan dipengaruhi langsung oleh *gatekeepers*. Pihak redaksi dituntut melengkapi tuntutan teknis seperti penulisan menggunakan teknik 5W+1H, piramida berita, *news value* serta tuntutan kualitas produk seperti faktulitas dan imparsialitas berita. Berikut beberapa *news value* yang menjadi pertimbangan dalam menilai sebuah berita tersebut layak dipublikasikan (Kusumaningrat;2005;61-66):

1. **Aktualitas (*Timeliness*)**; Bagi sebuah surat kabar, semakin aktual berita-beritanya, artinya semakin baru peristiwanya terjadi maka akan semakin tinggi pula nilai beritanya. Jika peristiwanya baru saja terjadi, maka sebuah surat kabar akan memberitakan hal tersebut secepatnya, karena memiliki nilai waktu yang tinggi. Kecepatan dalam hal ini adalah masalah penyingkapan atas suatu peristiwa atau kejadian tertentu.
2. **Kedekatan (*Proximity*)**; Peristiwa yang mengandung unsur kedekatan dengan pembaca, akan menarik perhatiannya. Tidak hanya kedekatan secara geografis

namun juga kedekatan secara emosional. Unsur-unsur lokal terutama bagi surat-surat kabar daerah, merupakan unsur berita yang paling kuat yang menarik perhatian pembaca dari hari ke hari.

3. **Keterkenalan (*Prominence*)**; Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal akan banyak menarik perhatian pembaca. Oleh karena itu, hal-hal yang menyangkut objek dan subjek yang terkenal biasanya akan mendapatkan perhatian lebih untuk dijadikan pertimbangan menjadi sebuah berita bagi publik.
4. **Dampak (*Consequence*)**; Peristiwa yang memiliki dampak luar biasa dan melibatkan banyak orang, akan mendapatkan perhatian bagi pekerja media untuk diberitakan. Misalnya saja, sebuah obat anti-kanker yang ditemukan oleh seorang pakar kanker. Dampak dari peristiwa tersebut bisa melibatkan banyak orang. Padahal punya nilai aktualitas dan keterkenalan yang rendah.
5. ***Human Interest***; Peristiwa atau kejadian yang mengandung unsur yang menarik simpati, empati dan menggugah perasaan banyak orang akan menjadi pertimbangan redaksi. Nilai human interest ini sangatlah bervariasi. Setidaknya ada 10 variasi nilai human interest yang ada, antara lain: ketegangan (*suspense*), ketidaklaziman (*unusualness*), minat pribadi (*personal interest*), konflik (*conflict*), simpati (*sympathy*), kemajuan (*progress*), seks (*sex*), usia (*age*), binatang (*animals*) dan humor (*humor*)

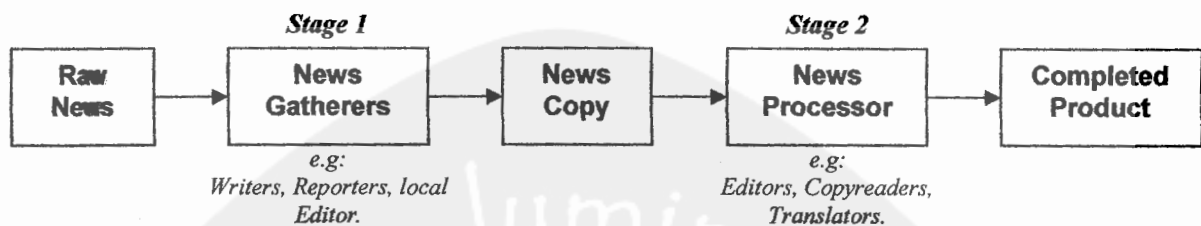
Aspek Internal juga mempengaruhi proses penyusunan realitas sosial yang akan ditampilkan sebuah media. Nilai-nilai yang dianut oleh wartawan dan motif kepentingan organisasi media termasuk diantaranya. Faktor yang mempengaruhi nilai individu antara lain: pengetahuan, pengalaman, jenis kelamin, agama,

ideologi, dan tingkat pendidikan. Sedangkan faktor institusi media adalah orientasi ekonomi, politik dan ideologi media tersebut. Dinamika eksternal juga secara tidak langsung ikut mempengaruhi isi berita media massa. Sebagai organisasi yang berkembang di suatu negara tentunya media massa harus mematuhi regulasi yang sudah ditetapkan oleh negara. Dinamika perkembangan dan ideologi media massa juga akan dipengaruhi oleh sistem politik yang dianut negara tersebut.

Dengan banyaknya kompromi dan pertimbangan seperti di atas maka peristiwa sosial yang terjadi di masyarakat akan dikemas berbeda oleh setiap media. Mereka akan “bermain” sedemikian rupa sehingga nilai-nilai yang hendak diberikan oleh media kepada masyarakat dapat tersampaikan. Jika seorang peneliti ingin memahami seluk beluk media, maka ada tiga hal yang seharusnya dipahami, khususnya yang berkaitan dengan proses produksi berita, yakni: *gatekeeping*, *agenda setting* dan *news value* (Watson;1998;108). Pemahaman *gatekeeping* dan *agenda setting* tergantung pada faktor ketiga, yakni *news value*. Menurut Watson (1998;108), *gatekeeping* sebenarnya menjadi kunci dalam usaha membuka dan menutup dalam alur proses komunikasi, khususnya dalam dunia media massa.

Salah satu model yang menggambarkan tugas *gatekeeper* dituliskan secara sederhana oleh Bass (dalam Kunczik 1995;145). Berikut merupakan suatu proses pembuatan suatu berita melalui beberapa *gatekeeper* oleh Bass.

BAGAN 1.3. PROSES GATEKEEPING DALAM BERITA



Sumber: Kunczik (1995:145)

Seleksi berita, baik cetak maupun elektronik berlangsung secara subjektif. Pemberitaan yang ditampilkan berdasarkan perasaan, pemikiran dan pengalaman dari setiap pekerja media. Hal seperti inilah yang terjadi pada proses *gatekeeping*. *Gatekeepers* sendiri diartikan sebagai orang yang membuat keputusan bagaimana nantinya berita tersebut ditampilkan. *Gatekeepers* bisa jadi merupakan editor, *news director* dan reporter. Para pekerja media ini bisa membuka 'pintu' atas informasi yang diperoleh atau bahkan bisa 'menutup' saluran informasi tersebut. Sehingga, realitas yang sudah ada (kejadian, peristiwa atau objek berita tertentu) bisa jadi tidak menjadi perhatian dan bahkan menjadi bahan berita yang disingkirkan.

Bass dalam gambar proses *gatekeeping* dalam media massa, membagi dua tahap produksi. Pertama disebut *news gathering* dan kedua adalah *news processing*. Pada tahap pertama, reporter dan fotografer menghadapi kejadian atau peristiwa yang masih mentah secara langsung, atau paling tidak lebih secara langsung dibandingkan dengan editor dan sub-editor dibalik *newspaper*, radio atau stasiun televisi. Oleh karena itu, para reporter ini punya hak untuk memilih kejadian atau peristiwa apa yang akan dipilih dan bagaimana mereka akan meliput

peristiwa tersebut. Proses yang kedua, proses gatekeeping dilakukan oleh *editor*, *copyreaders* dan *translator*. Mereka bekerja dalam sebuah institusi yang di dalamnya penuh dengan tekanan. Organisasi media selalu memiliki norma, aturan dan nilai-nilai yang harus dipatuhi. Oleh karena itu, produk berita yang akan dikeluarkanpun, akan banyak dipengaruhi oleh tekanan dari luar, termasuk dalam budaya kerja institusi sendiri. Selain itu, editor juga harus menyesuaikan dengan jumlah berita yang ditampilkan, panjang pendeknya dan segala sesuatu yang sifatnya teknis. Bagaimanapun juga, media memiliki keterbatasan ruang, terlebih lagi media cetak.

Kata *Gatekeepers* sendiri diperoleh dan dikembangkan oleh seorang ahli psikologi dari Australia bernama Kurt Lewin dalam bukunya yang berjudul *Human Relations* pada tahun 1947 (Nurudin;2004;108). Mulanya konsep ini dikembangkan dalam sebuah pembuatan keputusan komunikasi kelompok, khususnya dalam keluarga. Kemudian konsep *gatekeepers* digunakan dalam menganalisis alur komunikasi dalam kelompok. Dalam tatanan komunikasi yang lebih luas lagi, *gatekeepers* juga digunakan untuk menjelaskan konsep baru yakni *opinion leader*. Menurut Lewin, 'gate-areas' dikontrol oleh level individual. *Gatekeeper* dalam konteks media dapat dijelaskan sebagai "*applied to persons who within the channel through which food supplies flow decidewhich good pass into the housesold anda are consumed.*" (Kunczik;1995;143).

Konsep lewinian dikembangkan oleh penganut Anglo Saxon yang menjelaskan bahwa setiap individu dalam proses pembentukan berita dapat menerima maupun menolak unit komunikasi yang potensial dalam suatu

informasi atau pemberitaan atas kasus tertentu. Setiap individu dalam manajemen redaksional bisa mempengaruhi isi media. Penceritaan terhadap suatu realitas bisa dibawa kemana saja dengan sudut pandang tertentu oleh para aktor di dalam media. Dalam proses penyajian informasi, informasi itu sendiri bukan hanya sebagai yang ditolak maupun diterima. Meskipun informasi tersebut diterima dan disiarkan ke publik, informasi juga telah mengalami modifikasi dan melalui sejumlah proses. Proses dari kejadian atau peristiwa yang masih mentah menuju informasi yang disiarkan terjadilah proses *gatekeeping* yang sangat ketat.

7. BERITA DAN HASIL KONSTRUKSI JURNALIS: TEKANAN DAN KETERBATASAN MEDIA

Para penganut konstruktivisme beranggapan bahwa segala sesuatu yang nyata sebenarnya hanyalah hasil konstruksi. Dasarnya, setiap individu mendapatkan pengalaman yang berbeda. Berbagai pengalaman diolah dalam kehidupannya dan menciptakan sebuah gambaran atas realitas dunia yang sebenarnya, bagi mereka. Akibatnya, realitas di dunia selalu dimaknai berbeda karena dikonstruksi berbeda pula oleh setiap individu. Mereka mempercayai pada apa yang mereka alami, benar-benar rasakan, dan itulah yang sesungguhnya. Surette (2007;34) memberikan pernyataan "*Reality is a collective hunch*" untuk menjelaskan proses konstruksi realitas sosial.

Suatu konstruksi atas kenyataan sosial merupakan suatu istilah yang digunakan oleh Berger dan Luckman untuk menggambarkan proses dimana melalui tindakan dan interaksinya orang menciptakan secara terus menerus suatu

kenyataan yang dimiliki bersama, yang dialami secara faktual dan objektif dan penuh arti secara subjektif. Semua pengetahuan kita mengenai fakta objektif dalam dunia kenyataan ditentukan dan diwarnai oleh lingkungan sosial di mana pengetahuan itu diperoleh, ditransmisikan dan dipelajari. Menurut pandangan ini, manusia tidak pernah menangkap kenyataan, kecuali dalam kerangka proses sosial di mana kita terlibat. (Johnson;1988;65-66).

Fokus dari konstruksi sosial yang dikembangkan oleh Berger dan Luckman adalah pembongkaran terhadap tatacara dimana kelompok atau individu berpartisipasi terhadap suatu pembentukan realitas tertentu. Pembongkaran tersebut memiliki asumsi bahwa realitas selalu diciptakan oleh manusia, bukan sebagai sesuatu yang sudah seharusnya terjadi (*taken for granted*). Kenyataan-kenyataan sosial tersebut dibangun secara berkelanjutan, dinamis dan merupakan hasil reproduksi manusia atas interpretasi dan pengetahuan yang menjadi dasar dalam pemahaman atas realitas.

Begitu pula dengan berita yang diyakini selalu tidak mencerminkan atau merefleksikan realitas (Potter;2001;86). Segala sesuatu yang ada dalam sebuah berita adalah konstruksi dari para jurnalis. Potter juga menekankan bahwa sebenarnya antara informasi yang dikemas dalam program atau cerita *entertainment* dan berita sama sekali tidak ada perbedaan. Keduanya adalah hasil konstruksi. Pemberitaan yang ada dalam pers, tentu saja, dipicu oleh peristiwa yang sedang terjadi. Tetapi apa yang dilihat dan dibaca oleh audience bukanlah peristiwa itu sendiri. Media sudah memaparkan cerita tentang kejadian berbentuk cerita dan cerita itu dibuat kembali atau dikonstruksikan oleh jurnalis yang juga

sudah dipengaruhi oleh proses produksi berita dan banyaknya tekanan selama proses produksi terjadi.

"Thus, news is not something that happens; instead, news is what gets presented. We almost never see news events as they happen. Instead, we are shown the media's manufactured construction of a very small set of selected events." (Potter;2001;88).

Berita merupakan inti dari isi media cetak. Berita menurut Kusumaningrat (2005;40) merupakan informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Namun, pengertian tersebut memiliki sifat idealis bagi para penganut paradigma kritis. Bagi pandangan kritis berita bukanlah cermin dari realitas yang sebenarnya, dia adalah hasil pertarungan kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang ada dalam masyarakat. Produk berita adalah cerminan ideologi tertentu dan sangat tidak objektif karena memiliki pengaruh dari wartawan sebagai seseorang yang memposisikan lebih besar dari struktur sosial tertentu.

Menurut Potter, proses konstruksi (*construction process*) berita ditentukan oleh tiga hal. Pertama, penyeleksian tentang berita apa yang akan diberitakan. Seperti yang kita tahu, ada jutaan bahkan milyaran peristiwa yang sedang terjadi di dunia dalam sehari. Bahkan, setiap orang memiliki peristiwa lebih dari satu dalam sehari. Koran akan memilih jutaan peristiwa itu untuk diberitakan dan dimasukkan dalam korannya. Dan hanya akan ada satu peristiwa yang menjadi headline dalam koran tersebut. Dengan memperhatikan nilai-nilai berita, sang jurnalis akan memilih peristiwa yang dianggap layak dan bernilai tinggi. Sangat bisa terjadi, peristiwa yang kita alami tidak masuk dalam pemberitaan, karena tidak memiliki nilai berita. Lebih jelasnya, *journalist don't think of you as a*

newsworthy person (Potter;2001;87) Inilah yang disebut Potter sebagai seleksi dalam menentukan berita mana yang akan diterbitkan.

Proses yang kedua adalah menentukan apa yang menjadi fokus dalam penceritaan sebuah berita. Mencari fokus pemberitaan sama halnya dengan mencari sebuah kail pengikat dalam sebuah cerita. Dalam setiap peristiwa selalu ada banyak elemen yang bisa dikaitkan atau menjadi fokus cerita. Misalnya saja dalam peristiwa calon presiden yang sedang berpidato. Maka, fokus pemberitaannya bisa bermacam-macam misalnya: berita tentang ulasan yang dipidatokan, berita tentang situasi saat berpidato, berita tentang persiapan calon saat akan berpidato, berita tentang gaya pidato sang calon dan sebagainya. Satu peristiwa dapat menjadi bermacam-macam sudut pandang berita. Ini semua tergantung bagaimana sang jurnalis mampu membaca situasi dan peristiwa yang sedang terjadi. Setiap fokus berita, akan selalu memiliki arah penulisan yang berbeda, sehingga akan memiliki lead yang berbeda juga.

Proses yang ketiga adalah proses penentuan bagaimana sebuah peristiwa itu diceritakan. Misalnya saja dalam sebuah pemberitaan tentang pemerkosaan. Sang jurnalis menulis banyak menulis tentang peristiwa yang menimpa sang gadis dari sisi tersangka. Wawancara yang dikutip adalah hasil wawancara dengan tersangka. Kata-kata yang digunakan memojokkan si korban. Audience atau pembaca digiring untuk menilai bahwa tersangka sebenarnya tidak bersalah, itu terjadi karena salah korban menggunakan baju yang seksi. Melalui wacana ini, ketidakadilan dalam pemberitaan mulai dipersoalkan. Ilustrasi tersebut sebenarnya

menggambarkan bahwa berita itu dapat diarahkan ke mana saja melalui penulisan dan gambar yang diambil.

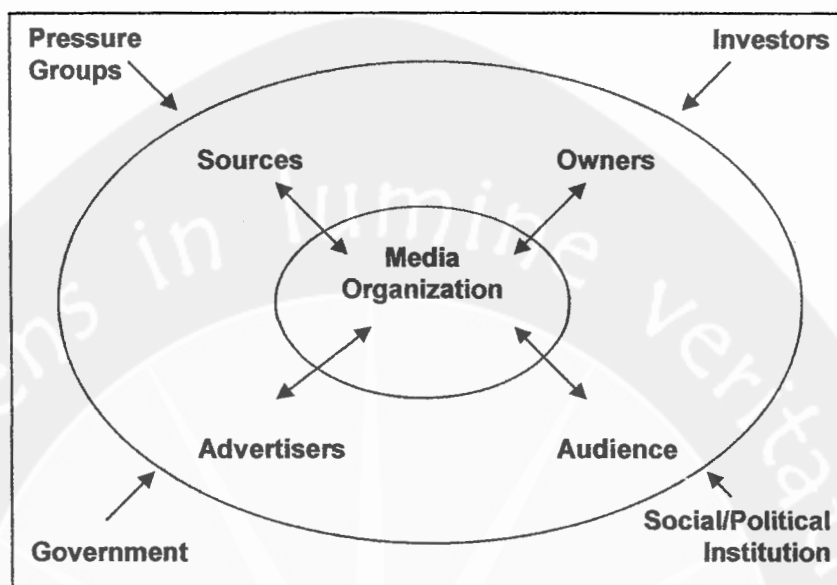
Selain ketiga hal yang menjadi inti proses konstruksi, Potter juga menilai ada 8 hal yang mempengaruhi dan membatasi bagaimana berita itu dimunculkan – atau yang disebutnya sebagai *constriction process*-, yakni: unsur komersial media, perspektif marketing, *story formulas*, keterbatasan sumber, kekuatan dan gaya organisasi, penggunaan sumber, deviansi, dan fokus geografis (Potter;2001; 88). Selain itu juga ditambahkan, bahwa ada tekanan juga dari kode etik profesionalisme sebagai jurnalis, para pemasang iklan, regulasi yang berkaitan dengan media, serta ideologi yang berpengaruh. Dennis McQuail (1992;85) juga menegaskan, bahwa banyak pengaruh eksternal yang mempengaruhi organisasi media. Pengaruh-pengaruh tersebut dibagi dalam dua lapisan. Lapisan pertama yang langsung berpengaruh terhadap kehidupan pengorganisasian media antara lain: sumber pemberitaan, pemilik media, pengiklan, audiens. Level yang kedua adalah tekanan dari kelompok-kelompok tertentu, investor atau penanam saham, institusi sosial dan politik serta tekanan dari pemerintah. Pengaruh ini pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana kinerja jurnalis dan produk berita yang dibuatnya.

Altheide (dalam Potter;2001;88) mengemukakan bahwa pengaruh yang kuat dalam mengkonstruksi sebuah berita adalah sifat komersial dari media. Altheide lebih melihat pada tekanan ekonomi media. Pada dasarnya, organisasi media adalah sebuah bisnis yang akan selalu bersaing dengan media yang untuk mencari audiens dan pengiklan. Kesuksesan sebuah media seringkali dilihat dari

kemampuan sebuah media menarik audiens atau pembaca sebanyak-banyaknya. Dalam dunia pertelevisian di Indonesia, sisten rating menjadi penguasa dan jika rating tinggi, maka akan banyak pengiklan yang akan masuk di acara tersebut. Oleh karena itu, sistem yang demikian ini akan menuntut perusahaan media akan memasang pemberitaan dan isu yang disukai oleh masyarakat. Tak jarang jika sensaionalisme dan kriminalitas menjadi daya pikat untuk menarik audiens sebanyak-banyaknya. Apa yang ditampilkan oleh media haruslah profitable atau menghasilkan uang. Tekanan ini yang juga diamini oleh Potter (2001;88) sebagai pengaruh yang kuat.

McQuail menyebut tekanan yang disebut Potter sebagai tekanan dari sumber. Asumsi dasarnya sama, institusi media adalah institusi bisnis yang juga mencari profit dan berorientasi pada pasar. Sumber yang dimaksud adalah sumber pendanaan, baik dana pribadi maupun dana publik, seperti dana dari penanam modal, dana dari pemasang iklan, konsumen. Sumber dana tersebut seringkali independen atau terpisah satu sama lain, tapi seringkali juga saling berinteraksi. Dengan adanya interaksi tersebut, institusi media sangat dimungkinkan sekali melakukan tawar menawar atau *bargaining*. Jika media berhasil menarik publik (pembaca dan pendengar), maka media pun akan mampu menarik keuntungan finansial lainnya (McQuail; 1994;157).

GAMBAR 1.2.
BERBAGAI TEKANAN EKSTERNAL DI INSTITUSI MEDIA



Sumber: McQuail (1995;82)

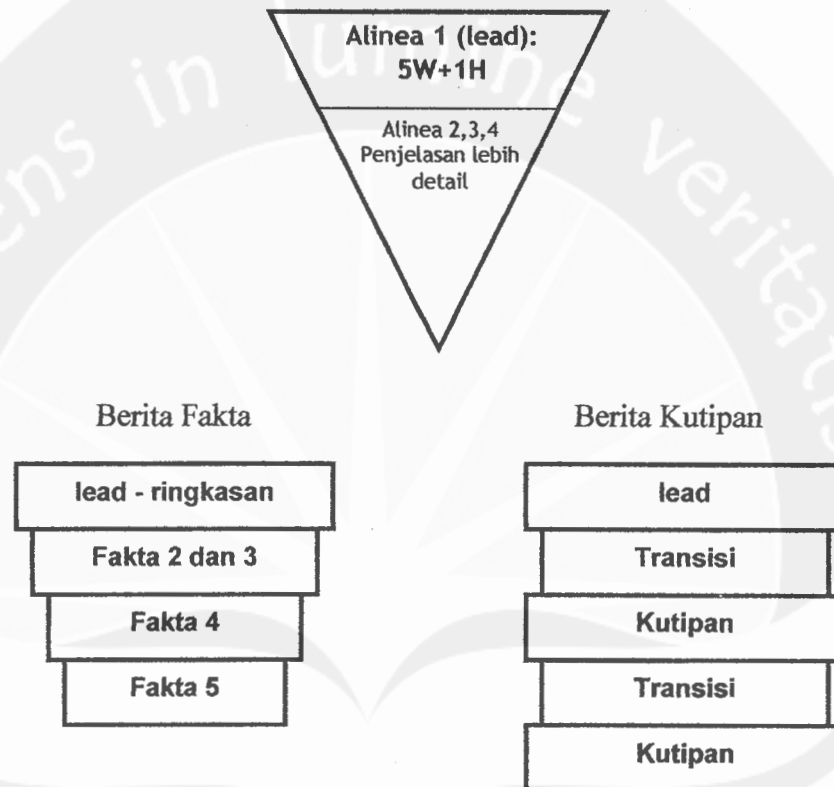
Tekanan dalam sifat komersial media membuat konflik antara dua perspektif dalam pengorganisasian berita Potter (2001;89). Pertama perspektif profesionalisme dan tanggungjawab jurnalis dan kedua adalah perspektif pemasaran produk media. Di satu sisi, seorang jurnalis harus menginformasikan peristiwa apa yang sebenarnya terjadi dengan jelas kepada publik. Informasi yang disampaikan jurnalis bisa digunakan dalam membuat keputusan yang baik oleh masyarakat. Di sisi lain, banyak tekanan ekonomi yang membuat media harus tetap menyeleksi dan 'berhati-hati' dalam membuat pemberitaan. Selain itu, informasi yang disampaikan harus menjual dan menarik perhatian banyak orang. Postman dan Powers (dalam Potter;2001;90) berpendapat bahwa apa yang diberitakan oleh televisi pada akhirnya memaparkan dua hal yang berbeda. Jurnalis yang bekerja di institusi media sebenarnya menginginkan bahwa kita

percaya akan apa yang ditampilkan oleh media. Tetapi apa yang ditampilkan oleh media sebenarnya ingin menarik banyak audiens, yang pada dasarnya menarik para pengiklan.

Pengaruh yang lain dalam proses konstruksi berita adalah *Story Formula* (Potter;2001;90) atau yang disebut sebagai aturan penulisan jurnalistik. Kegiatan dan proses produksi jurnalistik selalu ditekan oleh faktor deadline. Waktu yang terbatas dan informasi atau kejadian yang sangat banyak membuat para jurnalis memilih atau menyeleksi informasi yang memang penting, menarik dan dibutuhkan masyarakat. Informasi itu disajikan pula dengan ringkas namun jelas, mengingat waktu yang sangat terbatas. Para jurnalis tidak akan memiliki banyak waktu untuk menyampaikan semua informasi atas satu kejadian, karena kejadian yang lain menunggu juga untuk dilaporkan. Oleh karena itu, dalam dunia jurnalistik dikenal dengan istilah 5W+1H. Sebuah formula penulisan untuk menginformasikan kepada masyarakat atas kejadian yang sudah terjadi, namun lebih lengkap dan ringkas. Informasi tersebut akan terbatas pada: *What? Who? When? Where? Why? dan How?* Dari sebuah informasi, sang jurnalis bisa memilih satu atau beberapa angle untuk ditonjolkan, misalnya pada aspek *what*. *"They believe that a story that has no conflict will not grab the audience's attention, but if the conflict is complex, the story will not hold the audience's attention."* (Potter;2001;91). Dengan demikian, proses seleksi dan konstruksi terjadi lagi dalam faktor internal organisasi media. Hamad (2004;11) memasukkan faktor ini sebagai faktor internal media sebagai gambaran dinamika internal media

dan strategi framing dengan pengolahan bahasa sebagai bentuk konstruksi realitas yang dibentuk media.

**GAMBAR 1.3.
BEBERAPA MODEL DAN TEKNIK
DALAM PENULISAN BERITA**



Sumber: Kusumaningrat (2005;149)

Tuchman (dalam Potter;2001;92) menegaskan bahwa dalam dunia jurnalistik, berbagai pilihan harus dibuat karena selalu ada keterbatasan waktu, ruang, kemampuan dan tempat. Faktor ini pula yang mempengaruhi dinamika internal media, khususnya di meja produksi. Jelas, keterbatasan waktu ini menyangkut deadline dalam produksi berita. Setiap jurnalis wajib menyerahkan hasil tulisan ke meja redaksi dalam waktu tertentu. Dan saat tertentu pula, informasi itu harus sudah sampai di tangan pembaca. Keterbatasan ruang

menyangkut layout dalam media cetak, dan programming dalam media elektronik. Misalnya saja sebuah berita di koran sudah diplot lebar dan panjang kolomnya. Keterbatasan inilah yang membuat informasi yang disampaikan oleh media tidak bisa panjang lebar sesuka hati. Begitu juga dengan media elektronik. Sudah ada plot untuk tayangan atau siaran tertentu dengan hitungan durasi. Keterbatasan kemampuan adalah berasal dari kemampuan wartawan untuk melihat kejadian atau fenomena yang terekam selama melakukan liputan. Setiap wartawan memiliki kemampuan berbeda dalam menangkap sinyal sosial di sekitarnya. Satu kejadian, sangat memungkinkan sekali akan dinilai berbeda oleh setiap wartawan. Sedangkan keterbatasan tempat menyangkut nilai *proximity*, yakni kedekatan. Media cetak di Indonesia akan banyak memberitakan kejadian yang terjadi di Indonesia. Dengan keterbatasan-keterbatasan itu, jurnalis harus pandai dalam melakukan penentuan informasi yang akan disampaikan ke publik. Potter juga memasukkan faktor ini sebagai bentuk tekanan dari *geographical focus*. Media akan cenderung memberitakan peristiwa yang ada di sekitarnya dan yang berada di lingkup batas teritori dan geografi tertentu.

Dalam proses penulisan berita, narasumber memiliki peranan yang penting sebagai pemapar cerita dan informan atas kejadian yang akan dikonstruksi kembali menjadi sebuah laporan berita. Sumber informasi bisa berasal dari pelaku atas kejadian, atau sumber-sumber informasi publik, seperti pemerintah, badan-badan negara, dan sebagainya. Yang menjadi pertanyaan Potter (2001:93) adalah "*How do journalists know who is an expert?*" Misalnya saja informasi tentang korupsi di Kejaksaan. Siapakah yang akhirnya menjadi narasumber? Apakah

cukup kompeten dan benar-benar tahu dalam kasus tersebut sehingga dipilih menjadi narasumber? Jika berita itu sudah terbit atau tayang, siapa saja yang nanti muncul di dalamnya? Narasumber ini dikonstruksi juga oleh para jurnalis ketika sudah masuk ke dalam media. Siapa saja dan apa saja komentar yang dituliskannya adalah hasil konstruksi jurnalis atas berita yang dibuat.

Selain teknis penulisan, isi beritapun juga harus menjadi perhatian jurnalistik. Potter memasukkan *deviance* atau berita-berita tentang penyimpangan sebagai sebuah berita yang menarik untuk diinformasikan kepada publik. "*The media are interested in presenting things that deviate from the normal*". (Shoemaker, 1987, Shoemaker, Danielian dan Brendingler, 1991 dalam Potter;2001). Ada dua tipe isi pemberitaan yang inti beritanya adalah penyimpangan. Pertama, berita-berita yang isinya bukan sebagai kebiasaan manusia atau berita yang luar biasa, baik penyimpangan yang "baik" dan "buruk". Misalnya saja, berita tentang seorang ibu yang mengasuh anak kembar 5. Sedangkan jenis berita penyimpangan yang kedua adalah penyimpangan dari sisi normatif. Artinya, berita yang berisi tentang kejadian atau gagasan yang melawan norma atau hukum yang telah ada. Misal nya berita tentang pembobolan ATM, dan berita pemerkosaan. Berita-berita kriminal masuk dalam kategori ini. Sehingga, Potter memasukkan informasi kriminalitas sebagai salah satu hal yang perlu dipertimbangkan oleh media, karena berita inilah yang disenangi oleh masyarakat.

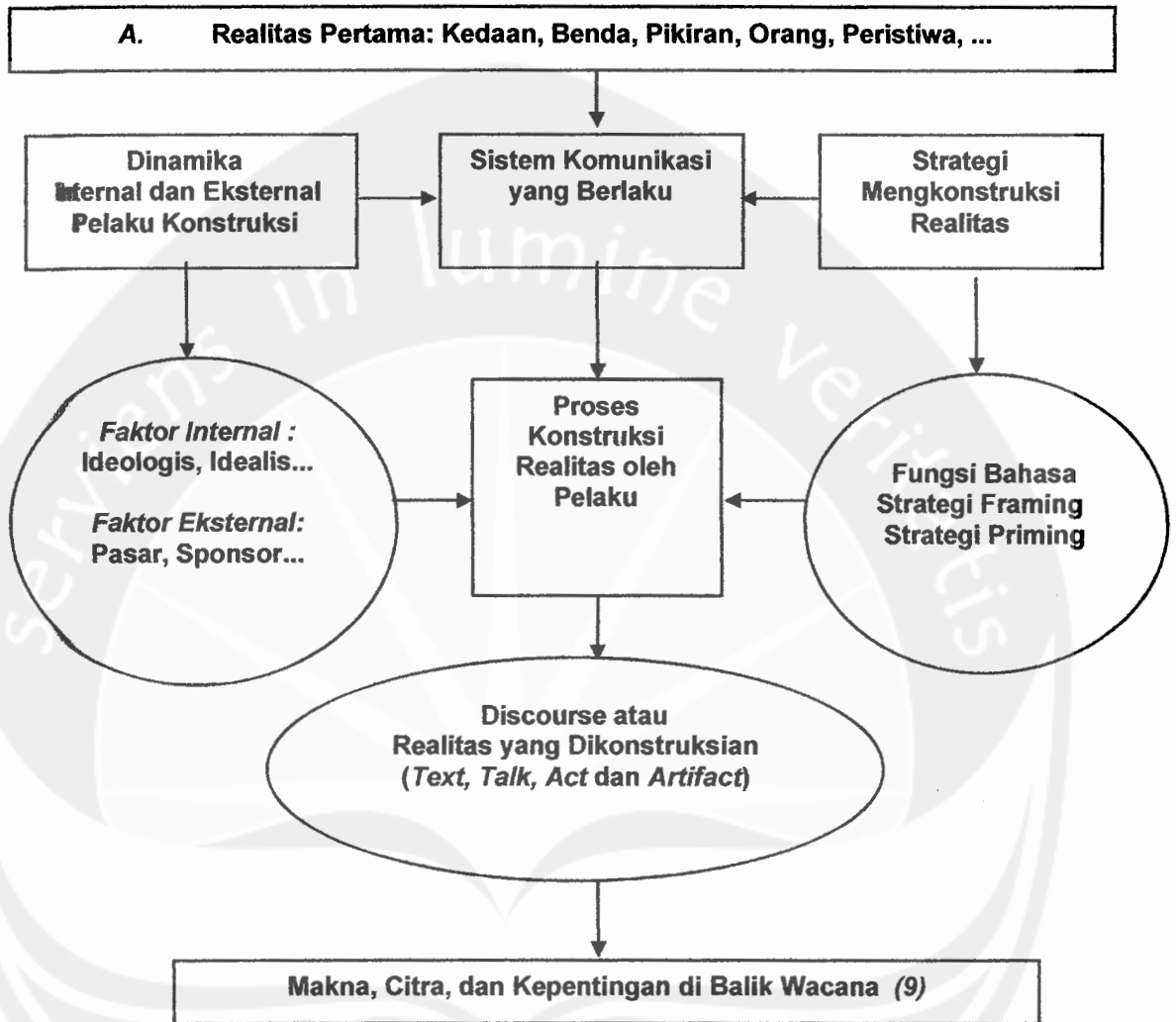
Schluz juga menunjukkan ada beberapa faktor seleksi dalam konstruksi berita. Yang ditonjolkan olehnya adalah seberapa penting dan berharganya berita itu di masyarakat nantinya. Melalui penilaian inilah, para pekerja media

menonjolkan suatu berita dan menyingkirkan yang dianggap tidak perlu. Selain itu, ada enam faktor menurut Schluz yang mempengaruhi seleksi suatu berita yakni: *“time, proximity, status, dynamism, valence (conflict, crime, damage, success) and identification (personalisation, ethno-centrism).”* (Kunczik;1995). Tak jauh berbeda dengan yang diusulkan oleh Kunczik (1995;154) yakni: *“thematization (ex: duration, continuity of the occurrence), personal influence (elite status), complexity, ethno-centrism, negativism and success.”*

Melalui penjabaran proses jurnalistik yang penuh tekanan dan keterbatasan di atas, pemahaman akan konstruksi realitas akan semakin jelas darimana saja pengaruh itu berasal. Ibnu Hamad (2004;11) menuliskan bahwa proses konstruksi realitas yang ditulis oleh sebuah media adalah upaya “menceritakan” sebuah peristiwa, keadaan atau benda.¹⁸ Bahkan, Hamad menilai bahwa kesibukan utama di media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan atau diberitakan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi, hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pada akhirnya, apa yang dituliskan dan diberitakan di media massa adalah sebuah cerita dan wacana yang bermakna atas susunan realitas-realitas yang telah dibentuk oleh para jurnalis. Pembentukan realitas baru tersebut tentu saja dipengaruhi dari berbagai macam tekanan dan keterbatasan. Tekanan itu datang dari dinamika internal dan eksternal pelaku konstruksi, dalam institusi media biasa disebut pekerja media. Selain itu, bahasa menjadi juga menjadi faktor kunci dalam pemberitaan. Bahasa menjadi alat penting dalam mengkonstruksi sebuah berita.

¹⁸ Lihat proses konstruksi realitas untuk menjadi sebuah wacana pada diagram 1.4

GAMBAR 1.4.
PROSES KONTRUKSI WACANA MENURUT IBNU HAMAD



Sumber: Hamad (2007;4)

8. KRIMINALITAS DAN MEDIA MASSA

a. Isi Media dan Kriminalitas

Dalam sebuah penerbitan pers, setidaknya terdapat tiga komponen isi penerbitan (Djuroto;2000;45), yakni: (1) penyajian berita sebagai produk utama yang disajikan pada pembaca; (2) pandangan atau pendapat; dan (3) periklanan. Produk berita merupakan salah satu dari produk yang dikelola oleh manajemen

penerbitan pers. Berikut tabel isi produk media (pers) yang disarikan dari Djuroto (2000;46):

TABEL 1.5.
KESELURUHAN ISI PENERBITAN BERDASARKAN KATEGORINYA

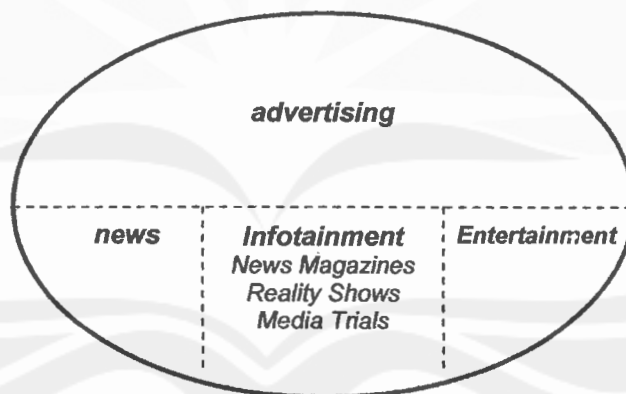
Pemberitaan	Pendapat	Periklanan
<i>Straight News</i>	Komentar	Iklan Display
<i>Investigate News</i>	Surat Pembaca	Iklan baris
<i>Depth News</i>	Tajuk Rencana	Iklan pariwisata
<i>Human Interest News</i>	Pojok	
	Karikatur	

Surat kabar merupakan kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu satu kali (Djuroto;2000;11). Berita merupakan inti dari isi media cetak. Berita menurut Kusumaningrat (2005;40) merupakan informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Pendapat ini memang lebih sederhana dibandingkan dengan pendapat Dja'far H. Assegaf (Djuroto;2000;47) yang menyatakan bahwa berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang kemudian dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa karena penting atau akibatnya, karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan. Penekanan yang diberikan adalah *content* dari berita itu sendiri. Ini sama juga seperti yang disampaikan oleh J.B. Wahyudi (Djuroto;2000;47) yang menyatakan bahwa berita sebagai laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting dan menarik bagi

sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa.

Pendapat Djuroto sebelumnya, sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pendapat Surette. Surette (2007;15) dalam buku berjudul *Media, Crime and Criminal Justice* melihat bahwa media pada dasarnya berisi 4 hal, yakni: *advertising* atau iklan, *news* (berita), *infotainment* dan *entertainment* (hiburan). Dalam dunia media massa, sebenarnya iklan menduduki posisi paling besar dalam memberikan informasi kepada publik. Separa dari isi media dijejali dengan iklan. Pembagian isi media tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut ini.

GAMBAR 1.5.
TIPE ISI MEDIA



Sumber: Surrete (2007;16)

Berita dalam media massa menurut Herbert Gans (dalam Surette 2007;16) menjelaskan bahwa berita ada dua jenis, yakni: berita rutin (*routine news*) dan berita tak terduga (*disorder news*). Berita kriminal termasuk dalam jenis *disorder news* dan biasanya kriminalitas ditampilkan sebagai sebuah informasi ancaman sosial dan memiliki pesan moral. Menurut Surrete, pemberitaan tentang kriminalitas sekarang ini sudah beralih pada jenis-jenis *softnews* dibandingkan

dengan *hardnews*. Pengalihan ini sebenarnya untuk memenuhi fungsi *entertainment* dalam memberikan informasi. Dan yang banyak diberitakan adalah subjek itu sendiri. Dalam informasi kriminal, biasanya akan diinformasikan mengenai peristiwa nyata itu sendiri dan orang yang terlibat di dalamnya. Tetapi sebenarnya peristiwa itu sendiri tidak akan banyak diceritakan. Media banyak mengkonstruksi orang-orang yang terlibat di dalamnya. Terlebih lagi, jika orang-orang tersebut melakukan kejahatan luar biasa dan aneh, atau berada dalam pengadilan yang benar-benar spektakuler dan dalam situasi yang sangat besar. Sehingga berita-berita kriminal sekarang ini sebenarnya memberitakan atas kejadian kriminal yang abnormal untuk dikonsumsi publik.

b. Berita Kriminal dan Nilai Berita Kriminal

Menurut Salim (1991;322) kriminal adalah perbuatan jahat yang dapat dijatuhi hukuman menurut Undang-undang dan merupakan tindakan pidana bukan perbuatan perdata. Sedangkan kriminalitas merupakan hal-hal yang bersifat kriminal; perbuatan yang melanggar atau bertentangan dengan hukum pidana dan merupakan kejahatan. Pengertian tersebut dipengaruhi oleh sudut pandang hukum. Dari pandangan sosiologis, kriminal merupakan "*a violation of criminal law for which some governmental authority applies formal penalties*" (Schaefer;2001;185). Schaefer kemudian menjelaskan bahwa, yang disebut kriminal adalah sebuah penyimpangan yang dilakukan seseorang terhadap aturan sosial yang dibuat oleh negara. Oleh karena itu yang disebut sebagai berita kriminal adalah berita yang memuat informasi-informasi tentang kriminalitas,

yang berarti juga informasi mengenai penyimpangan-penyimpangan hukum dalam masyarakat.

Istilah kriminalitas sendiri erat kaitannya dengan kata penyimpangan atau deviansi. Dalam kajian sosiologis, orang yang melakukan tindakan kriminal berarti dirinya adalah orang yang melakukan tindakan kriminal. Namun, tindakan penyimpangan belum tentu tindakan kriminal di masyarakat misalnya dalam kasus penyimpangan seksual yang terjadi di komunitas homoseks atau lesbian. Chibnall (dalam Boyle;2005;58) mengidentifikasi, ada 8 nilai berita kriminal. Ini merupakan sebuah investigasinya dalam jurnalisme kriminal di Inggris. Depalan nilai berita tersebut adalah: *immediacy (speed, currency)*, *dramatisation (drama, action)*, *structured access (experts, authority)*, *novelty (angle, speculation, twist)*, *titillation (revealing the forbidden, voyeurism)*, *conventionalism (dominant ideology)*, *personalitation (culture of personality, celebrity)*, *simplification (elimination of shades of grey)*.

c. Proses Konstruksi Realitas Informasi Kriminal dalam Pemberitaan

Pada akhir tahun 1990-an di Jerman, dugaan bahwa jurnalis selalu bersikap objektif dapat memproduksi berita mulai ditinggalkan. Schulz berpendapat bahwa media semata-mata tidak memproduksi atas realitas tertentu karena posisi jurnalis sebagai individu yang mencoba melakukan falsifikasi terhadap suatu kasus (Kunczik;1995). Apa yang ditampilkan oleh media bukanlah suatu realitas yang sebenarnya dan tidak menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi. Kehadiran informasi dari sebuah media merupakan suatu proses seleksi. Proses seleksinya sendiri dijelaskan terdiri atas delapan faktor, yakni:

"Power and frame of individuals involved in events, personal contacts of reporters, locations of events, locations of powers, predictability and routine, proximity to the audience of people and events in the news, recency and timeliness of events, and timing in relation to the news cycle."
(McQuail;2000).

Secara khusus, Surette (2007;34) membuat sebuah bagan arus konstruksi para jurnalis dalam membuat sebuah berita kriminal, baik di media cetak maupun media elektronik. Ada empat tahap dalam proses pembentukan realitas media. Tahap yang pertama adalah tahap kejadian. Di dalam tahap ini, peristiwa-peristiwa kriminal atau serangan-serangan teroris terjadi di dunia nyata. Kejadian-kejadian ini kemudian dicatat dan direkam oleh individu maupun organisasi sebagai bagian dari pengalaman-pengalaman mereka. Terjadinya kejahatan-kejahatan di jalan dan tindakan-tindakan kriminal di masyarakat dimasukkan dalam tahap satu, dimana sebuah peristiwa dan kejadian itu terjadi.

Di tahap yang kedua adalah deskripsi dan konstruksi sosial atas realitas peristiwa kriminal yang sudah terjadi. Pertanyaan mendasar dari tahap ini adalah, bagaimanakah realitas dunia yang ada itu –atau peristiwa yang terjadi di masyarakat– dimaknai oleh masyarakat itu sendiri? Peristiwa-peristiwa kriminal seringkali dibuat angka statistik atau juga diceritakan dari orang ke orang. Proses membuat angka statistik dan pemahaman-pemahaman akan peristiwa kriminal itu juga merupakan proses konstruksi sosial. Setiap orang atau organisasi akan mampu mengkonstruksi atas isu kriminalitas yang terjadi. Misalnya saja ada pernyataan dari masyarakat: "Banyak maling berkeliaran karena masyarakat Indonesia memang banyak yang miskin". Kalimat yang dilontarkan tersebut pada dasarnya adalah hasil konstruksi masyarakat yang merupakan refleksi atas

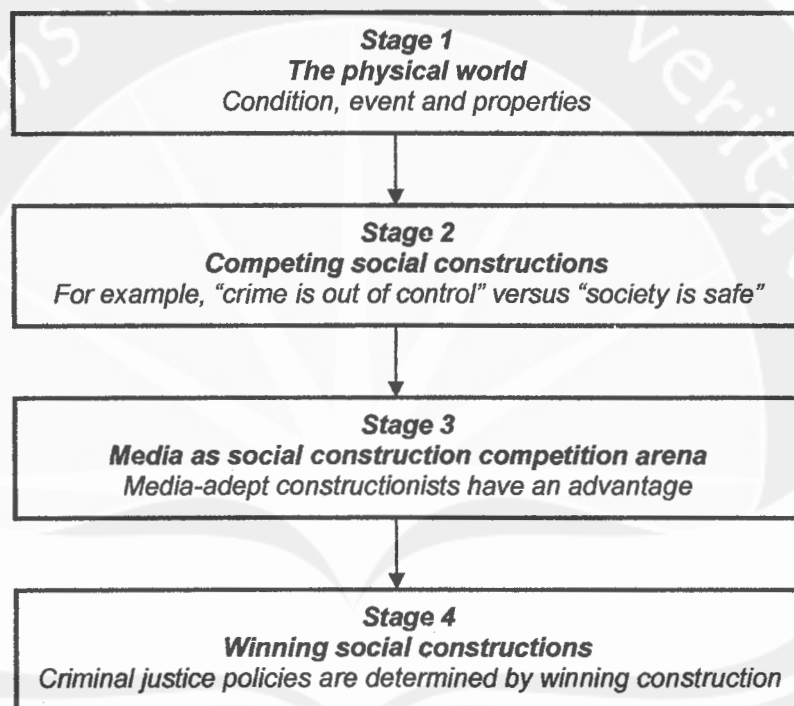
pemahaman pengalaman dari dunia nyata yang dilihat dan dirasakannya. Isi dan maknanya, tergantung dari si orang tersebut dengan pengalamannya.

Tahap yang ketiga adalah tahap dimana media sebagai tempat kompetisi bertemunya berbagai konstruksi sosial yang diambil. Dalam tahap ini, media dinilai sebagai penyeleksi atas konstruksi sosial yang akan diambil dan dimasukkan dalam isi informasinya. Peran media dalam tahap ini sangat kuat. Orang-orang akan membuat sebuah konstruksi tentang kriminalitas yang 'menarik' perhatian media. Sedangkan media akan memilih sebuah konstruksi yang menurutnya lebih dramatik. Setelah diseleksi dari masyarakat, informasi yang masuk akan disebarluaskan melalui media, yang tak lain adalah hasil konstruksi dari media sendiri. Maka, wacana media akan terlihat, ketika ada tindakan-tindakan kriminal yang dianggap tidak penting di masyarakat. Contoh, misalnya media terus memberitakan tentang pencurian, pemerkosaan, pembunuhan, tetapi tidak memberikan tempat bagi tindakan pembajakan, kejahatan ilmiah dan sebagainya.

Tahap yang keempat adalah penilaian konstruksi sosial atas kriminalitas yang dominan. Tindakan-tindakan kriminal yang dianggap dominan adalah yang direpresentasikan 'bahaya' oleh media. Dibandingkan dengan media, setiap manusia sebenarnya tidak banyak bersinggungan dengan dunia kriminalitas. Media adalah yang memiliki peran besar untuk mengkonstruksi atas pemberitaan dan informasi yang dinilai penting dan memberikan tempat yang dominan terhadap kasus-kasus kejahatan tertentu. Di dalam media pula, kita akan menemukan bagaimana kejahatan dan pengadilan dikonstruksi sedemikian rupa. Audiens –atau

masyarakat– akan melihat kondisi yang ‘sebenarnya’ terjadi, trend kriminal yang terjadi dan faktor kriminalitas yang terjadi hanya melalui media. Berikut gambar empat tahapan bagaimana proses konstruksi sosial kriminalitas melalui media.

**BAGAN 1.4.
TAHAPAN KONSTRUKSI INFORMASI
KRIMINAL MENURUT SURETTE**



Sumber: Surrete (2007;35)

Dalam pandangan Frank (Kunczik;1995) konstruksi realitas oleh berita bisa jadi merupakan pertimbangan oleh kepentingan organisasi media sendiri. Sebagai anggota masyarakat, konsep "realitas" yang diusung media melalui teks tidak lagi sebagai sesuatu yang dipertanyakan lagi. Level konteks yang melingkupi sebuah teks tidak lagi dipandang oleh masyarakat. Schluz (Kunczik;1995) menambahkan bahwa yang membuat suatu konstruksi realitas suatu berita adalah nilai berita itu sendiri. Bagi mereka, penerima informasi

(pembaca berita) yang tidak terlibat langsung dalam suatu peristiwa akan memahami bahwa peristiwa yang dituliskan dalam berita adalah peristiwa yang sesungguhnya "*factual reality*". Audience memahami realitas media sebagai realitas aktual yang sebenarnya terjadi.

Dari paparan teori yang telah dijabarkan di atas, penelitian ini akan didominasi oleh kajian wacana van Leeuwen sebagai analisa secara tekstual. Dan secara kontekstual, akan banyak dibantu oleh pemahaman konstruksi pemberitaan khususnya yang dipaparkan oleh Surrete (2007;35) seperti: konstruksi informasi kriminalitas yang mempercayai bahwa berita kriminal dalam mediaupun juga bagian dari proses konstruksi pekerja media. Selain itu, melihat bagian konteks secara lebih jauh, khususnya yang berkaitan dengan aspek internal-eksternal media pemikiran McQuail (1995;81-98) tentang keterbatasan dan ketertekanan media menjadi hal yang penting dimasukkan dalam proses analisa. Sedangkan dari sisi tahapan penelitian, konsep Ibnu Hamad (2007;4) menjadi referensi tambahan karena di dalamnya mampu menunjukkan faktor-faktor yang perlu dimasukkan dalam konteks memahami sebuah wacana. Wacana kriminal dari aspek sosial budaya masyarakat juga dibutuhkan. Mengingat, bahwa Analisis Fairclough (1995;62) aspek *socio-cultural* adalah bagian tak terpisahkan dalam pemahaman wacana.

9. HEADLINE, FOTO JURNALISTIK DAN ANALISIS VISUAL

Headline dideskripsikan sebagai sebuah judul berita yang tertulis tebal dan diletakkan di halaman muka sebuah koran serta dianggap sebagai sebuah berita yang penting untuk diketahui (Saxena;2006;17). Dalam sebuah *headline* ada

beberapa elemen lain yang juga penting dalam pergerakan mata dalam melihat sebuah halaman mata sebuah koran, yakni fotografi dan grafik. Dua elemen ini biasanya menjadi sebuah pelengkap secara visual ketika *headline* menceritakan sebuah peristiwa dalam bentuk kata-kata. Menurut Saxena (2006;141), paling tidak ada 4 elemen sebuah *headline* dalam pemberitaan, yakni:

1. Ukuran tulisan, bentuk tulisan dan warna tulisan yang digunakan dalam menulis headline
2. Foto, ilustrasi atau grafik yang digunakan untuk mendukung headline.
3. Ukuran huruf, jenis huruf dan gaya huruf
4. Penempatan headline pada sebuah koran, majalah atau tabloid.

Dalam foto jurnalistik, memang tidak ada standar baku dalam pemotretannya, tetapi foto jurnalistik harus memiliki “sesuatu” yang patut dan perlu dilaporkan dan diketahui banyak orang dan diketahui banyak orang karena menyangkut kehidupan di sekitar kita, baik masa kini, masa lalu, dan masa yang akan datang (Alwi;2004;3). Menurut Frank P. Hoy (dalam Alwi; 2004;4) yang disebut sebagai foto jurnalistik paling tidak memiliki 8 karakteristik, yakni:

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium Foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire services*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.

4. Foto jurnalistik adalah panduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*), Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers.

Karena penelitian ini menggunakan wacana *headline*, maka analisis visual juga digunakan dalam membantu menganalisa foto jurnalistik yang muncul dalam *headline*. Untuk itulah, analisa foto *headline* yang dipasang dalam pembertaan juga harus disertakan. Ada tiga aspek dalam menganalisa sebuah gambar atau foto (Kress dan van Leeuwen dalam Jewitt dan Oyama;2001;134-156), yakni:

1. *Representational meaning analysis*

Ada dua proses dalam melihat representasi sebuah foto yakni: proses konseptual dan proses presentasional. Konseptual proses merupakan sebuah analisa proses identifikasi apa yang ditampilkan oleh foto tersebut, melalui simbol-simbol yang ditunjukkan, atau yang disebut sebagai "*represented participant*". Partisipan bisa berbentuk *person* atau orang, tempat atau benda. Proses pemaknaan simbol partisipan tersebut ditempuh melalui dua proses yakni: proses simbol atributif, yakni jika ada dua partisipan objek di dalam sebuah

gambar maka bagaimana relasi keduanya. Ini dilihat melalui ukuran, warna, pencahayaan dan komposisi dari gambar. Jika ada satu yang ditonjolkan berarti yang lain adalah sebagai objek atribut. Analisis ini menghubungkan kedua objek tersebut. Sedangkan yang kedua adalah proses simbolik sugestif, yakni jika hanya ada satu "*represented participant*". Dalam sebuah gambar atau foto, objek tersebut, ditekankan melalui penekanan yang detail terhadap objek, dengan warna dan pencahayaan.

Proses presentasional dibagi menjadi dua bagian yakni aksional dan reaksional. Dikatakan aksional jika antara "*represented participant*" memiliki sebuah relasi dan saling membangun. Antara objek yang satu dengan yang lain saling terkait, namun yang satu dikatakan sebagai "aktor" dan yang lain sebagai "tujuan". Sedangkan reaksi menjelaskan proses tindakan kedua objek dalam sebuah foto atau gambar. Namun jika objeknya hanya satu, maka dikatakan sebagai *non-transactional structure*.

2. *Modality analysis*

Salah satu cara untuk melihat dan menginterpretasikan makna dalam sebuah gambar, bisa dilihat oleh peneliti melalui representasi atas relasi antara pengamat gambar dan gambar itu sendiri. Ada lima hal yang bisa dilihat dalam analisis ini, yakni:

a. *Mood*

Untuk mengidentifikasi sebuah mood dalam gambar yang dilihat adalah *offers* dan *demands*. Yakni melihat, gambar itu sebenarnya menawarkan apa dan meminta pembacanya untuk seperti apa. Jika analisis dalam sebuah iklan

komersial, maka bisa jadi *demands* yang diharapkan adalah, *viewer* tertarik dan membeli produk yang ditawarkan.

b. Perpektif

Dalam analisis ini, seorang peneliti harus melihat *angle* yang diambil oleh fotografer apakah vertikal atau horisontal. Selain itu, seorang peneliti juga harus melihat bagaimana *viewer* diposisikan dalam melihat sebuah objek, apakah dibuat secara subjektif atau objektif. Subjektif jika seluruh objek dalam foto seakan-akan memasukkan *viewer* menjadi bagian dari objek foto tersebut. Sedangkan objektif adalah melepaskan *viewer* dari posisinya sebagai partisipan dalam sebuah objek gambar. Dalam subjektif kamera ada beberapa *angle* pengambilan gambar yakni: pertama, *high-angle* yang menunjukkan bahwa hubungan yang timpang antara *viewer* dengan sang objek. Ada kekuatan dalam diri pelihatnya. Kedua, *low-angle*, yang menunjukkan objek dalam foto memiliki kuasa lebih. Ketiga, *straight-angle*, yang menunjukkan tidak ada perbedaan kekuasaan diantara *viewer* dengan objek dalam foto.

c. *Social distance*

Dalam interaksi sehari-hari, jarak sosial menentukan hubungan sosial kita dengan orang lain. Begitu juga dengan gambar atau foto yang diamati. Konsep jarak sosial digunakan dalam melihat ukuran frame dalam pengambilan gambar. Semakin dekat pengambilan gambar, maka ada kedekatan yang semakin terjalin antara penikmat foto dan objek yang ada pada foto tersebut. Hall (dalam Bell;2001;29) membagi *social distance* sebagai berikut:

TABEL 1.6.
UKURAN *SOCIAL DISTANCE* DALAM ANALISIS VISUAL

Jenis	Ukuran
<i>Intimate distance</i>	Hanya muka dan kepala saja, atau bagian kecil dari sebuah objek dan terfokus pada bagian itu
<i>Close personal distance</i>	Kepala dan bahu, seperempat dari sebuah objek
<i>Far personal distance</i>	Pinggang ke atas, setengah dari objek
<i>Close social distance</i>	Melihat keseluruhan dari sebuah objek
<i>Far social distance</i>	Melihat keseluruhan dari sebuah objek dan memiliki jarak yang jauh dari pengambilan
<i>Public</i>	Kita melihat utuh objek, bersamaan dengan objek-objek yang lain dalam urutan.

Sumber: Bell (2001;29)

d. Lighting

Sebuah gambar dalam foto tergantung dari pencahayaan. Dalam media cetak atau masalah pencahayaan cenderung tidak natural. Ini karena proses yang membuatnya memiliki hasil yang berbeda-beda, khususnya pada proses cetak. Inilah sebabnya, analisis pencahayaan banyak digunakan dalam *visual movement* atau pada gambar bergerak seperti film, iklan tv dan sebagainya.

e. Colour

Menggunakan partikel warna dalam sebuah foto atau gambar sebenarnya menandakan sebuah nilai rasa tertentu. Namun, mengartikan sebuah warna harus diinterpretasikan sesuai konteks yang berlaku. Dominan warna merah di sebuah foto bisa jadi sebuah makna keganasan atau nafsu, tetapi di foto lain bisa jadi memiliki arti yang berbeda, yakni bahaya.

f. Modality

Fotografi sering dipikirkan sebagai sebuah gambaran real dari sebuah peristiwa. Modality proses merupakan sebuah penilaian terhadap foto seberapa

besar nilai real yang ada dalam foto tersebut. Maka, modality dinilai oleh Jewitt dan Oyama (2001;151) sebagai sebuah *reality value*. Cara menilainya adalah:

“the greater the congruence between what you see of an object in an image and what you can see of it in reality with the naked eye, in a spesific situation and from a spesific angle, the higher the modality of that image.”

3. *Compositional analysis*

a. *Salience*

Sebuah objek yang dianggap penting adalah objek yang dilukiskan atau diposisikan secara menonjol. Peletakan secara menonjol bisa dilihat melalui ukuran objek, fokus objek, warna yang mencolok (misalnya warna merah diantara warna dominan putih), atau penempatannya (misalnya sebuah objek yang diletakkan di sisi kiri sendiri, padahal yang lain berada di sisi kanan).

b. *The reading path dan vectors*

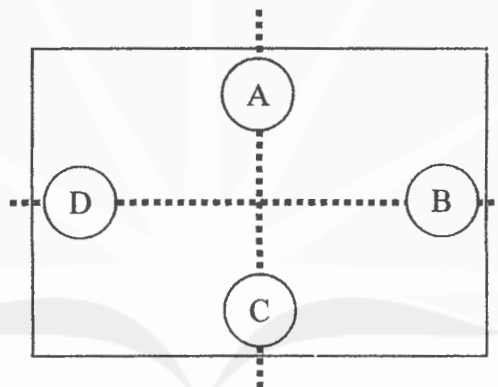
Ini adalah alur cara membaca sebuah gambar atau foto yang dimulai dari objek yang menonjol diikuti dengan objek-objek yang tidak menonjol. Alur tersebut dinamakan vektor. Alur bisa saja terlihat, tetapi bisa juga tidak terlihat. Alur akan menjadi sebuah jalan arah mata penikmat gambar untuk melihat gambar itu sendiri.

c. *The compositional axes*

Elemen komposisional dapat dilihat melalui penempatan vertikal maupun horisontal. Pada arah vertikal kanan, yang diwakili dengan objek D. Jika objek terletak di area tersebut, maka objek tersebut dinilai sebagai sebuah objek yang dikenal oleh pembacanya, dari situlah sebuah pesan sebenarnya mulai dibangun kepada penikmat foto. Sedangkan posisi lawannya, yang

diwakili dengan objek B, dinilai sebagai objek yang baru, yang merupakan inti pesan yang ingin disampaikan. Namun, sesuatu yang baru lebih susah diterima oleh viewer dibandingkan dengan sesuatu yang sudah dikenal. Sedangkan pada arah horisontal, objek horisontal atas, yang diwakili oleh huruf A menggambarkan sebuah impian dan aspirasi. Ini dinilai sebagai sesuatu yang ideal. Sedangkan posisi lawannya, horisontal bawah, ini diartikan sebagai objek yang bersifat keduniawian dan sesuatu yang biasa.

GAMBAR 1.6.
POSISI OBJEK DALAM SEBUAH FOTO



d. Centre and margin

Sebuah foto juga bisa disusun melalui sebuah dimensi pusat (centre) dan pinggir (margin). Sebuah objek yang diletakkan di tengah, didefinisikan sebagai objek yang menjadi pusat perhatian dan pusat informasi. Sedangkan objek yang berada di pinggir sebagai sebuah objek penyokong atas objek yang menjadi pusat (berada di tengah)

D. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Pendekatannya

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang secara fundamental tergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun peristilahannya (Kirk dan Miller dalam Moleong, 2004:4). Menurut (Denzin dan Lincoln 1987) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. (Moleong, 2004:5). Oleh karenanya, sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara peneliti yang satu dengan yang lain. Hal ini dikarenakan tiap individu memiliki persepsi dan pengetahuan yang berbeda-beda dalam melihat suatu permasalahan.

Sarantakos (1997:300) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki tiga proses penting yakni: pertama reduksi data, yakni "*process manipulating, integrating, transforming and highlighting the data while they are presented.*" (Sarantakos;1997;300). Reduksi data membantu peneliti untuk mengidentifikasi aspek-aspek penting dari isu dalam pertanyaan, serta memfokuskan pada koleksi data, sampling dan metode hingga mendapatkan konklusi dari sebuah penelitian. Kedua, pengorganisasian data. Ketiga, Interpretasi data.

Penelitian kualitatif didasarkan pada pemikiran teoritikal dan prinsip metodologikal dari ilmu interpretif. Implikasinya, analisis kualitatif selalu menjadi riset yang minim menggunakan pengukuran kuantitatif, standarisasi dan teknik

matematis. Proses risetnya dengan menganalisa atas sejumlah data dan mengidentifikasi data tersebut sebagai bentuk analisisnya (Sarantakos;1997;289). Penekanan penelitian kualitatif adalah pengoleksian data dan evaluasi. Begitu juga dengan penelitian ini, koleksi data atas dari subjek dan objek penelitian (teks berita dan hasil wawancara serta literatur) akan diidentifikasi dan dirangkai dalam alur logika penelitian wacana.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita-berita kriminal dalam *headline* Koran Merapi bulan Oktober hingga Desember. Tidak ada alasan khusus dalam memilih waktu, pemilihan waktu antara bulan Oktober dan Desember disesuaikan dengan teknis penelitian. Ada 69 berita yang menjadi populasi. Dari populasi tersebut akan dibagi pada jenis-jenis kriminalitasnya. Dari setiap jenis kriminal yang ada, akan diambil beberapa untuk dijadikan bahan dalam penelitian wacana, disesuaikan dengan relevansi tekstual yang tampak setelah proses analisis data awal melalui isi kuantitatif. Koran Merapi dipilih sebagai sebuah koran lokal di Yogyakarta yang memosisikan diri sebagai koran kriminal lokal. Sedangkan subjek penelitian adalah mereka yang menjadi pekerja media dalam surat kabar harian tersebut.

3. Jenis Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data penelitian ini adalah: pertama, data primer yang diperoleh dari sumber-sumber asli (teks berita dari Koran Merapi) dan wawancara serta

observasi manajemen dan kinerja wartawan Koran Merapi untuk melengkapi konteks penelitian. Data sekunder diperoleh dari sumber literatur (buku, jurnal, jurnal online). Karena penelitian ini menggunakan analisis wacana, tentu saja, teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan disesuaikan dengan model risetnya. Penjabaran teknik pengumpulan data, bisa dilihat dalam tabel berikut ini.

TABEL 1.7.
PERBEDAAN TINGKATAN DIMENSI
MELALUI PENDEKATAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dimensi	Metode
Analisa Teks	<i>Critical Linguistic</i> (dengan Menggunakan pendekatan Model Van Leeuwen) – diawali dengan analisis isi kuantitatif (hanya sebagai data temuan awal)
<i>Discourse Practice</i> Newsroom	Wawancara mendalam (pekerja medianya)
<i>Sociocultural practice</i> Sejarah	Penelusuran studi pustaka

Eriyanto (2005;326)

4. Analisis Data

Sebelum melakukan proses analisis wacana, peneliti akan menggunakan analisis isi kuantitatif sebagai temuan data awal untuk memberikan gambaran tentang tersangka dan korban di SKH Merapi periode Oktober-November 2007. Mengingat, jumlah berita (*headline*) yang akan diteliti berjumlah 69 butir berita. Berita yang dianalisis termasuk dalam gambar yang disertakan dalam berita

tersebut. Analisis Kuantitatif akan melihat: jenis kriminalitas yang terjadi dan pengklasifikasiannya, subjek berita dan objek berita yang dilihat melalui judulnya, serta foto aktor yang terpampang. Daftar berita bisa dilihat dalam lampiran.

Setelah ada temuan data awal mengenai kuantifikasi gambaran tersangka di media massa, proses analisis selanjutnya adalah analisa wacana. Proses analisis data analisis wacana ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang ditawarkan Fairclough (1995;202), yakni dengan melakukan 4 tahapan berikut ini:

- a. Menganalisa teks berita kriminal pada headline Surat Kabar Harian Merapi dengan menggunakan model Van Lueween. Langkah ini merupakan wujud dari pertanyaan, bagaimanakah teks itu didesain, dan mengapa didesain secara demikian. Data kuantitatif bisa membantu dalam tahap ini. Analisis data yang digunakan adalah analisis wacana model Theo van Leeuwen. Kerangka analisisnya menggunakan dua proses yakni, proses pengeluaran (*exclusion*) dan proses pemasukan (*inclusion*). Setiap proses dilalui dengan beberapa poin unit analisa untuk setiap item berita.
- b. Menganalisa bagaimana proses produksi teks berita yang ditampilkan pada headline SKH Merapi dan mengapa diproduksi demikian. Ini menjawab pertanyaan pada langkah yang kedua yakni mengenai bagaimana berita tersebut diproduksi oleh media. Data diperoleh dari data primer (wawancara dengan pekerja media) dan data sekunder (data pendukung tentang konstruksi media). Ini merupakan tahap pemahaman pada *discourse practice*.
- c. Dengan menggunakan pendekatan konteks, hasil tersebut diolah melalui Interpretasi pada indikasi pemaknaan -dalam penelitian ini tentu saja menilai

bagaimana posisi tersangka, saksi dan korban dalam narasi cerita di *headline*-seperti apa yang ada pada teks tersebut, melalui proses kesimpulan inklusi dan eksklusi.

- d. Melihat aspek sosikultural yang terjadi dalam masyarakat, yang mempengaruhi produksi berita oleh SKH Merapi. Tahap ini merupakan jawaban dari apa saja yang menjadi faktor-faktor sosiokultural yang mempengaruhi produksi berita tersebut, termasuk di dalamnya jika ada pengetahuan, kepercayaan atau ideologi tertentu dalam masyarakat. Kerangka analisisnya dengan analisa gabungan antara teks dengan konteksnya (*sociocultural dan discourse practice-nya*)

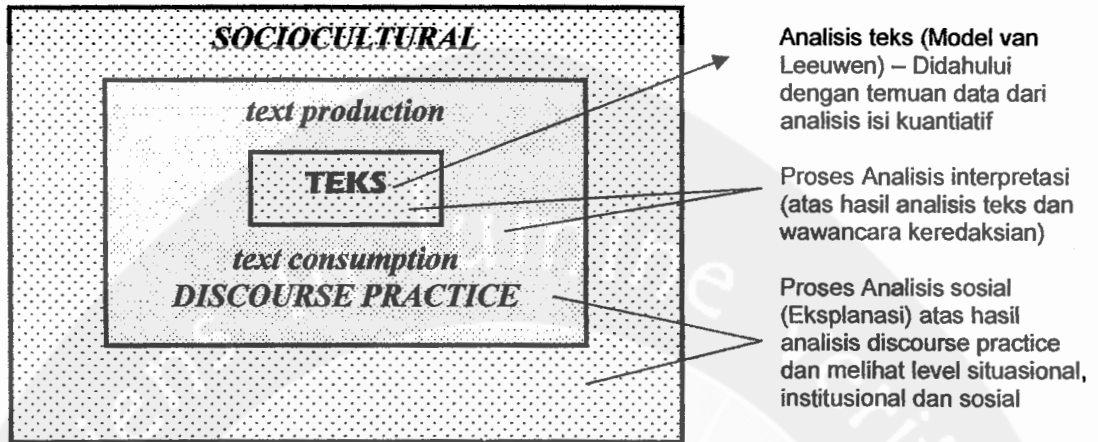
Model van Leeuwen yang digunakan dalam proses penelitian ini dilihat melalui proses eksklusi dan inklusi, seperti tabel di bawah ini.

TABEL 1.8.
ANALISIS TEKS MODEL VAN LEEUWEN

Tingkat	Yang Ingin Dilihat
Eksklusi	Pasivasi Nominalisasi Penggantian Anak kalimat
Inklusi	Diferensiasi-Indeferensiasi Objektivasi-Abstraksi Nominasi-Kategorisasi Nominasi-Identifikasi Determinasi-Indeterminasi Asimilasi-Individualisasi Asosiasi - Disosiasi

Untuk analisis konteks pembongkaran wacana. Penelitian ini meminjam kerangka analisis Norman Fairclough yang secara jelas mengkaitkan antara teks dan konteks yang lebih luas. Namun, hal ini tidak menjadikan penelitian ini CDA (*critical discourse analysis*) yang merupakan aliran dari Fairclough. Berikut kerangka analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini:

GAMBAR 1.7.
KERANGKA ANALISIS PENELITIAN



5. Tahapan Penelitian dan Analisisnya

NO.	TINGKAT ANALISIS	FOKUS ANALISIS	PROSES ANALISIS
1.	Data Kuantitatif (temuan data awal sejumlah berita)	Tujuannya adalah memfokuskan berita mana saja yang akan dianalisis (penyaringan berita). Dari jumlah 69 berita tidak akan diambil keseluruhan tetapi dilihat mana saja berita yang relevan dengan penelitian. (Disesuaikan dengan tujuan penelitian dan konteks penelitian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang dan rumusan masalah)	<p>Populasi berita, disaring dengan unit analisis:</p> <ol style="list-style-type: none"> Melihat isi berita apakah termasuk dalam berita kriminal atau bukan dan mengklasifikasikannya dalam jenis kriminalitas menurut Schaefer (2001;185). Mengelompokkan berita yang tidak termasuk dalam kategori tindakan kriminal, misalnya: kecelakaan, pengadilan, dan pemeriksaan atas tindakan kriminal, dsb. Melihat Kelengkapan <i>tools headline</i> pada berita yang dipilih (Saxena; 2006;141): <i>Point Size, Photographs</i> (siapa yang ada dalam foto), <i>Point Size</i>, dan <i>Placement on the page</i>. Lokasi kejadian tindakan kriminal, sebagai salah satu syarat pada konteks lokasi penelitian. (DIY) dengan mengklasifikasikan lokasi kejadian.

2.	Analisis Teks berita	<p>Menganalisis teks sejumlah berita yang sudah menjadi fokus penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis wacana teks milik van Leeuwen. Tujuannya: melihat bagaimana konstruksi subjek dan objek pemberitaan (secara tekstual) yang dibangun dalam headline SKH Merapi.</p>	<p>Setiap item berita dianalisa teksnya dengan menggunakan alat analisis van Leeuwen (Eriyanto; 173-191). Analisis teksnya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eksklusi (pengeluaran aktor): <i>Pasivasi, Nominalisasi, Penggantian Anak Kalimat</i> 2. Inklusi (penampilan aktor dalam berita): <i>Diferensiasi-Indefrensiasi, Objektivasi-Abstraksi, Nominasi-Kategorisasi, Nominasi-Identifikasi, Determinasi-Indeterminasi, Asimilasi-Individualisasi</i> <p>(penjelasan prosesnya bisa dilihat dalam kerangka teoritik)</p>
3.	Analisis Visual (<i>Headline Photographs</i>)	<p>Menggunakan proses analisis visual image milik van Leeuwen dan Kress dalam . Hasil analisis visual fotografi membantu dalam memberikan penjelasan tentang wacana yang ada di level tekstual.</p>	<p>Setiap item gambar (foto jurnalistik pada headline dianalisis menggunakan tiga proses analisa):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Transitivity analysis</i> <ol style="list-style-type: none"> a. proses konseptual (atributif atau sugestif) → konsep foto yang ditampilkan. b. proses presentasional (aksional atau relasional) → narasi tindakan atau peristiwa yang ditampilkan 2. <i>Modality analysis</i> (melihat representasi dari relasi antara pembaca atau penikmat gambar

			<p>dengan foto itu sendiri), melalui: <i>Mood, Perspektif, Social distance, Lighting, Colour dan modality.</i></p> <p>3. <i>Compositional analysis</i> (melihat sejauh mana pengoperasian layout dari produksi foto dan proses pemaknaannya), melalui: <i>Saliency, The reading path, Vectors, The compositional axes, Centre dan margins.</i></p>
4.	Analisis level Discourse-Practice	Ada dua fokus dalam analisis di level ini, yakni: produksi teks dan konsumsi teks. (Fairclough;). Tujuan utama analisis ini adalah menjembatani dalam proses pemahaman teks dan konteks yang lebih luas, pada <i>socio cultural dimension</i> (Eriyanto;2005;326).	<p>Pemahaman ini akan dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi pustaka. Dengan melihat poin: proses produksi berita (mulai penentuan topik hingga penulisan laporan), pola kerja wartawan, struktur organisasi media (dan hubungan keduanya), serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi produksi teks berita. Dari sisi konsumsi teks, melihat praktik diskursus dalam masyarakat melalui wacana yang muncul dalam berita yang sudah dianalisis, misalnya: pandangan masyarakat mengenai tersangka, prasangka yang muncul dalam masyarakat, interaksi masyarakat pembaca dengan SKH Merapi. Penelurusan dengan studi pustaka dan literatur.</p>

<p>5.</p>	<p>Analisis pada level <i>Socio-Cultural</i></p>	<p>Tujuan analisis ini adalah melihat bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat mengenai konstruksi terhadap tersangka, korban dan saksi. Analisis ini membantu peneliti untuk memahami konteks produksi pesan melalui teks yang terwacanakan pada <i>headline</i> SKH Merapi.</p>	<p>Penelurusan dengan studi pustaka dan literatur yang berkaitan dengan media dan kriminalitas dalam aspek sosiologis dan budaya. Dibutuhkan juga, informasi seputar perkembangan media-media kuning (aspek historis media). Aspek ketimpangan budaya dan sosial lebih banyak dilihat karena yang menjadi fokus adalah konstruksi prasangka terhadap saksi, korban dan tersangka, dibandingkan dengan aspek politik media.</p>
-----------	--	--	--

6. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Surat Kabar Harian Koran Merapi, Daerah Istimewa Yogyakarta