

B A B I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang dan Masalah

Media massa elektronik di Indonesia khususnya media televisi selama beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, tidak hanya dari sisi penggunaan teknologi informasi tetapi termasuk juga dari sisi *content* atau isi program yang ditayangkan. Jadi jangan heran jika menurut hasil survey *AGB Nielsen Media Research* (2008), televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Bahkan persaingan yang cukup ketat diantara masing-masing pengelola media televisi, menjadi rutinitas tersendiri bagi insan-insan kreatif di setiap stasiun televisi. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan *rating* dari masing-masing acaranya, yang sekaligus juga mendorong peningkatan pemasukan iklan sebagai tujuan utama.

Selain berfungsi sebagai media hiburan dan pendidikan, televisi juga dapat berfungsi sebagai media untuk menyampaikan karya-karya jurnalistik seperti berita, baik yang ditayangkan melalui siaran langsung (*live*) maupun dalam bentuk tayangan siaran tunda (*recorded*). Bahkan program-program berita yang dikemas dengan sangat variatif kini menjadi program yang sangat diunggulkan oleh masing-masing pengelola stasiun televisi.

Selama pemerintahan orde baru khususnya ketika TVRI masih satu-satunya media penyiaran, lembaga ini sangat disoroti masyarakat, karena perannya banyak dilakukan sebagai alat propaganda pemerintah yang berkuasa. (sebagai aparatus ideologi negara atau *Ideological State Apparatus, ISA*) sebagaimana konsep Althusser (2008: 18-24) Hal ini memang menjadi kenyataan yang tidak dapat dibantahkan karena *content* setiap pemberitaan yang ditayangkan lewat layar kaca TVRI hampir dipastikan, tidak akan ditemukan bentuk-bentuk berita yang menyoroti program-program pemerintah dari sisi yang negatif, misalnya saja tentang kegagalan suatu kebijakan pembangunan. Sehingga jangan heran jika informasi tentang keberhasilan pembangunan, selalu menghiasi layar kaca TVRI setiap harinya. Bahkan bagai selebritis, wajah-wajah para pejabat negeri ini menjadi tontonan yang sering muncul dilayar televisi, begitu juga berbagai bentuk rekayasa yang pada intinya untuk menunjukkan buah keberhasilan pembangunan pemerintah yang sedang berkuasa (pemerintah orde baru).

Sebagai media pembaharu dan pencerahan bangsa, saat ini TVRI dituntut ikut menampilkan kritik sosial dan menyoroti berbagai kekurangan yang terjadi di republik ini (*control social*). Hal tersebut tentu berbeda pada era sebelum reformasi (era orde baru), dimana prinsip-prinsip dasar sebuah karya jurnalistik dalam menayangkan sebuah berita oleh insan pemberitaan (jurnalis) TVRI, menjadi terabaikan oleh kepentingan penguasa. Hal ini dibenarkan Yon Anwar,

salah seorang pimpinan pemberitaan TVRI, yang sekarang menjadi direktur pemberitaan LPP TVRI. (Pawito, 2007: 282).

Saat ini TVRI sudah menjadi lembaga penyiaran publik, sebagaimana tercantum dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran pada pasal 13, ayat (2) mensahkan keberadaan empat jasa penyiaran di tanah air, yakni Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas dan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Khusus mengenai Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana disebutkan pada pasal 14 ayat (2) undang-undang tersebut adalah Televisi Republik Indonesia TVRI serta Radio Republik Indonesia RRI. Dalam Undang-Undang Penyiaran pada pasal 14 ayat (1) juga menyatakan bahwa :

Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (2) huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Pasal 42 (wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan perundang-undangan yang berlaku).

Dengan perubahan status TVRI menjadi sebuah Lembaga Penyiaran Publik, tentu saja dituntut adanya perubahan paradigma pengelolaan kearah yang lebih pro-publik. Jika sebelumnya orientasi penyiaran TVRI dianggap sebagai “corong” atau “alat propaganda” dari pemerintah yang berkuasa (termasuk partai politik yang mendominasi pemerintahan), maka semenjak undang-undang tentang penyiaran disahkan, TVRI dituntut perubahan secara total dan harus mampu

melayani berbagai kepentingan publik. TVRI tidak lagi sebagai aparatus ideologi Negara, namun senantiasa bertindak demi kepentingan dan kelangsungan rejim yang berkuasa, tetapi lebih diberdayakan sebagai "*public servant*". (Littlejohn, 2002: 213). Media dalam hal tertentu, bukan realitas yang netral dan bebas kepentingan, tapi media massa justru menjadi realitas yang rentan dikuasai oleh kelompok yang lebih dominan dan berkuasa (Rogers, 1994: 102-125).

Sebagai televisi publik, berbagai program acara yang ditayangkan TVRI termasuk siaran berita harus selalu merefleksikan kepentingan publik. Demikian juga dalam liputan pemilihan umum atau pemilu, baik pemilu presiden maupun pemilihan kepala daerah seperti pemilihan gubernur, bupati atau pemilihan walikota. Dalam hal ini TVRI harus mampu untuk menyiarkan berita yang berimbang, tidak berpihak dan berdiri di atas semua golongan. TVRI tidak diperkenankan untuk berpihak kepada kepentingan partai politik tertentu atau sebaliknya. Dalam menyiarkan berita TVRI juga harus menjunjung tinggi nilai-nilai objektivitas dan netralitas.

Konsep tidak berpihak atau netral, sebagaimana tercantum dalam Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Tahun 2004 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) adalah bebas dari tekanan, baik dari pihak pimpinan media, pemodal atau pemilik lembaga penyiaran (pasal 12 ayat (2)). Demikian juga berkaitan dengan pemberitaan tahapan kegiatan pelaksanaan pemilu dan pemilihan kepala daerah, lembaga

penyiaran harus adil dan proporsional, tidak bersikap partisan serta menyediakan waktu yang cukup untuk peliputan pemilu atau pilkada.

Sejak 24 Agustus 2006, secara *de facto* TVRI resmi sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Setelah 4 tahun menjadi LPP, tampaknya perlu dicermati apakah stasiun televisi tertua tersebut sudah sesuai dengan apa yang disemangati oleh lahirnya undang-undang tentang penyiaran. Tentu diperlukan suatu analisis untuk melihat apakah konstruksi beritanya tidak lagi dibawah hegemoni pemerintah dan kapitalis kroninya, sebagaimana dilakukan TVRI dimasa pemerintahan orde baru.(Mufid, 2007: xiii) Menjelang pemilihan walikota Semarang 18 April tahun 2010 misalnya, sejauh mana LPP TVRI Jawa Tengah menyikapinya, khususnya lewat berita-berita yang disiarkannya.

Sesuai jadwal yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) kota Semarang, tanggal 18 April 2010 merupakan tanggal pelaksanaan pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang. Namun berbagai tahapan atau proses menjelang pemilu kada tersebut, sudah banyak dilakukan jauh-jauh hari sebelumnya, diantaranya proses pendaftaran tanggal 20 hingga 26 Pebruari 2010 dan penetapan calon tanggal 27 Maret tahun 2010. Selain itu masa kampanye juga dijadwalkan berlangsung mulai tanggal 1 hingga 14 April 2010.

Sesuai keputusan KPU Kota Semarang Nomor 16 dan Nomor 17/KPTS/KPU-Kota/012.329521/2010 yang ditetapkan melalui rapat pleno tanggal 27 Maret 2010, KPU kota Semarang menetapkan lima pasang calon

walikota dan wakil walikota Semarang, yang memenuhi persyaratan untuk memperebutkan 1.100.078 suara pemilih di kota Semarang. Lima pasangan calon beserta nomor urutnya adalah Mahfudz Ali-Anis Nugroho (nomor urut 1), Harini Krisniati-Ari Purbono (nomor urut 2), Bambang Raya Saputra-Kristanto (nomor urut 3), M. Farchan-Dasih Ardiyantari (nomor urut 4), dan Soemarmo-Hendi Hendar Prihadi (nomor urut 5). Pasangan Mahfudz Ali–Anis Nugroho yang diusung Partai Demokrat, Muhammad Farchan–Dasih dari koalisi PPP, PAN dan PKB, Harini–Ari Purbono dari koalisi Gerindra dan PKS, Soemarmo-Hendi Hendar Priadi dari PDI-Perjuangan dan pasangan Bambang Raya Saputra-Kristanto yang diusung partai Golkar dan Partai Damai Sejahtera.

Dengan alasan untuk melakukan “sosialisasi” tim sukses dari kelima pasangan calon walikota dan wakil walikota Semarang, biasanya telah melakukan kampanye sebelum waktu yang ditetapkan, bahkan jauh-jauh hari sebelum KPU kota Semarang menetapkan siapa calon yang sudah memenuhi persyaratan (lolos verifikasi) sebagai calon tetap walikota dan wakil walikota Semarang. Indikasi adanya kegiatan kampanye (kampanye terselubung?) sudah terlihat dari adanya penyampaian visi dan misi serta program-program para kandidat lewat berbagai media termasuk media televisi, khususnya stasiun televisi lokal. Sehingga persoalan politik menyangkut pemilihan kepala daerah cukup menarik untuk diamati, khususnya apabila sudah menyangkut penggunaan ruang publik (*public sphere*) lewat berbagai media televisi termasuk LPP TVRI.

Selain dapat menyebarkan pesan-pesan yang provokatif, media televisi juga dapat menyebarkan informasi yang sifatnya menyejukkan. Demikian juga dalam pemilihan kepala daerah termasuk walikota, televisi bukan saja hanya berfungsi membangun citra baik secara perorangan, kelompok, atau lembaga, tetapi juga dapat mengendalikan citra sesuai dengan visinya. Menyikapi peristiwa politik, setiap media memiliki *agenda setting* yang dibangun di atas misi masing-masing. Idealisme setiap media senantiasa melingkupi perbedaan misi tersebut. Dalam agenda setting sikap politik dan motif pemberitaan masing-masing media atas peristiwa yang muncul dalam politik tertentu, bisa sama bisa juga berbeda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pawito (2009: 126) bahwa media massa berpengaruh bagi khalayak dalam berbagai hal, seperti penumbuhan citra mengenai objek tokoh atau figur, parpol, pemerintah maupun organisasi. Dari media kita dapat memperoleh informasi mengenai realitas yang tengah berlangsung di suatu tempat. Sementara, realitas yang dihadirkan media ke hadapan pembaca atau penonton bukanlah realitas yang sesungguhnya, melainkan sudah dibentuk, dibingkai dan dipoles sedemikian rupa oleh media tersebut. Peranan media massa dalam proses mengkonstruksi suatu peristiwa menjadi signifikan dalam pembentukan realitas sosial.

Untuk mengetahui bagaimana sebuah media mengkonstruksi suatu berita dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *framing*. Dari analisis *framing* diketahui bagaimana media menggambarkan sebuah peristiwa, seperti adanya

penonjolan aspek tertentu dan mengabaikan aspek yang lainnya, serta bagaimana media menempatkan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapat alokasi dan perhatian yang lebih besar dibandingkan isu lainnya. Dalam praktiknya, hampir semua media akan menyeleksi isu yang ada, menonjolkan isu tertentu dengan mengabaikan isu yang lain, menonjolkan aspek tertentu dari isu tersebut sambil menyembunyikan dan bahkan membuang aspek yang lain. Begitu juga televisi. Menurut Rakhmat J. (2008: 224), cenderung menampilkan realitas yang diseleksi (*second hand reality*), misalnya dalam menampilkan seseorang nara sumber (tokoh tertentu) dan mengesampingkan tokoh lainnya. Selain itu juga dilakukan verifikasi dan seleksi data, penyajian dalam bentuk berita, hingga penempatannya di sebuah rubrik tertentu.

Pemilihan topik penelitian ini menurut hemat peneliti sangatlah tepat karena berdasarkan kenyataan yang terjadi baik dilapangan maupun hasil *out-put* karya-karya jurnalistik yang dihasilkan oleh jurnalis TVRI dalam bentuk tayang (*on air*) masih belum mampu menarik simpati para penonton, sebagaimana yang terjadi pada media TV swasta. Untuk itu hasil yang didapatkan lewat penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi perubahan (*agent of change*) karya-karya jurnalistik di TVRI khususnya stasiun jawa tengah. Dengan demikian apa yang diharapkan dari tujuan didirikannya sebuah Lembaga Penyiaran Publik, menjadi tepat sasaran sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

1.2. Perumusan Masalah

Dari seluruh uraian mengenai keberadaan media LPP TVRI serta aktivitas jurnalisme yang ada didalamnya, maka beberapa masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Sebagai media massa yang berorientasi publik, apakah LPP TVRI sudah menjadi media yang mampu memberikan pencerahan kepada masyarakat lewat karya-karya jurnalistiknya.?
2. Bagaimana media LPP TVRI Jateng membingkai berita-berita politik seperti pemilihan walikota Semarang tahun 2010.?
3. Bagaimana media LPP TVRI Jateng berperan dalam menyajikan berita-berita terkait dengan pelaksanaan pemilihan walikota Semarang tahun 2010.?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana konstruksi berita politik LPP TVRI Jawa Tengah terkait dengan pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang tahun 2010.

2. Untuk mengetahui dengan cara apa LPP TVRI Jawa Tengah menyajikan berita politik terkait pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang tahun 2010.

1.4. Signifikasi Penelitian

1.4.1. Signifikasi Akademis

-Memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia akademis khususnya mengenai ilmu komunikasi yang berkaitan dengan kajian komunikasi massa, dalam hal ini lembaga penyiaran publik.

1.4.2. Signifikasi Praktis

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi LPP TVRI Jawa Tengah untuk melakukan perubahan (meningkatkan kualitas berita) sesuai dengan semangat yang mendorong lahirnya Undang Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

2. Memberi masukan kepada para jurnalis LPP TVRI Jateng agar dalam peliputan berita senantiasa berpihak kepada peran dan fungsinya sebagai televisi publik.

1.4.3. Signifikasi Sosial

1. Hasil Penelitian ini bisa dijadikan bahan/upaya untuk memberikan *empowering* kepada LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah, melakukan perubahan sosial atau merubah *status quo* yang berlaku, yang dapat merugikan kepentingan publik.

2. Mendiskusikan rekomendasi-rekomendasi penting terhadap LPP TVRI bagaimana idealnya sebuah LPP menampilkan berita-berita yang terkait dengan peristiwa politik, sesuai dengan semangat Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Memilih suatu paradigma adalah sesuatu yang wajib dilakukan oleh seorang peneliti agar penelitiannya dapat menempuh alur berpikir yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Melalui paradigma pula seseorang peneliti akan memiliki cara pandang yang memandunya selama melakukan proses penelitian. Para ahli memang memberikan pembagian yang berbeda dalam pengelompokan paradigma ilmu pengetahuan. Namun masih terdapat kesamaan di antaranya, yaitu setidaknya memuat elemen : ontologi, epistemologi, dan aksiologi.

Kerangka teoritis dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan metode *menemukan* dengan menganalisis data yang diperoleh secara sistematis. Penyusunan teorinya dimulai dari yang paling dasar. Jadi teori ini, menurut Moleong (2002:17) memenuhi dua kriteria, yaitu cocok dengan situasi empiris, dan melakukan fungsi teori yaitu meramalkan, menerangkan dan menafsirkan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma atau dalam bidang keilmuan oleh Mulyana D. (2008: 8-9) sering disebut sebagai perspektif (*perspective*), terkadang disebut mazhab pemikiran (*school of thought*) atau teori. Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi paradigma, yang secara sederhana paradigma dapat diartikan sebagai kaca mata atau cara pandang untuk memahami dunia nyata.

Menurut Neuman (1997: 62-63), istilah paradigma dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sistem pemikiran, yang mencakup asumsi-asumsi dasar, pertanyaan-pertanyaan (penelitian) penting yang harus dijawab, teknik-teknik penelitian yang digunakan dan contoh-contoh penelitian ilmiah yang baik. Sedangkan Baxter & Babbie (2004: 66) mendefinisikan paradigma sebagai model dasar atau skema yang mengorganisasikan pandangan kita tentang realitas.

Sementara definisi paradigma oleh Patton (dalam Lincoln & Guba, 1985: 15) adalah:

“A paradigm is a world view, a general perspective, a way of breaking down the complexity of the real world. As such, paradigms are deeply embedded in the socialization of adherents and practitioners: paradigms

tell them what is important, legitimate, and reasonable. Paradigms are also normative, telling the practitioner what to do without the necessity of long existential or epistemological consideration. But it is this aspect of paradigms that constitutes both their strength in that it makes action possible, their weakness in that the very reason for action is hidden in the unquestioned assumptions of the paradigm”

Denzin & Lincoln (1994:105) mendefinisikan paradigma sebagai, “*basic belief system or worldview that guides the investigator, not only in choices of method but in ontologically and epistemologically fundamental ways.*” Pengertian tersebut mengandung makna paradigma adalah sistem keyakinan dasar atau cara memandang dunia yang membimbing peneliti tidak hanya dalam memilih metoda tetapi juga cara-cara fundamental yang bersifat ontologis dan epistemologis.

Paradigma sangat penting perannya dalam mempengaruhi teori, analisis maupun tindak perilaku seseorang. Secara tegas boleh dikatakan bahwa pada dasarnya tidak ada suatu pandangan atau teori pun yang bersifat netral dan objektif, melainkan salah satu di antaranya sangat tergantung pada paradigma yang digunakan. Paradigma menentukan apa yang tidak kita pilih, tidak ingin kita lihat, dan tidak ingin kita ketahui. Paradigma pulalah yang mempengaruhi pandangan seseorang dalam melihat suatu realitas. Oleh karena itu sangat mungkin jika dua orang yang melihat realitas yang sama, akan menghasilkan pandangan, penilaian, sikap dan perilaku yang berbeda. Perbedaan ini semuanya dikarenakan perbedaan paradigma yang dimiliki, yang secara otomatis mempengaruhi persepsi dan tindak komunikasi seseorang.

Guba & Lincoln (1994: 17-30) juga menyusun beberapa paradigma dalam teori ilmu komunikasi. Paradigma yang dikemukakan itu terdiri dari paradigma positivistik, paradigma pos-positivistik, paradigma kritis, dan paradigma konstruktivisme. Beberapa ahli metodologi dalam bidang ilmu sosial berpendapat bahwa paradigma positivistik dan pos-positivistik merupakan kesatuan paradigma, yang sering disebut dengan paradigma klasik. Adanya konstelasi paradigma di atas maka teori dan penelitian, biasa dikelompokkan dalam tiga paradigma utama, yaitu paradigma klasik, paradigma kritis dan paradigma konstruktivis.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konsekuensinya penulis harus menggunakan asumsi-asumsi epistemologis, ontologis, dan aksiologis yang sejalan dengan paradigma konstruktivisme. Ontologis merujuk pada hakikat apa yang dikaji, tentang hal ada (*existence*), epistemologis pada cara mendapatkan pengetahuan yang benar (*how you know*), sedangkan aksiologis mengacu pada nilai kegunaan (*what for*). Bagi paradigma konstruktivisme, ketiga asumsinya sangat berbeda dengan asumsi-asumsi pada paradigma positivisme. (Lincoln and Denzin, 1994 : 118 – 137).

Asumsi *ontologis* pada paradigma konstruktivisme adalah bersifat relatif. Tidak ada suatu realitas yang dapat dijelaskan secara tuntas oleh suatu ilmu pengetahuan. Artinya, realitas sosial dari suatu masalah yang diteliti merupakan realitas sosial buatan yang memiliki unsur relativitas yang cukup tinggi dan

berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Dengan demikian dalam konteks penelitian ini, realitas adanya komunikasi politik calon walikota dan wakil walikota Semarang pada pemilu kada Tahun 2010 tidak dapat dilepaskan dalam konteks waktu dan kondisi politik yang terjadi saat itu. Di antara realitas itu saling terkait dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran dari suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para pelaku sosial (Hidayat, 1999 : 39). Individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dan mengkonstruksi dunia sosialnya (Bungin, 2001: 8).

Asumsi *epistemologis* dalam pendekatan ini bersifat subjektif-dialektikal. Dalam bahasa lain, hubungan periset dan obyek yang diteliti bersifat interaktif. Artinya pemahaman atau temuan suatu realitas yang terdapat di dalam teks media merupakan hasil dari penalaran peneliti secara subjektif dan sebagai hasil kreatif peneliti dalam membentuk realitas. Peneliti juga berusaha masuk ke dalam objek penelitian melalui wawancara secara informal, guna memperoleh gambaran pengetahuan secara dialektikal antara peneliti dengan praktisi pers.

Asumsi *aksiologis* dalam paradigma ini adalah peneliti bertindak sebagai *passionate participant*, yakni berperan sebagai fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial. Dalam hal ini nilai, etika dan moral serta

pilihan-pilihan lain dari peneliti merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Realitas sosial secara objektif memang ada, tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif.

Sementara dalam aspek metodologis, konstruktivisme menentang penelitian yang dilakukan di laboratorium. Penelitian harus dilakukan di alam bebas, dalam kondisi wajar dan natural, dan tidak ada unsur campur tangan dari peneliti sendiri. Sederhananya, penelitian *disetting* dalam konteks yang alamiah. Data yang ditemukan dan dihimpun dari lapangan akan "memunculkan" teori, bukan dibuat sebelumnya dengan menggunakan hipotesis seperti pada penelitian kuantitatif.

Paradigma konstruktivis melihat bagaimana suatu realitas sosial dikonstruksikan. Fenomena sosial dipahami sebagai suatu realitas yang telah dikonstruksikan. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk, dalam hal ini komunikasi dilihat sebagai faktor konstruksi itu sendiri.

Pada intinya paradigma konstruksionis menyatakan bahwa realitas adalah hasil konstruksi, dan pada akhirnya realitas yang ada di dunia ini tidaklah bersifat objektif, semuanya memiliki subjektifitas dari yang membuat maupun yang menerima realitas itu. Perspektif atau cara pandang dalam realitas juga mempengaruhi terhadap penilaian sesuatu realitas. Jadi semua pemberitaan media

pada prinsipnya melalui proses tertentu yang “dibingkai” (*framing*) berdasarkan agenda-media, sehingga menimbulkan pengaruh dan interpretasi tertentu serta menciptakan “opini publik”. Opini publik itulah yang mengendalikan pemikiran dan sikap masyarakat terhadap isu tertentu.

1.5.2. Media Massa dalam Paradigma Konstruktivis

Beragam pandangan kaum konstruksionis terhadap media, wartawan, dan berita, seperti yang dipaparkan Eriyanto dalam bukunya Analisis Framing (2002: 19-36), yakni : **Pertama**, Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Disini tidak ada realitas yang objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan yang berbeda.

Kedua, **Media adalah agen konstruksi**. Kaum konstruksionis memandang media bukanlah saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Ketiga, **Berita bukan refleksi dari realitas. Ia hanya konstruksi dari realitas**. Bagi Kaum konstruksionis berita itu ibaratnya seperti sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, tetapi merupakan potret dari arena pertarungan

antara berbagai pihak yang berita dengan peristiwa.

Keempat, **Berita bersifat subjektif/Konstruksi atas realitas.** Kaum konstruksionis memandang bahwa berita mempunyai sifat subjektif, hal ini dikarenakan berita adalah hasil konstruksi realitas yang dilakukan oleh wartawan dengan menggunakan subjektivitasnya. Kelima, **Wartawan bukan pelapor. Ia agen konstruksi realitas.** Kaum konstruksionis menilai wartawan sebagai aktor/agen konstruksi, dimana pekerjaannya bukan sebatas melaporkan sebuah fakta, tapi juga turut mengkonstruksi fakta yang diduplikasinya untuk kemudian dijadikan berita.

Keenam, **Etika adalah pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita.** Kaum konstruksionis menilai bahwa aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Sisi subjektifitas dan penilaian atas fakta membuat wartawan memiliki posisi untuk terlibat dalam penuangan unsur moral, etika juga keberpihakan ketika ia mengkonstruksi realitas. Sedangkan ketujuh, dikatakan bahwa **nilai, etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam penelitian.** Kaum konstruksionis memandang bahwa peneliti bukanlah subjek yang bebas nilai, karena itulah etika dan moral serta keberpihakan peneliti menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses penelitian. Kedelapan, **khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita.** Kaum konstruksionis memandang bahwa khalayak bukanlah subjek yang

pasif, melainkan subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dibaca, ditonton ataupun didengar.

Pekerjaan yang menjadi rutinitas berlangsung dimedia massa sebenarnya adalah bagaimana mempublikasikan hasil reportasenya kepada khalayak. Dalam hal ini media selalu terlibat dengan usaha-usaha untuk mengkonstruksikan realitas, dengan menyusun berbagai fakta yang dikumpulkan ke dalam satu bentuk laporan jurnalistik. Karena sifat dan fakta redaksionalnya menceritakan peristiwa-peristiwa yang terjadi, tidak berlebihan bila dikatakan seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*).

Selama ini terdapat pandangan dominan bahwa pers merupakan cermin yang sempurna dalam merefleksikan kehidupan masyarakat. Pandangan semacam ini mengasumsikan bahwa lembaga pers beserta individu-individu jurnalis yang bekerja di dalamnya seakan-akan dapat membebaskan diri dari sejumlah kepentingan, baik yang berasal dari dalam media (*intra-media*) seperti kebijakan redaksional dari institusi media dan kepentingan pemilik modal, maupun yang berasal dari luar media (*extra-media*) seperti kompetisi dengan media lain serta selera masyarakat yang menjadi tujuan pemasarannya.

Pandangan lainnya menyatakan bahwa pers merupakan cermin masyarakat dan sering juga mengabaikan peranan bahasa (baik dalam bentuk tertulis maupun gambar) yang digunakan dalam pemberitaan. Bahasa diandaikan begitu saja mampu merefleksikan realitas sosial, padahal dalam bahasa pers itu sendiri

terdapat proses pemilihan kata yang menunjukkan bahwa bahasa selalu dibebani dengan makna ideologis tertentu. Bahasa tidak pernah netral, tetapi selalu tercelup dalam berbagai kepentingan.

Lebih tepat apabila dikatakan bahwa pers merupakan kekuatan yang menghadirkan kembali (merepresentasikan) realitas sosial. Ini disebabkan bahwa pers dalam memproduksi beritanya selalu diliputi oleh kompleksitas persoalan yang sedemikian rumit. Untuk memberikan penjelasan terhadap kompleksitas proses produksi pemberitaan pers, kita dapat meminjam sekaligus merekonseptualisasikan gagasan yang dikemukakan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam buku "*Mediating The Message: Theories of influences on Mass Media Content*". (1996).

Pada prinsipnya Shoemaker dan Reese menilai ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi, yang menetapkan dan melahirkan keberpihakan kepada kepentingan politik, ideologi dan nilai tertentu. Kelima factor tersebut yakni level individual, rutinitas media, organisasi media, ekstra media dan ideologi media.

Pertama, faktor individual oleh Shoemaker dan Reese (1996: 63-103) mengemukakan berbagai faktor individu yang mungkin mempengaruhi isi media, diantaranya latar belakang personal dan pengalaman nilai-nilai yang dianut, keyakinan dan latar belakang pendidikan juga akan sangat berpengaruh terhadap bagaimana sebuah berita ditulis dan disiarkan. Level individu melihat bagaimana

pengaruh aspek-aspek personal pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Karena dari begitu banyak peristiwa ekonomi, sosial dan politik, hanya beberapa saja yang muncul dan disiarkan dimedia massa.

Kedua, rutinitas media. Aspek ini oleh Shoemaker dan Reese (1996: 105-137) berkaitan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Biasanya setiap media mempunyai ukuran tersendiri tentang apa itu berita, ciri-ciri berita yang baik atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya

Ketiga, level organisasi oleh Shoemaker dan Reese (1996: 139-173) menilai level organisasi berkaitan dengan struktur organisasi yang secara hipotesa mempengaruhi pemberitaan. Masing-masing komponen dalam organisasi media, seperti redaksi, bagian pemasaran dan sirkulasi tidak selalu sejalan dalam pemikiran. Mereka akan terlihat dalam sebuah dialektika sesuai dengan kepentingan bagiannya masing-masing. Berbagai elemen tersebut juga mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan bagaimana juga seharusnya peristiwa yang disajikan dalam berita. Bagian redaksi misalnya menginginkan agar berita tertentu yang disajikan, tetapi bagian sirkulasi menginginkan agar berita lain yang ditonjolkan karena terbukti dapat menaikkan penjualan.

Keempat, level ekstra media oleh Shoemaker dan Reese (1996,175-219) setidaknya mengidentifikasi ada empat faktor eksternal yang mempengaruhi isi media, yaitu sumber berita, sumber penghasilan media, faktor eksternal seperti media dan lingkungan bisnis serta factor ideologi. Sumber berita, tidak dipandang sebagai pihak netral yang memberikan informasi apa adanya, ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan: memenangkan opini publik atau memberi citra tertentu kepada khalayak, dan seterusnya. Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan, sumber berita tentu memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya, dan sebaliknya akan mengembargo informasi yang dapat merugikan. Kepentingan sumber berita ini sering kali tidak disadari oleh media.

Sumber penghasilan media, berupa iklan, bisa juga berupa pelanggan/pembeli media. Media harus bertahan, dan untuk bertahan hidup kadangkala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. Misalnya saja suatu media tidak memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan. Pihak pengiklan juga mempunyai strategi untuk memaksakan versinya pada media. Ia tentu saja ingin kepentingannya dipenuhi, itu dilakukan diantaranya dengan cara memaksa media mengembargo berita yang buruk bagi mereka. Pelanggan dalam banyak hal juga ikut mewarnai pemberitaan media. Tema tertentu yang menarik dan terbukti mendongkrak penjualan, akan terus-menerus diliput oleh media. Media tidak akan menyalakan momentum

peristiwa yang disenangi oleh khalayak.

Kelima, faktor ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan tentang realitas. Raymond William (dalam Eriyanto, 2002: 87-89) mengklasifikasikan penggunaan ideologi tersebut dalam tiga ranah, yaitu: (1) sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu, (2) sebuah sistem kepercayaan yang dibuat ide palsu atau kesadaran palsu- yang biasa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah, dan (3) proses umum produksi makna dan ide.

Ranah ideologi pertama terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. Sebagai misal, seseorang mungkin mempunyai seperangkat sikap tertentu mengenai demonstrasi buruh. Ia percaya bahwa buruh yang berdemonstrasi mengganggu kelangsungan produksi. Oleh karenanya, demonstrasi tidak boleh ada, karena hanya akan menyusahkan orang lain, membuat keresahan, mengganggu kemacetan lalu lintas, dan membuat persahaan mengalami kerugian besar. Jika bisa memprediksikan sikap seseorang semacam itu, kita dapat mengatakan bahwa orang itu mempunyai ideologi kapitalis atau borjuis. Meskipun ideologi disini terlihat sebagai sikap seseorang, tetapi ideologi di sini

tidak dipahami sebagai sesuatu yang ada dalam diri individu sendiri, melainkan diterima dari masyarakat.

Ranah ideologi kedua adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain. Karena kelompok yang dominan mengontrol kelompok lain dengan menggunakan perangkat ideologi yang disebarkan ke dalam masyarakat, akan membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu nampak natural, dan diterima sebagai kebenaran. Di sini, ideologi disebarkan lewat berbagai instrumen dari pendidikan, politik sampai media massa. Sedangkan ranah ideologi ketiga adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna.

Sementara Ideologi menurut Littlejohn (1995: 228-229) merupakan kumpulan pemikiran yang membentuk struktur realita suatu kelompok, sebuah sistem perwakilan atau sebuah kode dari pengertian pengertian yang mengatur bagaimana individu individu dan kelompok kelompok memandang dunia.

Sejalan dengan pemikiran Althusser (2008: 41), yang mendefinisikan ideologi sebagai representasi dari relasi imajiner seseorang dengan realita yang terjadi di sekitarnya. Jadi, ideologi adalah kepercayaan yang tertanam tanpa disadari, kepercayaan yang dipoles sedemikian rupa sehingga tidak seperti kepercayaan. Ideologi sebuah media massa berupa citra ideal yang dikemas oleh media massa seperti fakta dan dipahami sebagai realitas kongkrit. Implikasi yang

diperoleh dari konsep ideologi Althusser adalah siapa pun tidak dapat terlepas dari ideologi dan setiap orang berperan menyebarkan ideologi dan menjadikan masyarakat ideologis. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa tidak mungkin ada sebuah masyarakat yang terbebas dari ideologi, termasuk di dalamnya adalah sebuah organisasi media massa.

Ideologi hadir dalam struktur sosial itu sendiri dan muncul dari praktek praktek aktual yang dilaksanakan oleh institusi didalam masyarakat. Dengan sendirinya, ideologi sebenarnya membentuk kesadaran individu dan menciptakan pemahaman subyektif orang tersebut tentang pengalaman. Dalam model ini, suprastruktur (organisasi sosial) menciptakan ideologi yang pada gilirannya mempengaruhi pemikiran pemikiran individu tentang realita.

1.5.3. Penelitian Terdahulu Yang Relevan (*State of the art*)

Meskipun TVRI telah berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik, namun kenyataannya dalam program pemberitaannya masih ada kecenderungan memproduksi berita dari sudut pandang/ideologi penguasa atau pemerintah. hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian Melissa dan kawan-kawan dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya Tahun 2008 dan Nurul Adji Dwi Wulandari dari Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2009.

1. Penelitian Melissa dan kawan-kawan dari Universitas Kristen Petra Surabaya Tahun 2008 tentang analisis framing berita “Kunjungan Kerja Komisi-A Dewan Perwakilan Rakyat Daerah DPRD Provinsi Jawa Timur ke Negara

Belanda”. Penelitian ini menganalisis berita kunjungan kerja tersebut yang disiarkan pada “Jawa Timur Dalam Berita” di LPP TVRI Jawa Timur dan Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) JTV Surabaya.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam menyajikan realitas pada khalayaknya, kedua media televisi (LPP TVRI Jawa Timur dan JTV Surabaya) melakukan konstruksi dan pemaknaan yang berbeda. Jika LPP TVRI bingkai beritanya masih dari sudut pandang pemerintah, sedangkan LPS JTV melihat peristiwa dari sudut pandang berbeda, yakni mengkritisi kebijakan pemerintah. Perbedaan ini didasarkan atas faktor historis, legal formal, serta pengaruh-pengaruh lain yang mempengaruhi isi pemberitaan masing-masing media. Lembaga Penyiaran baik televisi publik maupun televisi swasta sama-sama menyajikan berita berdasarkan keberpihakan dan kepentingannya masing-masing, yang tampak dalam bingkainya masing-masing.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Adji Dwi Wulandari dari Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2009, berupa kajian ekonomi politik media terhadap perubahan status TVRI Jawa Tengah menjadi lembaga penyiaran publik (LPP) lokal. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa LPP TVRI Jateng masih belum independen, netral dan tidak komersial karena masih tergantung pada kucuran dana pemerintah (APBN dan APBD). Kondisi ini sengaja dikondisikan agar lembaga televisi publik tersebut tetap dapat dikendalikan oleh pihak penguasa untuk melaksanakan kepentingan-

kepentingannya.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan Melissa dan kawan-kawan serta penelitian Nurul Aji Wulandari, maka penelitian ini mencoba mengungkap lebih khusus bagaimana sikap media televisi (LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah) dalam mengkonstruksi pemberitaan politik, berkaitan dengan pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang tanggal 18 April tahun 2010. Sehingga penelitian ini tentunya juga akan memberikan kontribusi baru yang belum terungkap dalam penelitian Melissa dan kawan-kawan, serta penelitian Nurul Aji Wulandari. Karena prinsip pendirian LPP berdasarkan Undang-Undang nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, seharusnya TVRI dalam memproduksi dan menyiarkan acaranya mengutamakan kepentingan publik (masyarakat).

1.5.4. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Perspektif atau *theoretical framework* yang digunakan untuk menjelaskan konstruksi realitas masyarakat oleh media adalah teori konstruksi realitas sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman (1966). Konsep konstruksionisme diperkenalkan oleh Berger dan Luckman dalam buku "*The social construction of reality*" (1990: xiv-xv).

Tesis utama Berger dan Luckman (1997 : 87) adalah manusia dan masyarakat adalah produk dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus. Di samping itu realitas sosial menurut mereka terdiri atas realitas objektif, realitas

simbolik, dan realitas subjektif. Dengan kemampuan berpikir dialektis, dimana terdapat tesis, antitesis dan sintesis, Berger memandang masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk sosial, yang tentunya melalui komunikasi dalam hal ini media massa.

Bagi Berger sebagaimana ditulis Eriyanto (2002: 15-16) realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda/prural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu. Sehingga tidaklah heran jika setiap wartawan mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Hal ini dapat dilihat bagaimana wartawan mengonstruksi peristiwa dalam pemberitaannya.

Menurut Ann N. Crigler (dalam Eriyanto, 2002: 40-41) terdapat dua karakteristik penting dari perspektif konstruksi realitas sosial. Pertama, perspektif ini menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Kedua, perspektif ini memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Selain itu pendekatan ini terutama memandang bahwa kehidupan sehari-hari adalah kehidupan melalui dan dengan bahasa. Bahasa tidak hanya mampu membangun simbol-simbol yang diabstraksikan dari pengalaman sehari-hari, melainkan juga “mengembalikan”

simbol-simbol itu dan menghadirkan sebagai unsur yang objektif dalam kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut gagasan Berger mengenai konteks berita harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Berger dan Luckman (1990: xxiv) menjelaskan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui suatu proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Konstruksi sosial menurut mereka, tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Sementara mengenai proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi, dalam bukunya yang berjudul Analisis Framing, Eriyanto (2002: 14-15) menjabarkannya sebagai berikut :

Pertama, Eksternalisasi, yakni usaha untuk pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, Ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana Ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. *Kedua, Objektivasi*, yakni hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu aktifitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. *Ketiga, Internalisasi*. Proses ini lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui proses internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Konstruksi sosial adalah proses menciptakan pengetahuan dan realitas sosial melalui interaksi simbolis dalam suatu kelompok sosial. Jadi, pengetahuan dan realitas muncul dari persepsi manusia. Realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Dan kekuatan utama yang sangat berperan dalam dunia sosial adalah media massa.

Dalam kaitannya dengan media massa dan berita, kaum konstruksionis memandang bahwa realitas yang ada di media massa yakni berita adalah bukanlah realitas yang objektif, melainkan sebagai realitas yang telah dikonstruksi oleh pembuatnya, yakni wartawan/media itu sendiri. Hal ini berbeda dengan pandangan positivistik yang memahami bahwa realitas yang ada di media itu bersifat objektif.

1.5.5. Asumsi dalam Pendekatan Konstruktivis

Seperti semua gerakan, konstruksi sosial tidak sepenuhnya konsisten dan mempunyai beragam versi, Meskipun demikian, sebagian besar mempunyai serangkaian asumsi yang sama. Empat asumsi yang melekat pada pendekatan konstruksi sebagaimana ditulis Littlejohn (1999: 179-180), yakni: (1) Dunia ini tidaklah tampak nyata secara objektif pada pengamat, tetapi diketahui melalui pengalaman yang umumnya dipengaruhi oleh bahasa. (2) Kategori linguistik yang dipergunakan untuk memahami realitas bersifat situasional, karena kategori itu

muncul dari interaksi sosial dalam kelompok orang pada waktu dan tempat tertentu. (3). Bagaimana realitas tertentu dipahami pada waktu tertentu dan ditentukan oleh konvensi komunikasi yang berlaku pada waktu itu. Karena itu, stabilitas dan instabilitas pengetahuan banyak bergantung pada perubahan sosial ketimbang realitas objektif di luar pengalaman. (4). Pemahaman realitas yang terbentuk secara sosial membentuk banyak aspek kehidupan yang lebih penting. Bagaimana kita berpikir dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari umumnya ditentukan oleh bagaimana kita memahami realitas.

Berangkat dari apa yang dikemukakan pemikir komunikasi di atas, dapat dianalisis lebih dalam bahwa pemikiran konstruksionis dalam konteks media massa sebagai sumber informasi juga tidak bebas nilai. Artinya, menurut paradigma konstruksionis, berita-berita yang disajikan kepada khalayak adalah berita yang sarat dengan muatan nilai-nilai dari para pengelola medianya.

Masih dalam kerangka asumsi dasar konstruksionis, dapat kita tarik dalam konteks media massa, bahwa pemaknaan terhadap realitas seringkali didasarkan pada kerangka berpikir dan kerangka pengalaman pembaca yang bersifat interaktif. Sebagai hasilnya, pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola media massa sangat berpengaruh pada hasil karya jurnalistiknya. Interaksi satu orang pengelola media dengan sebuah realitas sosial, tentu akan berbeda dengan interaksi pengelola media lain terhadap realitas itu.

1.5.6. Asumsi Penelitian

Konstruksi pemberitaan politik di LPP TVRI Jawa Tengah terkait dengan pemilihan kepala daerah, termasuk pemilihan walikota Semarang masih bisa terlepas dari intervensi pemilik modal, karena TVRI secara operasional belum mampu mencukupi kebutuhannya sendiri. Hal ini menyebabkan netralitas TVRI dalam menyiarkan berita belum bisa dilakukan secara total seratus persen.

Pekerja media dalam hal ini para jurnalis/reporter dengan sendirinya menjadi serba salah antara tuntutan profesionalisme dan tuntutan mempertahankan status quo dimana TVRI dijadikan sebagai *state apparatus* oleh pemerintah. Adanya sikap tidak profesional dari beberapa awak pemberitaan semakin memperparah situasi yang ada, dan turut member andil baik secara sadar atau tidak, melanggengkan keyakinan budaya pamrih untuk setiap pelaksanaan peliputan.

1.5.7. Peran Media Lokal Dalam Pilkada

Dua hal penting yang menjadi tuntutan reformasi adalah terbukanya keran kebebasan pers dan perubahan mekanisme pemilihan, baik pemilihan presiden dan wakil presiden, maupun pemilihan gubernur dan wakil gubernur serta pemilihan bupati atau walikota dan wakilnya. Hubungan antara pers dan proses pemilihan kepala daerah dan wakilnya, senantiasa tidak dapat terpisahkan. Bagi siapa pun yang akan berlaga dalam pilkada, tentu amat memperhitungkan

keberadaan suatu media massa termasuk media televisi.

Realitas sosial menunjukkan saat ini adalah "era media". Apa pun peristiwa yang ada di tengah masyarakat menjadi komoditas pers. Apalagi momen pilkada sarat dengan kepentingan publik, sementara bagi pers momen tersebut merupakan "pangsa pasar" yang menggiurkan. Pers menganggap setiap tahapan pelaksanaan pilkada sebagai bahan informasi yang menarik untuk diberitakan. Sementara bagi mereka yang terkait dengan pelaksanaan pilkada, utamanya calon kepala daerah, akan memaksimalkan media sebagai instrumen untuk membangun komunikasi politik, yang tidak saja mensosialisasikan keberadaannya namun sekaligus menjadi "mesin pembujuk" yang luar biasa sistematis dan berpengaruh.

Ketika tahapan pilkada masih berlangsung, pers sering dijadikan sebagai salah satu medium perpanjangan alat indra yang baik. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Arifin (2003; 5) bahwa komunikasi dan politik saling mencakupi. Komunikasi mencakup politik dan politik meliputi komunikasi. Banyak aspek kehidupan politik dapat dilukiskan sebagai komunikasi, sebaliknya para ilmuwan politik memandang bahwa sesungguhnya politik meliputi komunikasi.

Menurut Ibnu Hamad (2004: 10), Setidaknya ada dua penyebab mengapa komunikasi politik yang melibatkan media massa di dalamnya, memiliki ciri khas membentuk opini publik.(1) Dari segi pesan komunikasi politik itu sendiri yang berisi pembicaraan-pembicaraan politik dengan fungsinya sendiri-sendiri. Dalam kaitan ini, bagi para aktor politik media massa dapat dimanfaatkan untuk

menyampaikan tujuan politiknya melalui pembicaraan politiknya itu. (2), “Campuran ” media dalam menyajikan berita politik melalui proses yang disebut konstruksi realitas (*construction of reality*). Liputan politik sebetulnya liputan setiap peristiwa di media massa secara tertulis ataupun rekaman adalah konstruksi realitas: suatu upaya menyusun realitas dari satu atau sejumlah peristiwa yang semula terpenggal-penggal (acak) menjadi tersistematis hingga membentuk cerita atau wacana yang bermakna.

Sebenarnya banyak harapan yang dibebankan masyarakat kepada media pers termasuk media televisi (LPP TVRI) ketika meliput berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pelaksanaan pemilu kada. Secara umum peran tersebut menurut Pardede P. dan Anto J. (2009: 46-47) dimaksudkan agar media pers mampu untuk dapat menjalankan paling tidak ada empat (4) peran penting/utama, yakni : pertama, mensosialisasikan tentang sistem pelaksanaan pilkada, kedua, melakukan pendidikan politik kepada khalayak, ketiga, memantau proses pemilu atau pilkada serta keempat, melakukan advokasi kepada kelompok-kelompok kaum marjinal. Disisi lain media publik menurut Ashadi Siregar (2008: 275) tidak boleh bergerak atas dorongan fungsi subjektif kekuasaan politik atau bersifat komersial maupun untuk pengembangan modal dan orientasi profit.

Sebagai bentuk pendidikan politik kepada para pemilih, media lokal seharusnya mampu memberikan gambaran yang lengkap tentang profil dan *track record* dari para calon, sehingga pada akhirnya para pemilih mempunyai

kemampuan rasional untuk menentukan calonnya. Sedangkan sebagai pengontrol pelaksanaan pilkada, media lokal dituntut untuk mengikuti dan mengawasi proses-proses pilkada agar sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip demokrasi.

Media massa lokal termasuk media televisi mestinya menjadi ruang publik bagi kepentingan dan aspirasi masyarakat lokal. Masyarakat dapat menggunakan media massa dijadikan sebagai sumber kesadaran kritis, sadar akan kompleksitas realitas, memiliki kemampuan untuk menganalisis, dan menjadi basis untuk melakukan tindakan. Media dengan spirit baru, berada bersama masyarakat lokal, dalam menginterpretasi dan mengajukan versi realitas yang memihak pada kepentingan lokal yang dirumuskannya sendiri lewat pemberitaan dan produk kultural lainnya. Dengan demikian, media lokal adalah aktor lokal dengan peran lokal, dan bukan periferal.

1.5.8. Objektivitas Berita dalam Pandangan Kaum Konstruksionis

Konsep objektivitas sebagai bagian dari jurnalisme oleh Kovach Bill & Rosentiel Tom (2004: 88) mulai muncul sekitar tahun 1920-an. Pada awal munculnya konsep objektivitas sebagai bagian dari jurnalisme tak dimaksudkan untuk menyiratkan bahwa wartawan bebas dari bias. Justru ketika itu wartawan penuh dengan bias, bahkan sering diluar kesadaran wartawan sendiri. Dalam hal ini objektivitas meminta wartawan untuk menguji informasi dengan tepat, sehingga

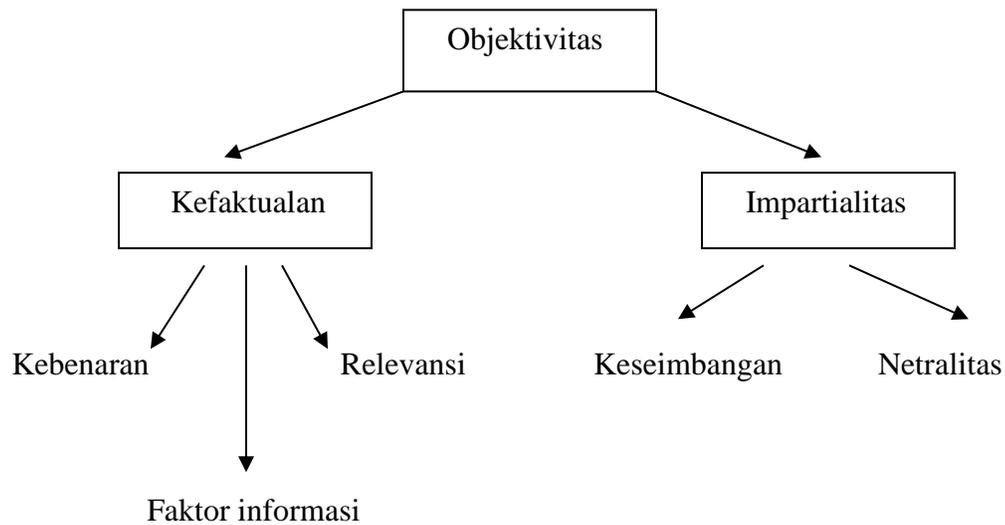
bias personal dan bias budaya tidak melemahkan akurasi kerja mereka.

Dengan adanya kepentingan dari media massa yang turut mempengaruhi berita yang disampaikan kepada khalayak. Dan dari sini maka munculah sebuah anggapan bahwa fakta yang disampaikan bukanlah fakta yang objektif, melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau penulisnya/wartawan dengan latar belakang kepentingan tertentu.

Dalam pandangan kaum konstruksionis sebagaimana ditulis Eriyanto (2002: 26). "berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah baku jurnalistik. Semua proses konstruksi berita mulai dari memilih fakta, memilih nara sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan, memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir dihadapan khalayak..

Objektivitas media dianggap sebagai konsep sentral dari sebuah kualitas informasi yang disampaikan oleh suatu media. Objektivitas oleh McQuail's (2000: 172) diartikan sebagai hilangnya subjektivitas dan pengaruh perasaan personal. Bagaimana komponen komponen yang merupakan bagian dari objektivitas berita dapat dilihat dalam gambar berikut ini.

Bagan 1. Komponen utama objektivitas berita



Sumber : Westerstahl (dalam McQuail's 1989: 130; McQuail's, 2000:173)

Dalam bagan Westerstahl dijelaskan bahwa objektivitas berita terbagi menjadi 2 (dua), yakni kefaktualan berita dan imparisialitas. Skema tersebut mengakui bahwa penyajian atau laporan berita secara objektif harus mencakup nilai-nilai dan fakta; fakta itu sendiri memiliki implikasi evaluatif. Kefaktualan ditentukan oleh beberapa kriteria “kebenaran” antara lain : keutuhan laporan, ketepatan yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan tidak adanya keinginan untuk menekan. Semua itu menunjang kualitas informasi. Fakta dan nilai-nilai tersebut adalah faktor-faktor yang pada akhirnya menjadi sebuah informasi.

Kefaktualan dikaitkan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa atau pernyataan yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa

komentar (opini) serta harus mempunyai keakuratan. Aspek kedua dari kefaktualan adalah relevansi sebuah fakta. “Relevansi” lebih sulit ditentukan dan dicapai secara objektif. Namun pada dasarnya relevansi sama pentingnya dengan kebenaran dan berkenaan dengan proses seleksi, bukannya dengan bentuk dan penyajian.

Imparsialitas (McQuail's, 1989: 130; McQuail's, 2000: 174) juga dihubungkan dengan sikap netral wartawan (reporter), suatu sikap yang menjauhkan setiap penilaian pribadi (personal) dan subjektif demi pencapaian sasaran yang diinginkan. Di dalam imparsialitas juga terdapat keseimbangan (*balance*) sebuah fakta. Dengan kata lain, sebuah informasi dikatakan objektif apabila akurat, jujur, lengkap, mengarah pada kebenaran sebuah realitas, mengandung unsur imparsialitas (*fair*) dan terpisah dari opini.

Objektivitas berita memang selalu menjadi perdebatan yang seru dan sasaran kritik yang empuk. Seperti yang dinyatakan William L. Rivers, Jay W. Jensen dan Theodore Peterson (2002), dalam buku mereka “Media massa dan masyarakat modern” menurut mereka, para jurnalis acapkali takut kehilangan minat pembaca bagi media yang digelutinya, sehingga merekapun bertindak curang, misalnya dengan melebih-lebihkan sesuatu dalam tajuk rencana. Peran sebagai penyampai berita terdesak oleh peran sebagai penafsir berita, sehingga pembaca terkadang kehilangan perhatian pada fakta yang sebenarnya. Objektivitas yang dinyatakan pers tidak jarang bukan objektivitas yang

sebenarnya, melainkan objektivitas yang dibuat menurut mereka sendiri, atau dengan kata lain sudah melalui proses konstruksi oleh wartawan bersangkutan.

Meskipun objektivitas yang sesungguhnya tampak sulit ditemukan, namun bukan berarti semua upaya untuk mencarinya telah berhenti pada satu titik kepasrahan. Tuchman dalam Eriyanto (2002:115-117) menawarkan empat prosedur agar informasi atau berita yang ditulis oleh wartawan bisa mendekati objektif. Pertama, menampilkan semua kemungkinan fakta yang muncul. Kedua, menampilkan fakta-fakta pendukung. Ketiga, pemakaian kutipan pendapat. Keempat, menyusun informasi dalam tata urutan tertentu. Prosedur ini menjadi semacam jaminan dan pertanggungjawaban yang diberikan wartawan kepada khalayak.

1.5.9. Teori *Framing*

Dalam kaitannya dengan analisis *frame* sebuah pesan, McQuail's (2005:555) mengemukakan bahwa pembingkaiian atau framing memiliki dua definisi yakni : (1) *framing* merujuk pada cara pesan faktual atau berita secara spesifik dibentuk dan dikontekstualisasikan oleh jurnalis dengan beberapa cara pandang yang dianggap logis dan tertata dalam struktur laten pesan. (2) kedua berkaitan dengan efek *framing* kepada publik, yaitu realitas. Khalayak terbiasa untuk mendapatkan cara pandang (*frames of reference*) yang ditawarkan oleh jurnalis atau organisasi media.

Konsep pembingkaiian biasanya digunakan oleh bidang komunikasi politik dan psikologi komunikasi. Pada bidang komunikasi politik pembingkaiian berguna untuk menjelaskan ide sentral yang ada dalam suatu pesan media. Tujuan utamanya adalah untuk melihat lebih mendalam tentang ideologi seperti apa yang ditawarkan media kepada audiensnya. Lebih jauh, framing dalam komunikasi politik juga digunakan untuk memahami kemunculan gerakan publik dan massa dibidang politik dan sosial.

Dalam bidang psikologi komunikasi, pembingkaiian pesan media dipahami untuk mengetahui cara audiens memaknai pesan. Pesan media memiliki ide sentral dan runtutannya yang diakses oleh khalayak. Khalayak memiliki dan menentukan sendiri skema yang didapatkannya dari pesan media berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang ia miliki.

Dalam dunia penelitian di Indonesia, analisis bingkai lebih dikenal dengan nama analisis framing (*framing analysis*). Konsep pembingkaiian atau framing merujuk pada proses konstruksi pesan, sementara metode untuk menganalisisnya disebut dengan analisis bingkai (*frame analysis*).

Analisis bingkai atau analisis *frame* adalah salah satu jenis metode untuk menganalisis teks media. Pada dasarnya, riset teks media sangatlah beragam, bukan hanya dikotomi antara penelitian metode kuantitatif dan kualitatif, melainkan lebih kompleks lagi. Jane Stokes (2003:20-21), misalnya tidak lagi menggunakan dikotomi kuantitatif-kualitatif, melainkan objektif-interpretif dan

instrumental - abstrak.

Analisis *frame* merupakan paradigma konstruktionis/interpretatif. Dalam teori-teori yang akan disertakan oleh peneliti dalam penelitian ini, akan menjelaskan secara rinci mulai dari definisi *framing*, aspek-aspek *framing* serta juga kerangka kerja yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

1.5.9.1. Definisi *Framing*

Todd Gitlin sebagaimana ditulis Eriyanto (2002: 68).mendefinisikan *framing* sebagai sebuah strategi bagaimana realitas dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan dalam pemberitaan agar menarik perhatian khalayak pembaca/penonton”

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki .(dalam Eriyanto, 2002: 252) mendefenisikan *framing* sebagai suatu proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut

Willam A. Gamson sebagaimana ditulis Eriyanto (2002: 224) mendefenisikan *framing* adalah “pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita, serta menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, Dengan demikian framing tidak lebih sebagai kemasan (*package*).

Dennis McQuail's dalam buku *Mass Communication Theory* (2000: 495) mendefinisikan *framing* sebagai “sebuah istilah yang mempunyai dua makna, *pertama* merujuk pada cara sebuah isi berita dibentuk secara khusus dan dikontekstualisasikan oleh jurnalis dalam bingkai yang lazim dari referensi dan berdasarkan pada struktur yang laten dari makna. *Kedua* berhubungan dengan memusatkan perhatian pada efek *framing* pada publik. Para audiens memberikan perhatian untuk mengangkat referensi dari *framing* yang ditawarkan oleh jurnalis dan melihat dunia dengan kemiripan, proses ini lebih berelasi dengan teori *agenda-setting*”.

Kriyantono Rachmat (2008: 254) mendefinisikan *framing* sebagai suatu analisis untuk mengkaji pembingkaihan realitas (peristiwa, individu, kelompok dan lain-lain) yang dilakukan media yang penekanannya sesuai dengan aspek kepentingan dari media itu sendiri

Setelah memahami berbagai definisi tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *framing* adalah sebuah proses pendekatan untuk mengetahui cara pandang atau perspektif dari seseorang wartawan atau jurnalis dalam menyeleksi dan menuliskan suatu berita, berdasarkan fakta yang berhasil dihipunkannya.

1.5.9.2. Aspek *Framing*

Dalam proses pemilihan fakta menurut Eriyanto (2002: 69-70) didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin memandang sebuah peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta tersebut selalu terkandung dua kemungkinan yakni apa yang dipilih (*included*) dan apa yang harus dibuang (*excluded*). Serta bagian mana yang ditekankan dalam realitas? bagian mana dari sebuah realitas yang diberitakan serta bagian mana yang tidak diberitakan, kemudian wartawan memilih penekanan aspek dengan *angle* tertentu, fakta serta melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan membuang aspek tertentu sehingga terjadi perbedaan akan sebuah pemahaman dan konstruksi atas sebuah peristiwa di setiap media akan berbeda satu sama lain.

Sementara proses menuliskan fakta menurut Eriyanto (2002: 70) berhubungan dengan bagaimana fakta yang telah diseleksi kemudian disajikan kepada khalayak, dalam gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan lain sebagainya. Kemudian ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu seperti penempatan yang mencolok berupa *headline* depan, atau belakang, pengulangan, pemakaian grafis sebagai penguat penonjolan, pemakaian label untuk penggambaran orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, dan sebagainya. Pemakaian kata, kalimat maupun foto merupakan suatu implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas, sehingga aspek tertentu yang

ditonjolkan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar dibandingkan aspek lainnya.

1.5.9.3. Framing Model William A. Gamson dan Modigliani

Penelitian dengan menggunakan analisis bingkai memiliki beragam varian. Sementara untuk penelitian ini menggunakan perangkat analisis bingkai yang dikembangkan oleh William A. Gamson dan Andre Modigliani. Dalam pandangan Gamson, sebagaimana dituliskan Eriyanto (2002: 226) *framing* dipahami sebagai gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami atau memaknai suatu isu.

Frame sendiri memiliki struktur internal yang oleh Gamson dan Modigliani (dalam Eriyanto, 2002: 224) dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau tatanan ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Wacana media, terutama berita, terdiri dari sejumlah kemasan (*package*). Konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk melalui kemasan tadi.

Sebagaimana ditulis Eriyanto (2002: 224-225) kemasan dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang mengorganisasikan sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan tertentu, dan membantu media atau komunikator menjelaskan muatan-muatan dibalik isu atau peristiwa. Dalam kemasan tersebut, terdapat ide sentral yang nantinya akan dijabarkan ke dalam

struktur pesan berita. Dalam kaitan ini, terdapat dua perangkat bagaimana ide sentral diterjemahkan kedalam teks berita, yakni *framing devices* (perangkat pembingkai) dan *reasoning devices* (perangkat penalaran).

Perangkat pembingkai (*framing devices*) berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat pembingkai ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafis/gambar, dan metafora tertentu. Semua elemen tersebut dapat ditemukan, ditandai dan merujuk pada gagasan atau ide sentral tertentu. Sementara perangkat penalaran (*reasoning device*) berhubungan dengan kohesi dan koherensi yang merujuk pada ide sentral. Sebuah gagasan atau ide sentral tidak hanya berisi kata atau kalimat, gagasan juga selalu ditandai oleh alasan atau pembenaran tertentu. Alasan atau pembenaran tersebut bukan hanya meneguhkan suatu gagasan atau ide sentral, tetapi juga membuat ide sentral tampak benar, absah dan keberadaannya wajar atau normal. (Eriyanto, 2002 : 226-227)

Penjelasan lebih mendalam dari perangkat pembingkai Gamson dan Mogdiliani (Eriyanto,2002: 225 dan Sobur,2001: 179-180) adalah: *Methapors* yang berarti perumpamaan dan pengandaian. *Methapor* difahami sebagai cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi atau memakai kiasan. *Methapor* adalah sesuatu yang dianggap alamiah oleh masyarakat, sehingga penggunaannya akan membuat masyarakat lebih terbiasa. *Metaphor*

sendiri memiliki dua fungsi yaitu sebagai perangkat *diskursif* dan ekspresi piranti mental, serta berasosiasi dengan penilaian di masyarakat.

Catchphrases adalah frase yang menarik, kontras dan menonjol dalam suatu wacana, yang umumnya berupa jargon atau slogan. *Catchphrases* merupakan cerminan dari ide sentral atau bingkai utama dari berita. Salah satu frase yang sering muncul adalah “netralitas”. Netralitas biasanya dikaitkan dengan posisi pejabat negara atau pegawai negeri di dalam pemilu. Misalnya istilah netralitas ini muncul dari berita pemilu pada “Jawa Tengah Dalam Berita” tanggal 8 April 2010 karena beberapa calon walikota dan wakil walikota Semarang berasal dari kalangan birokrat yang selama ini jelas-jelas mempunyai bawahan.

Sementara itu, *exemplars* adalah cara mengemas fakta tertentu secara mendalam agar sebuah fakta memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan. *Exemplar* adalah upaya untuk mengaitkan bingkai dengan contoh ataupun uraian, bisa teori dan perbandingan, yang nantinya memperjelas bingkai.

Depiction adalah penggambaran atau deskripsi suatu isu yang bersifat konotatif. *Depiction* umumnya berupa istilah untuk melabeli sesuatu yang dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi. Tujuannya adalah agar audiens mengarah pada citra tertentu.

Imaji visual (*visual images*) adalah gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Tujuan dari penggunaan imaji

visual adalah untuk memperkuat kesan. Dalam pesan audio, imaji visual dapat berujud penggambaran atau deskripsi suatu peristiwa dengan menggunakan kata-kata.

Perangkat penalaran (*reasoning devices*) yang terdiri dari *roots appeals to principle* dan konsekuensi, penjelasannya adalah : *Roots* sebagai analisis kausal atau sebab akibat dari peristiwa yang disampaikan. Analisis kausal digunakan untuk memperkuat argumen yang diambil untuk memperkuat ide sentral yang telah dikemukakan sebelumnya dalam perangkat pembingkai.

Appeal to principle adalah himbauan, klaim moral atau himbauan untuk memperkuat argument yang diberikan. Pendekatan pada prinsip-prinsip dasar juga berkaitan dengan konsekuensi yang merupakan elemen terakhir dari perangkat penalaran. Konsekuensi atau efek yang didapat dari bingkai atau ide sentral terkadang tidak muncul secara eksplisit di dalam berita.

Daniel Hallin (1986) sebagaimana dikutip Shoemaker dan Reese (1996:227) membuat ilustrasi bagaimana berita ditempatkan dalam bidang/peta ideologi. Menurutnya, para wartawan dalam memahami berbagai peristiwa yang terjadi menempatkannya dalam tiga bidang, yakni : bidang penyimpangan (*sphere of deviance*), bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*) dan bidang consensus (*sphere of consensus*). Melalui pemahaman inilah, proses pembingkai suatu peristiwa dilakukan oleh seorang wartawan. Sehingga tidaklah mengherankan jika suatu peristiwa yang sama, akan difahami secara

berbeda oleh dua orang wartawan, dan ini dimungkinkan terjadi pada peristiwa politik seperti pemilihan walikota Semarang tahun 2010.

Perangkat pembingkai dan perangkat penalaran sebagaimana model Gamsong dan Modigliani, dalam konteks berita politik seperti pilkada juga dimungkinkan muncul dalam proses produksi media termasuk televisi seperti di LPP TVRI Jawa Tengah. Hal ini bisa terjadi karena media sangat berperan dalam mendefinisikan suatu realitas agar dapat difahami oleh masyarakat menurut versinya masing-masing. Selengkapnya perangkat pembingkai dan perangkat penalaran model Gamson dan Modigliani, dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1

Kerangka Analisis Gamson dan Modigliani

| | |
|---|---|
| <p><i>Frame</i> Seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu (<i>Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues</i>)</p> | |
| <p><i>Framing Devices</i> (perangkat framing)</p> | <p><i>Reasoning Devices</i> (perangkat penalaran)</p> |
| <p><i>Methapors</i> Perumpamaan atau pengandaian</p> | <p><i>Roots</i> Analisis kausal atau sebab akibat</p> |
| <p><i>Cathphrases</i> <i>Frase</i> yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.</p> | <p><i>Appeals to principle</i> Premis dasar, klaim-klaim moral</p> |
| <p><i>Exemplaar</i> Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p> | <p><i>Consequences</i> Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.</p> |
| <p><i>Depiction</i> Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.</p> <p><i>Visual Images</i> Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p> | |

Sumber: Eriyanto (2002: 225)

1.5.9.4. Analisis Gambar Bergerak dan Berbagai Kode Televisi

Berbeda dengan media cetak, analisis media televisi mempunyai ciri-ciri spesifik tersendiri, karena menyangkut tentang analisis gambar yang bergerak. Dalam buku *Mass Communication Research Methods* (Hansen Anders et al, 1998 : 189) dijelaskan bahwa selama ini umumnya para peneliti komunikasi dalam menganalisis media massa hanya melakukan dari sisi makna dan bahasa, sementara untuk analisis visual hampir tidak ada, walaupun dilakukan jumlahnya masih relatif sedikit.

Menurut Hansen Anders et al (1998: 192) untuk menganalisis visual berita dapat dilakukan setidaknya melalui empat pendekatan, sebagai berikut: Pertama dengan pendekatan bahwa visual berita sebagai distorsi. Kedua visual berita sebagai simbolisme, ketiga visual berita sebagai jaminan epistemologi. dan pendekatan keempat sekaligus pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang memandang visual berita sebagai sistem semiotik.

Beberapa pemaknaan pesan yang ditimbulkan oleh perbedaan teknik-teknik pengambilan gambar seseorang tokoh dan lingkungan sekitarnya, sebagaimana ditulis Chandler Daniel, (1994) dalam *The 'Grammar' of Television and Film.*, Tahapary, Hanoch. (2009), Mulkan, Dede. (2007) dan Hansen Anders et al (1998). Teknik pengambilan gambar yang dimaksudkan disini menyangkut sudut pengambilan gambar (*camera angle*), ukuran gambar (*frame size*), gerakan

kamera (*moving camera*) dan gerakan objek (*moving object*).

Sementara John Fiske (1987: 5-6) menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa menjadi “peristiwa televisi” adalah apabila telah diencode oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan, yakni realitas (*reality*), representasi dan ideologi. Karena realitas yang terencode dalam *encoded electronically* harus ditampilkan pada *technical codes* seperti kamera, lighting, editing, musik dan suara.

Berger (1991) memberikan gambaran beberapa *signifier*, *definition* dan *signified* (*meaning*) dari gambar atau visualisasi berita televisi, seperti yang terdapat dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. 1

Defenisi dan arti *Shot* dan Film

| <i>Signifier (shot)</i> | <i>Defenisi (Defenition)</i> | <i>Signified (meaning/arti)</i> |
|-------------------------|--|---|
| (1) | (2) | (3) |
| <i>Close-Up</i> | <i>Face only</i> (karakter wajah) | <i>Intimacy</i> (kedekatan) |
| <i>Medium Shot</i> | <i>Most of body</i> (hingga ke badan) | Hubungan personal (<i>Personal relationship</i>) |
| <i>Long Shot</i> | <i>Setting and characters</i> | <i>Context, scope, public distance</i> |
| <i>Full Shot</i> | <i>Full body of person</i> (menampilkan objek secara menyeluruh) | Hubungan sosial (<i>Social relationship</i>) |

| (1) | (2) | (3) |
|-----------------|--|--|
| <i>Pan Down</i> | <i>Camera looks down</i> (kamera mengarah ke bawah) | <i>Power, authority</i> (menunjukkan keperkasaan) |
| <i>Pan Up</i> | <i>Camera looks up</i> (kamera mengarah ke atas) | <i>Smallness, weakness</i> (mengecilkan/lemahkan) |
| <i>Zoom In</i> | <i>Camera moves in</i> (objek mendekat) | <i>Observation, focus</i> (memperjelas objek dan sekitarnya) |
| <i>Fade In</i> | <i>Image appears on blank screen</i> (memperlihatkan objek secara perlahan) | Memulai suatu adegan (<i>Beginning</i>) |
| <i>Fade Out</i> | <i>Image screen goes blank</i> (mengakhiri shot objek secara perlahan) | Mengakhiri suatu adegan (<i>Ending</i>) |
| <i>Cut</i> | <i>Switch from one image to another</i> (perubahan sudut pandang, pindah ke objek lainnya) | <i>Simultaneity, excitement</i> (menunjukkan dua kejadian pada waktu yang sama) |
| <i>Wipe</i> | <i>Image wiped off screen</i> (menutup objek di layar seperti menghapus) | <i>Imposed conclusion</i> |

Sumber : Berger (1991) dalam Hansen Anders (1998:207)

Bagi siaran berita di televisi termasuk dalam siaran “Jawa Tengah Dalam Berita’ LPP TVRI Jawa Tengah, masalah *angle* dan komposisi gambar selama ini memang tidak terlalu ditekankan, karena prinsipnya bagaimana berita dapat dilengkapi dengan memberikan gambar/visual yang jelas sesuai dengan materi berita yang diliput. Untuk wawancara seorang narasumber misalnya, biasanya

dapat dipastikan akan dishoting dengan komposisi gambar *medium shot* atau *close up* sehingga nara sumber yang tampil akan terlihat dengan jelas. Sementara untuk memulai visual (*eststabilizing shot*) berita, biasanya akan diberikan gambar *long shot* atau *zoom in* dan mengakhiri gambar dengan *long shot* atau *zoom out*.

1.6. Metoda Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif artinya memberikan gambaran tentang bagaimana media LPP TVRI Jawa Tengah dalam mengkonstruksi siaran berita politik menjelang berlangsungnya pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang 18 April 2010. Peneliti selanjutnya akan menganalisis pemberitaan seputar pemilihan walikota dan wakil walikota Semarang tersebut dan menyimpulkannya.

Media massa dipandang memiliki kemampuan untuk memindahkan unsur-unsur yang menonjol dalam agenda berita kepada agenda publik. Media memiliki kekuatan untuk membentuk agenda khalayak dengan menjadikan sesuatu hal penting untuk dilakukan mereka. Apa yang dikemukakan oleh media dianggap membantu pendefinisian apa yang dipikirkan oleh khalayak. Media itu sendiri melakukan *framing* terhadap realitas yang dihadapi, dan mengangkatnya menjadi sebuah isu dalam pemberitaan, sehingga mendapat perhatian dari khalayak, dan

menganggap isu itu penting bagi mereka. Dengan demikian, bisa dikatakan *framing* juga merupakan teknik yang dipakai oleh wartawan untuk menyusun agenda yang akan dilaksanakan oleh khalayak. Yang kemudian menjadi persoalan adalah media yang tidak netral. Sebagai subsistem dalam masyarakat, ia dipengaruhi oleh sistem-sistem yang berinteraksi dengannya.

Edward Said (dalam Eriyanto, 2002: 4-5), mengatakan media memang menjadi sarana yang paling dominan dalam menyajikan suatu peristiwa menjadi berita yang layak dikonsumsi oleh khalayak. Dimaksudkan media dapat mengungkapkan bagaimana suatu peristiwa digambarkan, ditampilkan atau ditulis, dan pada akhirnya memenuhi imajinasi, impian dan persepsi terhadap peristiwa tersebut., lebih khusus oleh *frame* : bagaimana peristiwa dilihat, lantas ditampilkan, ditonjolkan oleh media tentang peristiwa, aktor atau kelompok tertentu.

Analisis *framing* menurut Eriyanto (2002: 69-70) mempunyai dua aspek pertama, memilih fakta atau realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta, selalu terkandung dua kemungkinan : apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Peristiwa dilihat dari isu tertentu. Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa, bisa jadi berbeda antara satu media dengan media lain. Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Dilakukan

untuk penonjolan realitas melalui pemakaian kata, pemakaian foto, kalimat dan proposisi, sehingga mendapat perhatian yang lebih besar dari aspek yang lain. realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Secara umum, teori *framing* dapat dilihat dalam dua tradisi yakni psikologis dan sosiologis (dalam Eriyanto, 2002: 71-72). Tradisi psikologis melihat *framing* sebagai upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi bermakna, lebih mencolok dan diperhatikan oleh publik. Selain itu secara psikologis, orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia kompleks agar lebih sederhana dan dapat dipahami. Daniel Kahneman dan Amos Tversky (dalam Eriyanto, 2002, 72) membuat serangkaian penelitian lewat studi eksperimental dalam arti bagaimana pesan dibingkai atau dibungkus dengan cara berbeda akan dimaknai dan dipahami secara berbeda pula oleh khalayak. Pemahaman dan pemaknaan khalayak tidak tergantung pada realitas atau fakta, tetapi tergantung pada bagaimana realitas itu disajikan, bagaimana pesan dibingkai dengan suatu kemasan yang menyebabkan pemahaman tertentu dalam benak khalayak.

Sosiolog Alfred Schutz, Erving Goffman hingga Peter L. Berger (dalam Eriyanto, 2002: 79-80) melihat *frame* menurut tradisi sosiologis, yakni untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita

membentuk berita secara bersama-sama, yang menempatkan media sebagai organisasi kompleks yang menyertakan di dalamnya praktik profesional. Sementara Tuchman (1991: 4-5) menilai berita adalah produk dari institusi sosial dan melekat dalam hubungannya dengan institusi lainnya. Berita adalah produk dari profesionalisme yang menentukan bagaimana peristiwa setiap hari dibentuk dan dikonstruksi. Menurut Erving Goffman (dalam Littlejohn, 2005 : 87) sebuah *frame* adalah sebuah skema interpretasi dimana gambaran dunia yang dimasuki seseorang diorganisasikan sehingga pengalaman tersebut menjadi punya arti dan bermakna.

Suatu peristiwa menjadi sebuah berita melalui proses produksi dan konstruksi oleh wartawan. Wartawan sebagai penulis berita bukan berarti sebagai penentu tunggal dalam menafsirkan peristiwa, karena paling tidak ada tiga pihak yang saling berhubungan yaitu wartawan, sumber berita (nara sumber) dan khalayak. Masing-masing pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas, dengan penafsiran sendiri-sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan kuat. Dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan yang ada dalam pikirannya saja. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan, bahwa dalam proses konstruksi juga melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan, jadi tidak heran jika para wartawan memiliki gaya dan ciri khas sendiri dalam menulis. Wartawan sebagai bagian dari lingkungan sosial akan menerima nilai-nilai dan kepercayaan yang ada dalam masyarakat.

Hal itu akan mempengaruhi bagaimana wartawan memahami suatu realitas.

Dalam menulis dan mengkonstruksi berita, wartawan bukan berhadapan dengan publik kosong, melainkan khalayak menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam mengkonstruksi peristiwa. Bahkan ketika wartawan mulai menulis peristiwa dan menyusun kata, khalayak sudah menjadi pertimbangan. Hal ini disebabkan wartawan menulis bukan untuk dirinya sendiri, melainkan untuk dinikmati dan dipahami oleh pembaca atau penonton. Melalui proses inilah nilai-nilai sosial yang dominan yang ada dalam masyarakat ikut serta mempengaruhi pemaknaan.

Proses konstruksi berita juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari masing-masing wartawan. Selain itu organisasi dari masing-masing media massa juga termasuk yang dapat mempengaruhi.

1.6.2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh dokumentasi naskah dan rekaman berita yang disiarkan di LPP TVRI Jawa Tengah (“**Jawa Tengah Dalam Berita**”) pada penayangan jam 17.00 WIB s/d 18.00 WIB, selama periode 27 Maret hingga 14 April 2010. Penentuan periode pengumpulan naskah berita pada tanggal tersebut, dengan asumsi bertepatan dengan waktu ditetapkannya secara resmi lima pasang calon walikota dan wakil walikota Semarang pada tanggal 27 Maret 2010 oleh

Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Semarang. Sedangkan batas akhir tanggal 14 April 2010 merupakan akhir pelaksanaan kampanye dan memasuki masa tenang sebelum diselenggarakannya pencoblosan kertas surat suara pada tanggal 18 April 2010.

1.6.3. Teknik Perolehan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan melalui dua cara, yaitu:

1.Data primer, yang diperoleh penulis dengan mengumpulkan seluruh berita selama periode tanggal 27 bulan Maret hingga 14 April 2010, dan selanjutnya peneliti melakukan seleksi (pemilihan) berita secara bertahap, hingga akhirnya terseleksi berita-berita yang terkait dengan informasi seputar pelaksanaan pemilihan walikota Semarang.

2.Data sekunder, yakni berupa kajian pustaka dan wawancara secara informal dengan beberapa jurnalis/reporter dan kepala seksi berita LPP TVRI Jateng, untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.

1.6.4. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan kaidah-kaidah penelitian kualitatif yang menurut Sarantakos (1993: 300-301) meliputi reduksi data, pengorganisasian data dan interpretasi data. Selanjutnya data berupa teks berita dianalisis dengan menggunakan perangkat *framing* dan perangkat penalaran model **William Gamson dan Modigliani**.

Sedangkan data berupa visual bergerak, dianalisis dengan teori yang diuraikan **John Fiske** dalam buku “*Television Culture*” dan **Hansen Anders et al** dalam buku “*Mass Communication Research Methods* “ , yakni berkaitan dengan *signifier*, *definition* dan *signified (meaning)* dari visualisasi suatu berita televisi.

1.6.5. Keterbatasan Penelitian

Karena pertimbangan biaya operasional yang relatif sangat tinggi, khususnya untuk pelaksanaan peliputan di luar kota Semarang, maka selama ini *content* berita di LPP TVRI Jawa Tengah lebih banyak berasal dari kota Semarang dan sekitarnya. Dengan keterbatasan tersebut menyebabkan penelitian ini hanya dilakukan untuk wilayah kota Semarang dan sekitarnya, pada hal seharusnya karena LPP TVRI Jawa Tengah mempunyai cakupan wilayah (*cover area*) satu provinsi (Jawa Tengah), penelitian seyogianya dilakukan untuk satu wilayah provinsi.

1.6.6. Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan sendirinya untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2009: 267-277) diantaranya dapat dilakukan dengan validitas internal dengan uji kredibilitas data dan validitas eksternal dengan uji *confirmability*.

(1) **Uji kredibilitas** data diantaranya dengan:

- Dengan peningkatan ketekunan melalui pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, sehingga deskripsi data yang diperoleh benar-benar akurat dan valid.

- *Membercheck*, melalui pengecekan data yang diperoleh dengan jurnalis yang melakukan peliputan serta dicocokkan dengan berita yang disimpan dalam file komputer.

(2) **Uji *confirmability*** dengan melakukan pengujian atas hasil penelitian, diantaranya dengan melakukan diskusi hasil temuan penelitian dengan penanggung jawab siaran berita di LPP TVRI Jawa Tengah.