

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era reformasi saat ini, kehadiran media massa menjadi sangat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat. Ketika semua hal seolah-olah tanpa batas saat ini bisa dijadikan berita, termasuk peristiwa-peristiwa yang di masa lalu tidak mungkin memperoleh tempat, saat ini segalanya dapat diakses di media. Saat ini tidak ada lagi yang tabu bagi media untuk memberitakannya.

Jika ada anggapan kemudian bahwa pers pasca UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers, sudah kebablasan, hal ini karena perubahan yang sangat mendasar itu. Realitas yang demikian sudah diantisipasi oleh Daniel Lerner di tahun lima puluhan.

Mengacu pemikiran Daniel Lerner, seorang sosiolog Amerika Serikat yang terkenal dengan bukunya *The Passing of Traditional Society* (1958). Menurut Lerner, faktor persebaran komunikasi massa merupakan penyebab utama terjadinya modernisasi di negara-negara berkembang. Modernisasi itu sendiri ditandai oleh meningkatnya mobilitas masyarakat, baik secara geografis (ada kesempatan dan kemauan bebas untuk berpindah tempat), sosial (ada peluang besar untuk meningkatkan status maupun posisi sosial), dan psikis (ada kebebasan dan kemampuan untuk berpikir bebas). Perubahan ini jelas mengandung implikasi politik, yakni meningkatnya partisipasi politik rakyat. Atas dasar itulah Lerner berteori bahwa modernisasi, yang disebabkan oleh persebaran komunikasi massa, selalu berkembang ke arah sistem politik yang demokratis.

Melalui peran pers, masyarakat dapat menyerap pelbagai informasi dan pengetahuan. Lerner juga mengantisipasi kemungkinan negatif di balik persebaran komunikasi massa itu. Yakni, terjadinya *revolution of rising expectations*, yang kelak bisa menjadi *revolution of rising frustrations*. Lewat pemberitaan pers, masyarakat dapat menyerap pelbagai informasi dan pengetahuan. Melalui pers

pula opini masyarakat dapat diarahkan untuk dibentuk. Jika opini tersebut merupakan stimuli, maka respon-respon tertentu yang merupakan derivasi dari opini tersebut niscaya segera dihasilkan. Selanjutnya, dalam waktu yang relatif cepat, respon-respon itu akan berkembang menjadi harapan-harapan, yang jika tak segera dipenuhi dapat menumbuhkan frustrasi-frustrasi sosial.

Media massa mempunyai peran strategis dalam tatanan masyarakat. Media massa mampu membentuk suatu struktur masyarakat tertentu, mendukung suatu ideologi atau ajaran tertentu. Media sebagai suatu institusi sosial memiliki kepentingan tertentu, yang terkandung dalam visi dan misi pendiriannya. Visi dan misi ini menentukan cara pandang dalam mengumpulkan, mengolah, dan mengungkapkan fakta atau pendapat dari sumber yang dikomunikasikan kepada khalayak. Kenyataan menunjukkan, media sering menjadi alat kekuasaan penguasa atau pengusaha. Oleh penguasa, media digunakan sebagai alat propaganda, penetrasi budaya, dan sosialisasi tentang penyelenggaraan kekuasaan politik, sehingga tidak heran kerja sama kepentingan politik sering terjadi antara elite politik dengan organisasi kepemilikan media massa. Kolaborasi ini untuk membangun struktur masyarakat, sebagaimana yang mereka inginkan dalam rangka melanggengkan kekuasaan. di negara demokratis pemilik media massa turut serta dalam penentuan kebijakan kekuasaan politik. Di Indonesia, misalnya, saat ini terjadi kolaborasi antara penyelenggaraan kekuasaan politik dengan pemilik media, sehingga tidak heran jika pemilik media massa menjadi pengurus partai politik tertentu. Bahkan pemilik media massa juga memegang kekuasaan politik, seperti menteri.

Media massa mempunyai agenda tertentu dalam menyajikan pesan, baik dari sudut kuantitatif yaitu frekuensi dan durasi pemuatan, maupun dari sudut kualitatif, seperti, pendalaman dan penekanan materi pesan.

Dalam bidang kekuasaan ekonomi, boleh jadi pengusaha mengelola media massa dengan prinsip bisnis semata. Bagi pengusaha, media massa digunakan untuk mencari keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara, institusi media dikelola secara dengan prinsip bisnis. Pada situasi ini, media massa

dijalankan berlandaskan hukum ekonomi, yakni pengeluaran sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Bahkan mungkin mengesampingkan tanggung jawab sosial. Efisiensi menjadi suatu hal mutlak.

Siapa yang mengendalikan pesan media massa dapat pula mengendalikan opini publik. Siapa yang mengendalikan opini publik dia pun akan memiliki kekuasaan. Hal ini berlaku dalam satu negara, hubungan bilateral, dan hubungan internasional atau global. Khususnya pada hubungan global, pengendalian media massa sangat penting untuk menanamkan pengaruh global pada berbagai sektor kehidupan. Negara yang memiliki pengaruh global akan menikmati kekayaan dunia lebih besar dibanding dengan negara yang tidak memiliki pengaruh global.

Berita adalah rekonstruksi peristiwa, dan peristiwa adalah konstruksi sosial - historis. Dengan kata lain, fakta (hasil observasi inderawi) pun merupakan konstruksi sosial - historis, bukan sesuatu yang *given*.

Teks berita bukanlah refleksi dari peristiwa. Teks berita adalah hasil konstruksi dari media massa. Teks berita adalah hasil produksi yang telah bersinggungan dengan banyak faktor. Subjektivitas wartawan, rutinitas media, ideologi, ekonomi bahkan kekuasaan dan politik terus bersinggungan sejak sebuah peristiwa terjadi sampai disajikan dalam sebuah teks berita di media massa. Dalam penulisan berita, media memilih fakta tertentu dan meninggalkan fakta lainnya dari sebuah peristiwa. Dalam penyajiannya, media menonjolkan isu tertentu agar mendapatkan perhatian lebih dan menjadikannya lebih diingat pembaca. Realitas inilah yang termuat dalam agenda *setting* media. Media massa menentukan pesan apa yang hendak disampaikan kepada khalayaknya. Memilih mana yang dianggap penting dan mana yang harus dibuang.

Proses rekonstruksi peristiwa yang dilakukan oleh wartawan adalah proses yang sangat subjektif. Proses melalui persepsi wartawan, yang dipengaruhi oleh kerangka acuan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*). Itulah sebabnya, satu peristiwa yang sama akan menjadi berita yang berbeda-beda karena ditulis oleh wartawan yang berbeda.

Berita sangat dipengaruhi oleh subjektivitas wartawan, juga dipengaruhi oleh dominasi ideologi yang berkembang, termasuk ideologi media. Menurut Denis McQuail (*Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*, 1992:82), ada faktor luar dan faktor dalam yang memengaruhi. Termasuk faktor luar adalah investor, kelompok penekan (*pressure group*), pemerintah, dan institusi sosial - politik. Faktor dalam: narasumber, pemilik media, pemasang iklan, dan khalayak/pembaca.

Objektivitas adalah dimensi, bukan nilai, sehingga ada gradasi di dalamnya. Kita hanya dapat menakar kadar objektivitas suatu berita, tetapi tidak dapat mengategorikannya secara dikotomis: objektif atau tidak objektif.

Berita merupakan cerminan realitas media yang belum tentu cocok dengan realitas sosial. Terlalu naif kalau kita menyatakan bahwa berita adalah potret fakta karena wartawan tidak mungkin bebas nilai ketika merekonstruksi peristiwa. Wartawan hanya dapat berusaha mendekati berita dengan realitas sosial. Dalam konteks itulah dapat dilihat kadar objektivitas tersebut, sejauhmana kedekatan dengan realitas sosial.

Dalam bingkai pemikiran seperti itulah, pers harus berpihak, tidak berpretensi bahwa dirinya adalah entitas objektif yang hidup dalam ruang hampa. Bingkai pemikiran itu didasari oleh paradigma baru komunikasi transaksional, ketika pesan diinterpretasikan bersama-sama oleh komunikator dan komunikan. Berbeda dari paradigma komunikasi transmisi yang seolah-olah komunikator dengan mudahnya menginterpretasikan dan menyampaikan pesan/informasi kepada komunikan. Paradigma baru tidak menuntut kesamaan interpretasi, sejalan dengan arus reformasi yang membuka ruang bagi demokratisasi. Dalam ranah itulah, pers menemukan posisinya sebagai ruang publik (*public sphere*).

1.1.1. Pemberitaan RUUK - DIY

Fenomena pemberitaan RUUK - DIY di Harian Umum *Kompas* selama akhir tahun 2010 menunjukkan keberpihakan tersebut. Pada mulanya adalah berita

tentang Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang tengah berbenah karena baru saja dilanda bencana Merapi kembali terusik. Kali ini oleh pernyataan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang membenturkan istilah “monarkhi” dan “demokrasi”.

Pernyataan itu pun selain menjadi polemik di masyarakat juga memancing aksi dari rakyat Yogyakarta untuk memprotes SBY. Pantas saja rakyat Yogyakarta marah karena pemimpin mereka Sultan Hamengku Buwono X diusik.

Meski sebenarnya, polemik soal pengisian jabatan gubernur dan wakil gubernur DIY sudah terjadi sejak 1998 namun kali ini polemik kian panas dan meruncing karena banyak pihak mulai mengaitkan adanya rivalitas politik SBY - Sultan. Meski banyak kepala daerah lain berbeda partai.

Sultan diperlakukan berbeda karena keberanian Sultan mengkritik SBY secara terbuka. Sikap itu tidak pernah dilakukan oleh gubernur-gubernur lain. Sultan HB X tidak sedikit pun melakukan tindakan yang mencederai nilai-nilai demokrasi yang dianut sebagian besar rakyat Indonesia. Ketika yang dipersoalkan adalah soal *check and balances* ketika tidak ada penyimpangan dan semua berjalan sesuai norma pernyataan itu tidaklah relevan.

Belum pernah ada berita mengenai dugaan korupsi yang melibatkan raja Yogyakarta selama menjadi gubernur. Jika dipertanyakan lebih jauh justru Yogyakarta menjadi benteng pluralisme, kebhinekaan, dan perbedaan serta menjadi jembatan penghubung antara demokrasi model kesultanan dengan demokrasi Indonesia modern. Tentu rakyat Yogyakarta yang terdidik tidak akan tinggal diam manakala Sultan dan Paku Alam menerapkan otoritarianisme sebagaimana dipraktekkan monarki sejati.

Pemberitaan *Kompas* atas polemik yang dilontarkan oleh kubu Istana dengan kubu Yogja tersebut sangatlah menarik perhatian. Bukan saja bagaimana *Kompas* begitu peduli terhadap isu RUUK - DIY tersebut yang dapat dilihat dari besarnya kolom yang digunakan tetapi juga penempatannya sebagai berita utama di harian nasional tersebut. Selalu memperoleh tempat yang sangat terhormat

sebagai berita, sedangkan berita tersebut lebih dominan sebagai isu hubungan pemerintah pusat dengan pemerintah daerah.

Apabila dihitung secara kuantitatif, pemberitaan tentang RUUK - DIY dan tulisan-tulisan yang berkaitan, *Kompas* menghadirkan lima (5) berita selama bulan November 2010, kemudian meningkat tajam menjadi lima puluh dua (52) berita dan beberapa tulisan dari luar redaksi, dan tiga (3) tajuk rencana di bulan Desember 2010, sementara di bulan Januari menurun menjadi hanya sebelas (11) berita. Sehingga bulan Desember 2010, *Kompas* sangat diwarnai oleh berita dan tulisan mengenai polemik RUUK - DIY.

Sudah barang tentu fenomena ini mengundang banyak perhatian secara akademik mengapa *Kompas* begitu peduli terhadap warga Yogya, sementara sudah ada koran lokal di Yogyakarta yang usianya jauh lebih tua daripada *Kompas*, yakni harian *Kedaulatan Rakyat* yang dalam pemberitaannya bermanifestasi dari kekuasaan lokal Keraton Yogyakarta (Choiriyati, 2010:).

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui lebih jauh mengapa Kompas begitu perhatian terhadap pertarungan wacana antara pemerintah pusat yang diwakili oleh presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono, Mendagri Gamawan Fauzi, yang memilih pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DIY. Sedangkan kubu Yogya diwakili oleh masyarakat Yogya yang tergabung dalam beberapa kelompok warga masyarakat Yogyakarta antara lain : (1) Paguyuban dukuh se DIY, “Semar Sembogo” di Yogyakarta; (2) Paguyuban Kepala Desa dan Perangkat Desa se DIY; (3) Gerakan Semesta Rakyat Jogya (Gentaraja); (4) Forum Komunikasi Seniman Tradisi se DIY; (5) Parade Nusantara, Komunitas Duta Sewalah Dewan Kasepuhan Adat Masyarakat Tatar Sunda; (6) Paguyuban Kawula Alit Yogyakarta; (7) Mayoritas Fraksi di DPR (Kompas, 13-12-2010)

Yang menginginkan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur melalui mekanisme penetapan, yakni penetapan Sultan Hamengku Buwono sebagai Gubernur dan Paku Alam sebagai Wakil Gubernur.

Apa yang melandasi perhatian harian *Kompas* terhadap RUUK - DIY tersebut, adakah kepentingan tertentu dibalik kepedulian yang ditunjukkan dalam penempatan tulisan dan porsi pemberitaan?

1.2. Perumusan Masalah

Ada dua hal yang ingin dicari jawabannya dalam penelitian ini :

1. Bagaimana harian Umum Kompas membingkai pemberitaan tentang Rencana Undang-undang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta (RUUK - DIY)?
2. Bagaimana politik pemberitaan harian Kompas terhadap penetapan dalam RUUK - DIY sebagaimana dikehendaki warga Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana harian Kompas melakukan pembingkai atas pemberitaan RUUK - DIY
2. Untuk mengetahui politik pemberitaan harian *Kompas* terhadap penetapan dalam RUUK - DIY sebagaimana dikehendaki warga Yogyakarta.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Akademis

Memberikan sumbangsih bagi ilmu komunikasi khususnya penelitian dengan menggunakan metode Konstruksi berita yang menjelaskan bahwa media massa mempunyai ideologi dan politik yang berbeda – beda dalam setiap pemberitaannya.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Memberi masukan perlunya media memperhatikan persoalan objektivitas, berimbang (*cover both side*) dan netralitas dalam penyusunan berita.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini dapat memberi manfaat bagi penyelenggaraan bisnis media, penyelenggara negara di tingkat pusat maupun daerah dalam berhadapan dengan insan pers sehingga dapat dijalin kerja sama saling menguntungkan

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Menurut Guba & Lincoln (105-116) paradigma adalah seperangkat keyakinan-keyakinan dasar (*basic beliefs*) atau metafisika yang berhubungan dengan prinsip-prinsip utama atau prinsip-prinsip pokok. Paradigma ini menggambarkan suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menentukan bagi penganutnya, sifat dunia sebagai tempat bagi individu dan kemungkinan dengan dunia tersebut bersama dengan bagian-bagiannya sebagaimana ahli kosmologi dan teologi melakukannya. Keyakinan-keyakinan itu bersifat dasar dalam pengertian harus diterima secara sederhana semata-mata berdasar kepercayaan saja disebabkan tidak ada suatu cara final untuk menentukan kebenaran akhir.

Ada tiga paradigma utama, yaitu paradigma klasik, paradigma kritis dan paradigma konstruktivisme.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Mengapa konstruktivis? Karena penelitian ini berusaha selain mengetahui bagaimana teks berita dibangun, juga ingin mengetahui apa yang ada dibalik pembangunan teks tersebut.

Masing-masing paradigma itu sendiri memiliki 3 dimensi, yakni dimensi epistemologis, dimensi ontologis, dimensi metodologis, serta dimensi aksiologis.

Epistemologis menjelaskan bagaimana hubungan antara peneliti—yang mencari tahu—dengan orang-orang atau fenomena yang diteliti. Sedangkan ontologi adalah interpretasi manusia apa itu realitas dan bagaimana cara

mengetahuinya. Sedangkan metodologi adalah cara-cara, teknik atau metode untuk meneliti.

Dimensi epistemologis berkaitan dengan asumsi mengenai hubungan antara peneliti dengan yang diteliti dalam proses memperoleh pengetahuan mengenai objek yang diteliti. Seluruhnya berkaitan dengan teori pengetahuan (*theory of knowledge*) yang melekat dalam perspektif teori dan metodologi.

Dimensi ontologis berhubungan dengan asumsi mengenai objek atau realitas sosial yang diteliti. Dimensi metodologis mencakup asumsi-asumsi mengenai bagaimana cara memperoleh pengetahuan mengenai suatu obyek pengetahuan. Sedangkan dimensi aksiologis berkaitan dengan posisi *value judgments*, etika serta pilihan moral peneliti dalam suatu penelitian.

1.5.2. State of the Art

Dari hasil studi yang telah dilakukan terkait RUUK - DIY disajikan dalam tabel berikut ini.

Studi terdahulu	Penulis	Aspek pengamatan	Hasil
Politik Identitas: Konstruksi Legitimasi Identitas Pemimpin”Ngayogyakarta”	Wahyuni Choiriyati	Pola penggambaran SKH Kedaulatan Rakyat dalam RUUK - DIY	SKH dalam pembingkaiannya RUUK - DIY manifestasi kekuasaan lokal.
Penerapan Objektivitas Pemberitaan Konflik Keistimewaan Yogyakarta di Surat Kabar Kedaulatan Rakyat	Nurul Latifatun Nisa	Pemberitaan Obyektif-Subyektif	Pemberitaan Kedaulatan Rakyat atas RUUK - DIY berpihak pada Yogya
Membongkar Mitos keistimewaan Yogyakarta	Kumpulan penelitian Abdur Rozak, Kuntoro	Posisi Kraton, pertanahan, Semangat desentralisasi	Tidak memotret aspirasi rakyat DIY terhadap bentuk keistimewaan DIY
Keistimewaan Yogyakarta Vs Demokratisasi	Heru Wahyukismo	Munculnya Tuntutan Monarki Konstitusional	Bias Historis Kesultanan DIY
Interpretasi Kritis Keistimewaan Yogyakarta	Kumpulan tulisan media cetak	Kurang netral, cenderung kritis terhadap Keistimewaan - DIY	Cenderung subyektif, opini pribadi
Sikap DPRD terhadap Keistimewaan Yogya	Dian Eka Rahmawati	Menyoroti Kinerja Sistem (DPRD)	Terlihat hanya menyoroti Aspek Kinerja DPRD
Interpretasi Kritis Keistimewaan Yogyakarta	Kumpulan tulisan media cetak	Kurang netral, cenderung kritis terhadap Keistimewaan - DIY	Cenderung subyektif, opini pribadi
Peran Ruang Publik FISIP UI 2009	Adi Darmawan	Munculnya Tuntutan Bentuk Pemerintahan	Diketahuinya arah aspirasi masyarakat

		Monarki (non demokratis) dan Tuntutan Demokratisasi. Fokus pada Life World (Civil Society), mencoba melihat Keistimewaan DIY secara komprehensif dengan proposisi-proposisi yang ada dalam konsep Ruang Publik	DIY baik yang Mendukung maupun yang menolak keistimewaan
--	--	--	--

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma Konstruksionis. Konsep konstruksionisme ini diperkenalkan oleh seorang sosiolog intepretatif, Peter L. Berger. Lalu bersama Thomas Luckman Ia banyak menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas.

Tesis utama Berger berkisar pada hakikat manusia dan masyarakat, di mana menurutnya masyarakat adalah produk dari manusia, namun masyarakat ini secara terus menerus mempunyai aksi kembali terhadap manusia (pembuatnya). Sehingga manusia pun adalah produk masyarakat. Dalam hal ini terjadi proses dialektis.

Menurut Berger dan Luckman, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Konstruksi sosial menurut mereka, tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. (dalam Alex Sobur/Analisis Teks Media/ 2006 : 91).

Mengenai proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi, dalam bukunya Analisis Framing, Eriyanto 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 di mana 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 aktivitas yang berada di luar 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. (Eriyanto, 2002 : 14-15)

Kemudian sebagaimana dikutip Eriyanto, Berger memandang bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas itu dengan konstruksinya masing-masing.

Ketika masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman ini memiliki kemandulan dan ketajaman atau dengan kata lain mampu menjawab perubahan zaman, karena masyarakat transisi - modern di Amerika Serikat telah habis dan berubah menjadi masyarakat modern dan postmodern, dengan demikian hubungan-hubungan sosial antarindividu dengan kelompoknya, pimpinan dengan kelompoknya, orang tua dengan anggota keluarganya menjadi sekunder - rasional. Hubungan-hubungan sosial primer dan semi - sekunder hampir tak ada lagi dalam kehidupan masyarakat modern dan postmodern. Maka, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman menjadi tidak bermakna lagi.

Di dalam buku yang berjudul, *Konstruksi Sosial Media Massa; Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi hal yang substansial dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Artinya, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. Substansi “konstruksi sosial media massa” adalah pada

sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial yang berlangsung sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori, dan opini massa cenderung sinis.

Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas”. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya melalui proses.

Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi.

Ada tiga hal penting dalam tahap atau proses persiapan materi konstruksi, yaitu:

- (a) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan penggandaan modal. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya, ideologi mereka adalah membuat media massa laku di masyarakat.;
- (b) Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk “menjual berita” dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis;
- (c) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun, akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, walaupun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

2. Tahap sebaran konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real-time*. Media elektronik memiliki konsep *real-time* yang berbeda dengan media cetak. Karena sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real-time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Namun bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan *real-time* terdiri dari beberapa konsep hari, Minggu, atau bulan, seperti harian, mingguan, dan bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real-time* yang tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

3. Tahap pembentukan konstruksi

(a) Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung. Pertama, konstruksi realitas membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai suatu realitas kebenaran. Kedua, kesediaan di konstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya di konstruksi oleh media massa. Ketiga, menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan.

(b) Tahap pembentukan konstruksi citra Konstruksi citra yang dimaksud bisa berupa bagaimana konstruksi citra pada sebuah pemberitaan ataupun bagaimana konstruksi citra pada sebuah iklan. Konstruksi citra pada sebuah pemberitaan biasanya disiapkan oleh orang-orang yang bertugas di dalam redaksi media massa, mulai dari wartawan, editor, dan pimpinan redaksi. Sedangkan konstruksi citra

pada sebuah iklan biasanya disiapkan oleh para pembuat iklan, misalnya copywriter. Pembentukan konstruksi citra ialah bangunan yang diinginkan oleh tahap-tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model, yakni model good news dan model bad news. Model good news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model bad news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan.

4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akun bilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Lebih jelasnya, mari kita simak pandangan kaum konstruksionis terhadap media, wartawan, dan berita, seperti yang dipaparkan Eriyanto, yakni :

Pertama Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Di sini 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 mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini 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, di mana pekerjaannya bukan sebatas melaporkan sebuah fakta, tapi juga turut mengonstruksi fakta yang didapatkannya untuk kemudian dijadikan berita.

Keenam, Etika, 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 subjektivitas dan penilaian atas fakta membuat wartawan memiliki posisi untuk terlibat dalam penuangan unsur moral, etika juga keberpihakan ketika ia mengonstruksi realitas.

Ketujuh, 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.

1.5.3. Sembilan Elemen Jurnalisme

Jurnalisme hadir untuk membangun masyarakat. Jurnalisme ada untuk memenuhi hak-hak warga negara. Jurnalisme ada untuk demokrasi. Tapi tujuan utama dari jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup bebas dan mengatur diri sendiri.

Elemen pertama dalam sembilan elemen jurnalistik adalah kewajiban jurnalisme terhadap kebenaran. Saat pers modern mulai terbentuk bersama dengan kelahiran teori demokrasi, janji untuk berlaku jujur dan akurat, dengan cepat jadi bagian yang kuat dari pemasaran surat kabar yang paling awal. “kebenaran jurnalistik” ini adalah lebih dari sekedar akurasi. Pengejaran kebenaran tidak berat sebelah adalah yang paling membedakan dari bentuk komunikasi yang lain.

Jurnalisme aksis dalam konteks sosial. Warga sebagai individu atau masyarakat sangat tergantung dari laporan yang akurat dan dapat diandalkan tentang peristiwa yang terjadi. Jurnalisme harus dan bisa mengejar kebenaran di dalam pengertian yang bisa masyarakat jalankan dari hari ke hari. Memahami kebenaran jurnalistik adalah sebuah proses menuju pemahaman yang sebenarnya lebih membantu dan realistis.

Elemen kedua adalah loyalitas jurnalisme adalah untuk masyarakat. Jurnalisme bekerja untuk warga. Komitmen kepada warga lebih besar ketimbang egoisme profesional. Kesetiaan kepada warga ini adalah makna dari yang kita sebut independensi jurnalistik. Sayangnya komersialisme yang melanda perusahaan-perusahaan media membuat wartawan bingung tentang loyalitas mereka. Sebenarnya pemilik perusahaan media harus mendahulukan warga. Merekalah yang sering memilih dan memutuskan kualitas berita. Para pemilik perusahaan media perlu mengomunikasikan standar yang jelas kepada wartawan dan publik. Elemen ketiga adalah intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Disiplin verifikasi adalah ihwal yang memisahkan jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi, atau seni. Hanya jurnalisme yang sejak awal berfokus untuk menceritakan apa yang terjadi setepat-tepatnya. Tapi hal ini dapat menghilangkan

makna objektivitas karena disiplin verifikasi sangat bersifat pribadi dan begitu sering secara serampang dikomunikasikan.

Elemen keempat adalah praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita. Hal ini berlaku bahkan pada mereka yang bekerja di ranah opini, kritik, dan komentar. Independensi semangat dan pikiran inilah, dan bukannya netralitas, yang harus diperhatikan sungguh-sungguh oleh wartawan. Independensi semangat bahkan menjangkau penulisan opini yang tidak ideologis. Persoalan independensi tidak terbatas pada ideologi. Saat wartawan menjadi lebih terlatih, berpendidikan lebih tinggi, dan dalam banyak hal mendapatkan bayaran lebih baik, maka munculah komplikasi lain tentang independensi.

Elemen kelima dalam sembilan elemen jurnalisme adalah jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan prinsip ini sering disalahpahami, bahkan oleh wartawan. Prinsip anjing penjaga (*wacthdog*) ini tengah terancam dalam jurnalisme dewasa ini oleh penggunaannya yang berlebihan, dan oleh peran anjing penjaga palsu yang lebih ditunjukkan untuk menyajikan sensasi ketimbang pelayan publik. Lebih serius lagi, peran anjing penjaga terancam oleh jenis baru konglomerasi perusahaan, yang secara efektif bisa merusak independensi yang dibutuhkan pers untuk menjalankan peran pemantauan mereka. Prinsip anjing penjaga bermakna tak sekedar memantau pemerintahan, tapi juga meluas hingga pada semua lembaga yang kuat di masyarakat. Elemen keenam adalah jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat. Fungsi forum pers ini bisa menghasilkan demokrasi bahkan di negara besar sekalipun. Caranya adalah mendorong sesuatu yang disebut dasar bangunan demokrasi yaitu kompromi, kompromi, kompromi. Jurnalisme harus menyediakan sebuah forum untuk kritik dan kompromi publik. Diskusi publik harus dibangun di atas prinsip-prinsip yang sama sebagaimana hal lain dalam jurnalisme.

Elemen ketujuh adalah jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting menarik dan relevan. Ketika orang bicara tentang membuat berita menjadi enak dibaca dan relevan, diskusi menjadi dialektis. Jurnalisme adalah mendongeng dengan sebuah tujuan. Tujuannya adalah menyediakan informasi

yang dibutuhkan orang dalam memahami dunia. Tantangannya adalah menemukan informasi yang orang butuhkan dan membuatnya bermakna, relevan, dan enak disimak. Dengan kata lain, tanggung jawab wartawan adalah bukan sekedar menyediakan informasi, tapi menghadirkan sedemikian rupa sehingga orang tertarik untuk menyimak.

Elemen kedelapan adalah jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional. Jurnalisme adalah kartografi modern. Ia menghasilkan sebuah peta bagi warga untuk mengarahkan persoalan masyarakat. Itulah manfaat dan alasan ekonomi kehadiran jurnalisme. Konsep kartografi membantu menjelaskan apa yang menjadi tanggung jawab jurnalisme. Nilai jurnalisme tergantung pada kelengkapan dan proporsionalitas. Mengumpamakan jurnalisme sebagai peta membantu kita melihat bahwa proporsi dan komprehensivitas menjadi kunci akurasi.

Elemen terakhir adalah praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka. Setiap wartawan, dari redaksi hingga dewan direksi harus mempunyai rasa etika dan tanggung jawab sosial. Terlebih lagi, mereka mempunyai rasa tanggung jawab untuk menyuarakan sekuat-kuatnya hati nurani mereka dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Agar hal ini dapat terwujud, keterbukaan redaksi adalah hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip sembilan elemen jurnalistik.

Perbincangan mengenai politik media atau politisasi media tidak dapat dilepaskan dari beberapa konsep dasar ideologi yang berkaitan dengan media, terutama konsep hegemoni (hegemony). Hegemoni, dalam pengertian tradisionalnya diartikan sebagai sistem kekuasaan atau dominasi politik. Istilah tersebut dalam tradisi Marxisme diperluas ke arah pengertian hubungan kekuasaan di antara kelas-kelas sosial, khususnya kelas berkuasa (ruling class). Tampak di sini bahwa istilah hegemoni digunakan untuk menjelaskan kekuasaan politik.

Adalah Antonio Gramsci yang mengembangkan pengertian hegemoni secara lebih luas, sehingga ia tidak hanya digunakan untuk menjelaskan relasi antar

kelas-kelas politik (*ruling class/ruled class*), akan tetapi relasi-relasi sosial yang lebih luas, termasuk relasi komunikasi dan media. Konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan (*force*), akan tetapi yang lebih penting, lewat kepemimpinan intelektual dan moral (*intellectual and moral leadership*). Menurut Gramsci, dominasi kekuasaan diperjuangkan, di samping lewat kekuatan senjata, tetapi juga melalui penerimaan publik (*public consent*), yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui apa yang disebut sebagai mekanisme opini publik (*public opinion*), khususnya melalui media massa (koran, tv, dan sebagainya). Oleh sebab itu pembentukan opini publik merupakan hal yang sangat sentral dalam prinsip hegemoni, yang untuk itu diperlukan mediasi berupa ruang publik (*public sphere*).

Pada dasarnya teks media massa bukan realitas yang bebas nilai. Pada titik kesadaran pokok manusia, teks selalu memuat kepentingan. Teks pada prinsipnya telah diambil sebagai realitas yang memihak. Tentu saja teks dimanfaatkan untuk memenangkan pertarungan ide, kepentingan atau ideologi kelas tertentu. Pada titik tertentu, pada diri teks media sudah bersifat ideologis (Littlejohn, 2002:217).

Hubungan media massa dengan ideologi, menurut Althusser, adalah bahwa media dalam konteks ideologi modern akan banyak berperan sebagai *ideological state apparatus* (Eriyanto, 2001:87-102). Dengan demikian, media massa berfungsi sebagai ranah dan dasar pembenaran praktek represi yang dilakukan negara kepada para warganya. Setidaknya ada beberapa hal yang dipertimbangkan dalam memahami hubungan ideologi dengan media. Pertama, ideologi tidak terdiri dari konsep yang terpisah dan terisolasi secara sosial. Ideologi mengartikulasikan elemen atau unsur yang berbeda menuju perbedaan makna.

Kedua, status ideologis selalu dibuat secara individual tapi ideologi sendiri tidak selalu produk kesadaran individual. Hal ini berarti bahwa ideologi sudah ada sebelum individu ada. Ideologi bersifat aktif dalam masyarakat. Proses transformasi ideologi merupakan proses kolektif. Proses ideologisasi lebih banyak berlangsung secara tidak sadar.

Ketiga, ideologi bekerja melalui konstruk sosial untuk posisi subyek individual dan kolektif dari keseluruhan identifikasi dan pengetahuan yang ditransmisikan dalam nilai-nilai ideologis.

Pertimbangan penting dari konsep dominasi ideologis pada tiga poin tersebut adalah teori yang menyatakan realitas hegemoni. Dari sekian banyak teori hegemoni, teori hegemoni Antonio Gramsci mempunyai kedudukan yang penting. Gramsci membangun teori yang menyatakan bagaimana akseptasi kelompok yang didominasi oleh dan dengan keberadaan kelompok dominan. Proses akseptasi tersebut berlangsung dalam proses yang damai tanpa represi kekerasan. Ini berarti bahwa proses kekuasaan dan dominasi tidak hanya bersifat material tapi juga bersifat kultural (*immaterial*). Dominasi yang bersifat immaterial tersebut meliputi perluasan dan pelestarian “ketaatan sukarela” dari kelompok yang didominasi oleh kelas elit penguasa melalui pemanfaatan kekuasaan intelektual, moral dan politik. Melalui hegemoni, penyebaran (distribusi) ide, nilai, *belief system*, dipenetrasikan secara “seakan-akan wajar”. Dalam arti tertentu, ideologi yang hegemonik mengandaikan percampuran dengan praksis sosial.

Dominasi dan hegemoni memerlukan pertimbangan kedua, yaitu legitimasi. Legitimasi adalah wewenang keabsahan individu atau kelompok tertentu memegang mandat kekuasaan. Keabsahan di sini selalu diartikan sebagai sifat normatif. Mempertanyakan keabsahan wewenang kekuasaan berarti memperbandingkan wewenang dengan norma. Apabila sesuai dengan norma yang berlaku, maka wewenang itu sah, apabila tidak, wewenang itu tidak sah.

Legitimasi mempunyai tiga kriteria pokok. Pertama adalah legitimasi sosiologis, yaitu legitimasi mekanisme motivatif yang membuat masyarakat menerima wewenang penguasa atau elite dominatif. Kedua adalah legitimasi legalitas, yaitu legitimasi kesesuaian kekuasaan dengan hukum yang disepakati dan berlaku. Ketiga adalah legitimasi etis, yang mempersoalkan kewenangan dan keabsahan wewenang kekuasaan politik dari segi norma-norma moral. Menurut David Barrat sebagaimana dikutip Ignatius Haryanto, media adalah instrumen elit untuk menyebarkan ideologi dominan. Media dan berita media massa adalah subjek

yang mengonstruksi realitas melalui simbol dan pemaknaan yang dibuat oleh media massa, lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakannya.

Pada era globalisasi saat ini, imperialisme media meliputi dimensi ekonomi, ideologi, politik dan kultural. Di sini media menjadi ajang bagi para produser isi media untuk menggunakan komodifikasi nilai-nilai yang layak diperjualbelikan dalam pasar yang kompetitif. Dapat dikatakan hal tersebut bersifat tendensius baik secara ekonomis maupun sosiokultural. Dalam konteks Indonesia muncul intervensi yang berlebihan dari Pemerintah dalam wilayah-wilayah ekonomi, politik, sosial yang dapat menimbulkan efek negatif di masyarakat. Seperti penguasaan berlebihan atas faktor produksi dan sumber daya alam. Dalam kondisi demikian, ketika terjadi manipulasi birokrasi, dan korupsi oleh negara, ada usaha rekayasa sistematis terhadap sumber daya oleh kalangan elit-elit tertentu. Contoh yang relevan dalam kajian makalah ini adalah intervensi negara dalam regulasi tentang pornografi di Indonesia.

Menjadi pertanyaan, siapa pengendali isi media massa, sehingga menjadi berpihak? Pertanyaan berikutnya, bisakah media massa netral dalam menyikapi isu tertentu? Tulisan ini mencoba menganalisa dari perspektif kajian media massa. Media massa mempunyai peran strategis dalam tatanan masyarakat. Media massa mampu membentuk suatu struktur masyarakat tertentu, mendukung suatu ideologi atau ajaran tertentu. Proposisi ini dapat kita lihat dari fenomena gencarnya penyajian berita-berita tentang tari pendet, lagu terang bulan, dan ganyang Malaysia. Media sebagai suatu institusi sosial memiliki kepentingan tertentu, yang terkandung dalam visi dan misi pendiriannya. Visi dan misi ini menentukan cara pandang dalam mengumpulkan, mengolah, dan mengungkapkan fakta atau pendapat dari sumber yang dikomunikasikan kepada khalayak. Dengan demikian, media hanyalah sebagai alat mengonstruksi kepentingan tertentu untuk melegitimasi kekuasaan, baik dalam bidang politik, ekonomi, budaya maupun religius. Dari semua legitimasi kekuasaan tersebut, yang paling tampak dalam bidang politik serta ekonomi.

Alat Hegemoni Kekuasaan, kenyataan menunjukkan, media sering menjadi alat kekuasaan penguasa atau pengusaha. Oleh penguasa, media digunakan sebagai alat propaganda, penetrasi budaya, dan sosialisasi tentang penyelenggaraan kekuasaan politik, sehingga tidak heran kerja sama kepentingan politik sering terjadi antara elite politik dengan organisasi kepemilikan media massa. Kolaborasi ini untuk membangun struktur masyarakat, sebagaimana yang mereka inginkan dalam rangka melanggengkan kekuasaan.

Kenyataan ini terjadi di seluruh dunia. Hanya perwujudannya berbeda. Di negara otoriter atau negara junta militer kegiatan media massa di bawah todongan senjata. Sedangkan di negara demokratis pemilik media massa turut serta dalam penentuan kebijakan kekuasaan politik. Di Indonesia, misalnya, saat ini terjadi kolaborasi antara penyelenggaraan kekuasaan politik dengan pemilik media, sehingga tidak heran jika pemilik media massa menjadi pengurus partai politik tertentu. Bahkan pemilik media massa juga memegang kekuasaan politik, seperti menteri. Selain itu, media massa boleh menjadi pendukung suatu partai atau kandidat pemegang kekuasaan politik. Pesan yang disajikan cenderung menumbuhkan citra positif dari program partai atau kandidat.

Dalam konteks komunikasi hal ini dikenal sebagai agenda setting. Media massa mempunyai agenda tertentu dalam menyajikan pesan, baik dari sudut kuantitatif yaitu frekuensi dan durasi pemuatan, maupun dari sudut kualitatif, seperti, pendalaman dan penekanan materi pesan.

Dalam bidang kekuasaan ekonomi, boleh jadi pengusaha mengelola media massa dengan prinsip bisnis semata. Bagi pengusaha, media massa digunakan untuk mencari keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara, institusi media dikelola secara dengan prinsip bisnis. Pada situasi ini, media massa dijalankan berlandaskan hukum ekonomi, yakni pengeluaran sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Bahkan mungkin mengesampingkan tanggung jawab sosial. Efisiensi menjadi suatu hal mutlak.

Di republik Indonesia ini, apa saja bisa dijadikan bahan berita. Tak ada lagi yang tabu di mata media. Semuanya bisa dibuat “telanjang”. Berbeda dengan

tetangga kita Malaysia. Kasus narkoba dan prostitusi begitu marak di wilayah perbatasan, tetapi sangat jarang media setempat mengangkat kasus itu sebagai materi pemberitaan. Artinya, ada “sesuatu” yang mereka jaga bersama atas nama kepentingan harkat dan martabat bangsa. Sepenting apapun, ketika ia berhadapan dengan kepentingan harkat dan martabat bangsa, maka ia harus “mengalah”.

Kejadian yang disajikan televisi dianggap sebagai representasi keadaan sesungguhnya di masyarakat. Hal ini pernah dialami oleh Indonesia menjelang runtuhnya pemerintah orde baru. Media massa dalam dan luar negeri mem-blow up tentang ketidak amanan di Jakarta, khususnya di wilayah Gedung DPR. Dari sajian media tersebut seolah-olah seluruh wilayah Jakarta sudah tidak aman. Padahal pada saat itu di beberapa wilayah, bahkan sebagian besar wilayah Jakarta masih aman.

Kemampuan lain media massa adalah menimbulkan efek langsung dan tidak langsung. Informasi kemacetan jalan yang disiarkan oleh stasiun radio, misalnya dapat membuat pengemudi kekerasan mengambil jalur lain. Berbagai program acara atau rubrik yang disajikan media massa mampu membawa khalayak pada kondisi yang terserang oleh peluru yang disajikan itu. Namun, yang paling penting adalah efek tidak langsung, sesuatu yang terasa perlahan, namun pasti. Khalayak tidak sadar bahwa perilaku kesehariannya adalah proses peniruan (*social learning*) secara perlahan dari sajian pesan media massa.

Dengan demikian, siapa yang mengendalikan pesan media massa dapat pula mengendalikan opini publik. Siapa yang mengendalikan opini publik dia pun akan memiliki kekuasaan. Hal ini berlaku dalam satu negara, hubungan bilateral, dan hubungan internasional atau global. Khususnya pada hubungan global, pengendalian media massa sangat penting untuk menanamkan pengaruh global pada berbagai sektor kehidupan. Negara yang memiliki pengaruh global akan menikmati kekayaan dunia lebih besar dibanding dengan negara yang tidak memiliki pengaruh global.

Berita adalah rekonstruksi peristiwa, dan peristiwa adalah konstruksi sosial - historis. Dengan kata lain, fakta (hasil observasi inderawi) pun merupakan konstruksi sosial - historis, bukan sesuatu yang *given*.

Proses rekonstruksi peristiwa yang dilakukan oleh wartawan adalah proses yang sangat subjektif. Proses melalui persepsi wartawan, yang dipengaruhi oleh kerangka acuan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*). Itulah sebabnya, satu peristiwa yang sama akan menjadi berita yang berbeda-beda karena ditulis oleh wartawan yang berbeda. Jadi, berita itu subjektif!

Dalam konteks berpikir seperti itulah, terlalu naif kalau kita kemudian menuntut revisi UU 40/1999 dengan alasan pers tidak objektif, berita tidak netral. Tidak ada berita yang netral!.

Berita sangat dipengaruhi oleh subjektivitas wartawan, juga dipengaruhi oleh dominasi ideologi yang berkembang, termasuk ideologi media. Menurut Denis McQuail (*Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*, 1992:82), ada faktor luar dan faktor dalam yang memengaruhi. Termasuk faktor luar adalah investor, kelompok penekan (*pressure group*), pemerintah, dan institusi sosial - politik. Faktor dalam: narasumber, pemilik media, pemasang iklan, dan khalayak/pembaca.

Objektivitas adalah dimensi, bukan nilai, sehingga ada gradasi di dalamnya. Kita hanya dapat menakar kadar objektivitas suatu berita, tetapi tidak dapat mengategorikannya secara dikotomis: objektif atau tidak objektif.

Berita merupakan cerminan realitas media yang belum tentu cocok dengan realitas sosial. Terlalu naif kalau kita menyatakan bahwa berita adalah potret fakta karena wartawan tidak mungkin bebas nilai ketika merekonstruksi peristiwa. Wartawan hanya dapat berusaha mendekatkan berita dengan realitas sosial. Dalam konteks itulah dapat dilihat kadar objektivitas tersebut, sejauh mana kedekatan dengan realitas sosial.

Dalam bingkai pemikiran seperti itulah, pers harus berpihak, tidak berpretensi bahwa dirinya adalah entitas objektif yang hidup dalam ruang hampa.

Bingkai pemikiran itu didasari oleh paradigma baru komunikasi transaksional, ketika pesan diinterpretasikan bersama-sama oleh komunikator dan komunikan. Berbeda dari paradigma komunikasi transmisi yang seolah-olah komunikator dengan mudahnya menginterpretasikan dan menyampaikan pesan/informasi kepada komunikan. Paradigma baru tidak menuntut kesamaan interpretasi, sejalan dengan arus reformasi yang membuka ruang bagi demokratisasi. Dalam ranah itulah, pers menemukan posisinya sebagai ruang publik (*public sphere*).

Cara pandang positivistik yang percaya bahwa berita adalah objektif - netral justru akan membodohi masyarakat. Biarlah pers tidak objektif, dan biarlah masyarakat menginterpretasikan berita sesuai dengan kerangka acuan dan lingkup pengalaman. Justru dalam kerangka itulah akan muncul pencerahan, pendewasaan, dan pemberdayaan masyarakat.

Pers harus berpihak! Persoalannya adalah, berpihak kepada siapa? Dalam konteks itulah komitmen pers terhadap kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara akan diuji.

1.5.4. Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence Theory*)

Elizabeth Noelle-Neumann (seorang profesor meritus penelitian komunikasi dari Institute fur Publizistik Jerman) adalah orang yang memperkenalkan teori spiral keheningan/kesunyian ini. Teori ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1984 melalui tulisannya yang berjudul *The Spiral of Silence*. Secara ringkas teori ini ingin menjawab pertanyaan, mengapa orang-orang dari kelompok minoritas sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat dan pandangannya ketika berada dalam kelompok mayoritas?

Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa seseorang sering merasa perlu menyembunyikan “sesuatu”-nya ketika berada dalam kelompok mayoritas. Bahkan orang-orang yang sedang berada dalam kelompok mayoritas sering merasa perlu untuk mengubah pendiriannya. Sebab, kalau tidak mengubah pendiriannya ia akan merasa sendiri. Ini bisa diamati pada individu yang menjadi

masyarakat pendatang di suatu kelompok tertentu. Ia merasa perlu diam seandainya pendapat mayoritas bertolak belakang dengan pendapat dirinya atau kalau pendapat itu tidak merugikan dirinya, bahkan ia sering merasa perlu untuk mengubah pendirian sesuai dengan kelompok mayoritas di mana dia berada.

Kajian Noelle - Neumann ini menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial. Sebagaimana kita ketahui, opini publik sebagai sebuah isu kontroversial akan berkembang pesat manakala di kemukakan lewat media massa. Ini berarti opini publik orang-orang juga dibentuk, disusun, dikurangi oleh peran media massa. Jadi ada kaitan erat antara opini dengan media massa. Opini yang berkembang dalam kelompok mayoritas dan kecenderungan seseorang untuk diam (sebagai basis dasar teori spiral kesunyian) karena dia berasal dari kelompok minoritas juga bisa dipengaruhi oleh isu-isu dari media massa.

Dalam hal Rencana Undang-Undang Keistimewaan - Daerah Istimewa Yogyakarta (RUUK - DIY), maka masyarakat Yogyakarta marah dan kecewa terhadap pernyataan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono di depan sidang kabinet bahwa sistem monarki yang dilaksanakan di dalam Pemerintah DIY tidak bisa ditabrakkan dengan nilai-nilai demokrasi. Masyarakat Yogyakarta secara bergelombang mendatangi sidang rakyat yang digelar oleh DPRD Propinsi DIY. Rasa jengkel masyarakat tersebut menandai bahwa selama ini pemerintah FDIY di bawah kepemimpinan Gubernur Sultan Hamengku Buwono dan Wakil Gubernur Paku Alam bertindak demokratis.

Yogyakarta sejak Sultan Hamengku Buwono IX tidak pernah memperlihatkan sikap otoriter, sebaliknya sikap Sultan dikenal di kalangan luas sangat demokratis. Wartawan senior Alm H. Rosihan Anwar menulis dalam buku Tahta Untuk Rakyat

“....Saya tidak ingat lagi kapan dan bagaimana saya sampai menyebut ‘Bung’ saja untuk kata diri Sultan. Dan rupa-rupanya Sultan Hamengku Buwono IX menganggap sikap saya itu wajar pula. Dia tidak keberatan saya panggil sebagai ‘Bung’. Juga kalau saya berbicara dengan Sultan, percakapan itu biasanya dilakukan dalam bahasa Indonesia bercampur bahasa Belanda, tidak pernah

dalam bahasa Jawa. Jadi segalanya sesuatu berlangsung secara demokratis....”

Bukti lain adalah ketika secara internal dalam Kerajaannya, Sultan HB IX menghapus kedudukan Pepati Dalem agar dapat langsung berkomunikasi dengan rakyat tanpa melalui perantara. Padahal lembaga Pepati Dalem itu ada sejak HB I. Peristiwa lain ditunjukkan oleh Sultan HB IX mengeluarkan maklumat No.7/1945 tentang Pembentukan Perwakilan Rakyat Kelurahan yang dinyatakan mulai berlaku pada tanggal 6 Desember 1945. Maklumat itu isinya memerintahkan supaya di setiap kelurahan di DIY dibentuk Dewan Perwakilan Rakyat Kelurahan (dewan Kelurahan). Maklumat itu sangat bermakna bagi perwujudan kedaulatan rakyat.

Sementara di sebagian kalangan khususnya, beberapa dosen di Fisipol UGM ngotot untuk menyudahi monarki di pemerintahan DIY dengan opini Gubernur DIY dipilih rakyat secara langsung. Namun pendapat tentang monarki itu serentak berhenti ketika rakyat marah, turun ke jalan berbondong-bondong pergi ke DPRD DIY dan memasang spanduk-spanduk yang berbunyi “Ijab Kabul” atau “minggat” di setiap lorong-lorong jalanan di seluruh wilayah DIY.

1.5.5. Teori Agenda Setting

“The press may not be succesful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly succesful in telling its readers what to think about.”

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media kepada agenda publik. Teori Agenda Setting didasari oleh asumsi demikian. Teori ini sendiri dicetuskan oleh Profesor Jurnalisme Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Menurut McCombs dan Shaw, *“we judge as important what the media judge as important.”* Kita cenderung menilai sesuatu itu penting sebagaimana media massa menganggap hal tersebut penting. Jika media massa menganggap suatu isu itu penting maka kita juga akan menganggapnya penting. Sebaliknya, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri kita, bahkan menjadi tidak terlihat sama sekali.

Denis McQuail (2000: 426) mengutip definisi Agenda Setting sebagai *“process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur.”*

Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “the world outside and the pictures in our heads”. McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipman. Menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi agenda publik.

Awalnya teori ini bermula dari penelitian mereka tentang pemilihan presiden di Amerika Serikat tahun 1968. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa ada hubungan sebab - akibat antara isi media dengan persepsi pemilih.

McCombs dan Shaw pertama-tama melihat agenda media. Agenda media dapat terlihat dari aspek apa saja yang coba ditonjolkan oleh pemberitaan media tersebut. Mereka melihat posisi pemberitaan dan panjangnya berita sebagai faktor yang ditonjolkan oleh redaksi. Untuk surat kabar, headline pada halaman depan, tiga kolom di berita halaman dalam, serta editorial, dilihat sebagai bukti yang cukup kuat bahwa hal tersebut menjadi fokus utama surat kabar tersebut. Dalam majalah, fokus utama terlihat dari bahasan utama majalah tersebut. Sementara dalam berita televisi dapat dilihat dari tayangan *spot* berita pertama hingga berita ketiga, dan biasanya disertai dengan sesi tanya jawab atau dialog setelah sesi pemberitaan.

Sedangkan dalam mengukur agenda publik, McCombs dan Shaw melihat dari isu apa yang didapatkan dari kampanye tersebut. Temuannya adalah, ternyata ada kesamaan antara isu yang dibicarakan atau dianggap penting oleh publik atau pemilih tadi, dengan isu yang ditonjolkan oleh pemberitaan media massa.

McCombs dan Shaw percaya bahwa fungsi agenda - setting media massa bertanggung jawab terhadap hampir semua apa-apa yang dianggap penting oleh

publik. Karena apa-apa yang dianggap prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat.

Akan tetapi, kritik juga dapat dilontarkan kepada teori ini, bahwa korelasi belum tentu juga kausalitas. Mungkin saja pemberitaan media massa hanyalah sebagai cerminan terhadap apa-apa yang memang sudah dianggap penting oleh masyarakat. Meskipun demikian, kritikan ini dapat dipatahkan dengan asumsi bahwa pekerja media biasanya memang lebih dahulu mengetahui suatu isu dibandingkan dengan masyarakat umum.

News doesn't select itself. Berita tidak bisa memilih dirinya sendiri untuk menjadi berita. Artinya ada pihak-pihak tertentu yang menentukan mana yang menjadi berita dan mana yang bukan berita. Siapakah mereka? Mereka ini yang disebut sebagai “*gatekeepers.*” Di dalamnya termasuk pemimpin redaksi, redaktur, editor, hingga jurnalis itu sendiri.

Dalam dunia komunikasi politik, para calon presiden biasanya memiliki tim media yang disebut dengan istilah ‘*spin doctor.*’ Mereka berperan dalam menciptakan isu dan mempublikasikannya melalui media massa. Mereka ini juga termasuk ke dalam ‘*gatekeeper*’ tadi.

Setelah tahun 1990-an, banyak penelitian yang menggunakan teori agenda-setting makin menegaskan kekuatan media massa dalam mempengaruhi benak khalayaknya. Media massa mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya. Media mampu mempengaruhi tentang apa saja yang perlu kita pikirkan. Lebih dari itu, kini media massa juga dipercaya mampu mempengaruhi bagaimana cara kita berpikir. Para ilmuwan menyebutnya sebagai *framing*.

McCombs dan Shaw kembali menegaskan kembali tentang teori agenda setting, bahwa “*the media may not only tell us what to think about, they also may tell us how and what to think about it, and perhaps even what to do about it*” Bagaimana media menentukan agenda (content), Reese dan Shoemaker (1996) dalam bukunya *Mediating the Message* mengatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi *content* sebuah media. Faktor-faktor tersebut antara lain,

individual level, media routine level, organizational level, extramedia level (kondisi ekonomi, sosial budaya, teknologi) dan *ideological level*.

Pada tingkat individu (*individual level*), kata Reese dan Shoemaker para pekerja media merupakan faktor dominan yang mempengaruhi isi sebuah media.. Pertama, karakteristik komunikator serta latar belakang pribadi ini ditentukan oleh tingkat pendidikan jurnalis. Kenyataan menunjukkan bahwa jurnalis yang memiliki tingkat pendidikan yang baik mampu mempengaruhi isi media. Pendidikan para jurnalis (termasuk latar belakang dan karakternya) dapat mempengaruhi cara mereka melihat dunia, berpotensi dalam mempengaruhi pada apa yang di pilih untuk di laporkan dan bagaimana hal tersebut dilaporkan.

Kedua, pengaruh-pengaruh dari tingkah laku/sikap dan keyakinan komunikator. Perilaku yang dimiliki jurnalis memiliki akibat dari latar belakang atau pengalaman pribadi, misalnya, sikap politik atau keyakinan agama. Ketiga, mengenai orientasi kerja dan peran komunikator, contohnya apakah jurnalis merasa sebagai transmitter netral dari peristiwa atau berpartisipasi aktif dalam gender dan suku) latar belakang dan pengalaman pribadi mereka (misalnya, pendidikan agama dan status sosial ekonomi orang tua). Tidak hanya membentuk sikap nilai dan keyakinan komunikator tetapi juga mengarahkan, menunjukkan latar belakang dan pengalaman kerja para komunikator: misalnya apakah komunikator mengambil bidang jurnalistik atau sekolah film. Pengalaman-pengalaman kerja tersebut kemudian membentuk peran dan etika kerja komunikator.

Menurut Reese dan Shoemaker peran dan etika kerja ini memiliki efek langsung terhadap isi media, sementara sikap, nilai dan keyakinan pribadi berpengaruh secara tidak langsung; berpengaruh pada tingkat tertentu bahwa individu memegang kekuasaan dalam organisasi media yang cukup untuk mengesampingkan nilai-nilai profesional dan atau pekerjaan organisasi.

Tidak ada pengaruh langsung dari karakteristik, faktor latar belakang, dan pengalaman komunikator terhadap isi media, namun isi dapat dipengaruhi pada hal tertentu bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh baik pada sikap dan peran

pribadi maupun profesional. Peran dan etika kerja komunikator memiliki pengaruh lebih besar dibanding sikap, nilai, dan keyakinan mereka. Bagian peran jurnalis profesional tidak hanya tekanan sikap, nilai, dan keyakinan

Pelaksanaan pribadi dalam organisasi media massa akan lebih berkuasa dibanding pengaruh yang dimiliki komunikator. Bahkan kekuasaan penerbit dan pemilik media dapat dibatasi oleh dewan redaksi, audiens, dan pemasang iklan. Namun demikian komunikator yang tidak memiliki manajerial pun terkadang mampu mempengaruhi isi.

Faktor lain adalah pekerjaan atau rutinitas. Pekerjaan atau rutinitas (media routines level) memiliki pengaruh penting terhadap produk isi secara simbolik. Rutinitas tersebut membentuk lingkungan dekat yang mana para pekerja media perseorangan melaksanakan pekerjaannya Rutinitas-rutinitas tersebut sama sekali tidak dapat dipisahkan. Rutinitas pekerjaan yang berhubungan dengan kabar berita

1.5.6. Empat Teori Pers

Pers selalu mengambil bentuk dan warna struktur-struktur sosial politik di dalam mana ia beroperasi. Terutama, pers mencerminkan sistem pengawasan sosial dengan mana hubungan antara orang dan lembaga diatur. Orang harus melihat pada sistem-sistem masyarakat di mana per situ berfungsi. Untuk melihat sistem-sistem sosial dalam kaitan yang sesungguhnya dengan pers, orang harus melihat keyakinan dan asumsi dasar yang dimiliki masyarakat itu : hakikat manusia, hakikat masyarakat dan Negara, hubungan antar manusia dengan Negara, hakikat pengetahuan dan kebenaran. Jadi pada akhirnya perbedaan pada sistem pers adalah perbedaan filsafat.

Pertama, Teori Pers Otoritarian, Kedua, Teori Pers Libertarian Ketiga, Teori Pers Tanggung jawab Sosial Keempat, Teori Pers Soviet Komunis

Teori Pers Tanggung jawab Sosial

Teori ini diberlakukan sedemikian rupa oleh beberapa sebagian pers. Teori Tanggung jawab sosial punya asumsi utama : bahwa kebebasan, mengandung di dalamnya suatu tanggung jawab yang sepadan; dan pers yang telah menikmati kedudukan terhormat dalam pemerintahan Amerika Serikat, harus bertanggung jawab kepada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern. Asal saja pers tahu tanggung jawabnya dan menjadikan itu landasan kebijaksanaan operasional mereka, maka sistem libertarian akan dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Jika pers tidak mau menerima tanggung jawabnya, maka harus ada badan lain dalam masyarakat yang menjalankan fungsi komunikasi massa. Pada dasarnya fungsi pers di bawah teori tanggung jawab sosial sama dengan fungsi pers dalam teori Libertarian. Digambarkan ada enam tugas pers :

1. Melayani sistem politik dengan menyediakan informasi, diskusi dan perdebatan tentang masalah-masalah yang dihadapi masyarakat.
2. Memberi penerangan kepada masyarakat, sedemikian rupa sehingga masyarakat dapat mengatur dirinya sendiri.
3. Menjadi penjaga hak-hak perorangan dengan bertindak sebagai anjing penjaga yang mengawasi pemerintah.
4. Melayani sistem ekonomi dengan mempertemukan pembeli dan penjual barang atau jasa melalui medium periklanan,
5. Menyediakan hiburan
6. Mengusahakan sendiri biaya finansial, demikian rupa sehingga bebas dari tekanan-tekanan orang yang punya kepentingan.

1.5.7. Asumsi Penelitian

Tema penelitian ini muncul dari proses pembacaan berita RUUK - DIY yang begitu santer di harian *Kompas* bermula di bulan November 2010, menjadi lebih banyak lagi di bulan Desember 2010, dan baru agak menurun di bulan Januari 2011. Secara logika, koran lokal seperti Kedaulatan Rakyat, Bernas, atau

Yogya Pos, pantaslah mereka memberitakan RUUK - DIY secara luas karena pertimbangan proksimitas (proximity). Namun ini adalah koran Kompas yang sampai saat ini dianggap memiliki tiras terbesar di Indonesia demikian pula Kompas dikenal sebagai memiliki integritas tinggi dalam berbagai masalah sosial politik, ekonomi, dan kebudayaan.

Kompas dikenal sebagai surat kabar berskala nasional, bahkan internasional yang sering mendapatkan penghargaan di tingkat nasional dan internasional. Dengan landasan berpikir seperti itu maka setelah merenungkan sejenak munculnya berita-berita RUUK - DIY penulis memiliki asumsi sebagai berikut:

- a. Kompas memiliki cara pandang khusus atas dasar pengalaman sejarah orang per orang, pekerja media, pemilik, pemegang saham terhadap kehidupan warga DIY.
- b. Sebagian terbesar wartawan junior, senior, reporter, redaktur dan pemegang saham di Kompas berasal dari Yogya, atau pernah belajar/bekerja di Yogyakarta.
- c. Budaya Jawa mendominasi bentuk interaksi di antara pimpinan dan karyawan di Kompas.

Dari faktor-faktor tersebut penulis memiliki asumsi mengapa Harian Kompas begitu peduli terhadap RUUK - DIY adalah karena perasaan romantisme kehidupan di masyarakat Yogya yang kental kehidupan budayanya. Pemimpin Umum Kompas, Jacob Oetama meskipun bukan kelahiran Yogya tetapi kelahiran Borobudur (30 km dari Yogya), pernah menempuh studi jurnalistik di Fisipol UGM, orang tua Jacob pindah ke Sleman Yogyakarta. Wakil pemimpin Umum Kompas, St Sularto berasal dari Bantul Yogyakarta. Kompas Biro Yogya termasuk biro yang tertua di usia Kompas.

Praktek hidup di Yogya yang berbaur antara yang tradisional dan yang modern, bahkan posmodern, bahasa yang akrab antara bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa Inggris/Belanda. Romantika kehidupan seperti inilah yang dirasakan bagi mereka yang tinggal di Yogyakarta atau pernah tinggal di Yogyakarta, di mana perasaan keraton sebagai pemersatu masyarakat sulit ditinggalkan begitu

saja. Roh keraton melekat dalam setiap sendi kehidupan yang tidak mudah di lepaskan. Latar belakang dan situasi inilah yang menjadikan Kompas akrab dengan warga Yogya, lalu mendukung penetapan Sultan sebagai Gubernur dan Paku Alam sebagai wakil gubernur DIY.

1.6. Metoda Penelitian

1.6.1. Desain penelitian

Berdasar fokus penelitian dan subjek yang diteliti yaitu berita-berita tentang RUUK Keistimewaan Yogyakarta yang ada dimuat di Harian Kompas, maka jenis riset yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan konstruktivis.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma Konstruksionis. Konsep konstruksionisme diperkenalkan oleh seorang sosiolog intepretatif, Peter L. Berger. Lalu bersama Thomas Luckman. Ia banyak menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas.

Pemilihan tentang berita RUUK Yogyakarta diambil karena peneliti menganggap kasus ini menarik. Alasannya, pemerintah mengangkat isu lama. Padahal isu ini tak perlu diangkat lagi karena sebagian besar rakyat DIY telah setuju dengan penetapan Sultan Hamengku Buwono (HB) X dan Sri Paku Alam IX sebagai gubernur dan wakil gubernur melalui Sidang Paripurna DPRD DIY. Kedua, peneliti melihat RUUK DIY dimunculkan kembali oleh pemerintah untuk pengalihan isu korupsi Krakatau Steel dan Garuda. Diperkirakan, kelanjutan polemik RUUK DIY bisa panjang, karena terlihat bahwa masyarakat Yogyakarta akan tetap bertahan teguh pada pendiriannya.

Sedangkan pemilihan Harian *Kompas* sebagai media pemberitaan RUUK Daerah Istimewa Yogyakarta karena beberapa pertimbangan, antara lain: (1) Dibanding Koran nasional lain, Surat Kabar Kompas menunjukkan perhatiannya yang lebih melalui pemberitaan tentang RUUK –DIY, hal ini dapat dilihat dari jumlah pemberitaan serta penempatannya khususnya di bulan Desember 2010. ; (2) Meskipun harian lain memberitakan RUUK - DIY juga, Kompas sering

menjadi leader bagi harian atau media lain; (3) Informasi Kompas menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi banyak pihak, khususnya pemerintah pusat dan daerah.

1.6.2. Subjek Penelitian

Subyek Unit Analisis:

a. Teks berita

Yaitu teks berita tentang RUUK - DIY yang dimuat Harian Kompas pada periode 1 November 2010 sampai dengan 31 Januari 2011.

b. Struktur institusi media

Berupa sejarah, struktur, dan company profile Kompas Gramedia Group, serta Harian Umum Kompas

1.6.3. Jenis Data

Peneliti sebagai instrumen penelitian, dapat menyesuaikan cara pengumpulan data dengan masalah dan lingkungan penelitian, serta dapat mengumpulkan data yang berbeda secara serentak, serta memilih bentuk-bentuk data yang akan dicari dan dikumpulkan. Data dan bentuk data dibutuhkan untuk mengembangkan isu di dalam penelitian. Penentuan data yang dipilih disesuaikan dengan karakteristik kasus yang diteliti.

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah:

1. Data Primer merupakan data yang didapat dari teks berita tentang RUUK Yogyakarta, pandangan, penilaian wartawan dan masyarakat mengenai RUUK - Yogyakarta. Selanjutnya melakukan Analisis Wacana Kritis dan wawancara kepada pengelola Kompas, pakar, dan anggota masyarakat.
2. Data Sekunder merupakan data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang diperoleh baik dari dokumen, maupun

dari observasi langsung ke lapangan. Data sekunder tersebut antara lain berupa: (1) Wawancara dengan sumber-sumber yang berkompeten; (2) Data dari seperti buku, koran, majalah, jurnal dan sebagainya.

1.6.4. Sumber Data

Secara keseluruhan, data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Berita Tentang RUUK Yogyakarta
2. Visi, misi Harian Kompas
3. Lingkungan politik berupa UU Keistimewaan Yogyakarta

1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data pengamatan/observasi dan wawancara mendalam/*in-depth interviews* (Chaedar, 2002). Kedua metode/teknik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengumpulan dan dokumentasi berita-berita RUUK DIY di Harian Umum Kompas.
2. Wawancara mendalam (*in-depth interviews*)

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang didasarkan pada percakapan secara intensif dengan suatu tujuan tertentu. Wawancara dilakukan untuk mendapat berbagai informasi menyangkut masalah yang diajukan dalam penelitian. Wawancara dilakukan kepada responden yang dianggap menguasai masalah penelitian.

3. *Library research*

Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka atau (*library research*) dinilai sesuai untuk penelitian ini. Dalam banyak literatur, studi pustaka disejajarkan bahkan disamakan dengan beberapa istilah, seperti metode dokumenter (Gulo, 2003: 123), studi literatur, tinjauan literatur, serta studi dokumen atau studi record. *Record* hampir mirip dengan dokumen, namun

bersifat insidental dan hanya bisa didapatkan dari sumbernya jika peneliti menghendaki untuk melengkapi data (Moleong, 1988).

1.6.6. Analisis Dan Interpretasi Data

1.6.6.1. Teks Analisis Framing

Untuk menganalisis teks alat analisis framing model Gamson dan Modigliani digunakan. Framing adalah untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan wartawan ketika memilih isu dan memilih berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, apa yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan akan ke mana berita tersebut akan digiring. Framing juga merupakan salah satu jenis analisis yang dekat dengan ideologi suatu media. Konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses pemilihan dan menonjolkan aspek tertentu (*salience*). Dari realitas media Anman (1930); sudut pandang media akan memilih isu mana yang layak ditampilkan dan kemudian menonjol dalam isi beritanya. Dalam proses keputusan itu selalu ada permasalahan nilai dan ideologi yang dianut mulai dari wartawan sampai kepada penyunting.

Penonjolan kepada aspek tertentu (isu), merupakan cara untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, seterusnya lebih diingat oleh pembaca. Realitas yang disajikan – pemilihan dan penonjolan – kemungkinan lebih besar diperhatikan atau mempengaruhi pembaca dalam memahami suatu aspek. Dalam realitas teks itu Framing dijalankan dari media dengan memilih isu tertentu dan mengabaikan sio yang lain. Serta menonjolkan aspek dan isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi perbincangannya.

Dalam proses kerja penghasilan berita terdapat dua aspek yang perlu diberi perhatian”: Pertama, Dalam memilih fakta atau realitas. Ketika memilih persoalan, wartawan diasumsikan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih dan apa yang dibuang dan bagian mana yang ditekankan dalam realitas,

bagian mana yang dihilangkan? Akibatnya, pemahaman dan bangunan berita setiap media dapat berbeda. Kedua, Cara menuliskan fakta. Hal ini berhubungan dengan fakta yang dipilih dan dihidangkan kepada pembaca, dapat berupa perkataan, kalimat, pernyataan, foto, gambar, atau menggunakan kelengkapan seperti headline, model huruf, besar atau kecil, grafik dan sebagainya. Alat - alat situ semua berkaitan dengan penonjolan realitas untuk membuat makna tertentu dan diingat oleh pembaca (Eriyanto 2002:70).

Gagasan Gamson dan Modigliani mengenai framing media berasaskan pada pandangan sebuah frame mempunyai struktur internal di mana terdapat suatu pusat organisasi atau ide yang membuat peristiwa menjadi berarti dan menekankan suatu isu.

Sebuah frame umumnya menunjukkan dan menggambarkan rangkaian kedudukan (dalam Eriyanto 2002:223). Gamson dan Modigliani memandang frame cara berceritera atau rangkaian ide yang tersusun sedemikian rupa dan membentuk bangunan makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu perbincangan. Kedua pakar tersebut melihat perbincangan media terdiri dari sejumlah paket di mana bangunan terhadap suatu peristiwa diwujudkan. Paket itu merupakan skema atau struktur pemahaman yang dipakai oleh seseorang ketika membangun pesan yang disampaikan dan menafsirkan pesan yang ia terima (Gamson dan Modigliani: 1993 dalam Eriyanto: 2002)

Secara ringkas Gamson dan Modigliani (1993 dalam Eriyanto:2002) memandang framing sebagai paket yang mengandung bangunan makna atas peristiwa yang diberitakan paket merupakan rangkaian gagasan yang menunjukkan isu tertentu yang dibicarakan dan ditentang peristiwa yang dekat hubungannya dengan perbincangan yang terbentuk. Analisis framing dapat membantu untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa yang sama itu dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang berbeda.

Model Gamson dan Modigiani berasaskan kepada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media (berita dan tulisan lainnya) terdiri dari paket penafsiran yang mengandung bangunan makna tertentu. Di dalam paket

ini ada 2 struktur rangka utama (*koframe*) dan simbol peningkat. Rangka utama membantu penyampai informasi untuk menunjukkan isu penting yang sedang dibicarakan. Sedangkan struktur yang kedua mengandung substruktur yaitu: alat framing dalam (*framing device*) dan alasan-alasan atau (*reasoning device*). Alat framing mewujudkan simbolik seperti metafora, (merujuk pada perumpamaan atau pengandaian), katfarases (slogan yang harus dikerjakan), Eksemplar (mengaitkan bingkai dengan contoh, teori atau pengalaman pada masa lepas). Depiction (merujuk kepada yang berlawanan) *Visual image* (gambar-gambar yang mendukung bingkai secara keseluruhan) dan eufemisme (penghalusan arti). Alasan-alasan (*reasoning device*) terdiri dari *roots*, memperliat analisis sebab akibat, *appeal to principal* merupakan logika atau tuntutan moral dan konsekunsi adalah kesimpulan berpikir.

Frame

Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues

Framing Device Perangkat Framing	Reasoning Device Perangkat penalaran
Metaphors Perumpamaan dan pengandaian	Roots Analisis Kausal
Catchphrases Frase yang menarik kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	appeal to principal Premis dasar, kleim-kliem moral
Exemplaar Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teorei, perbandingan) yang memperjelas bingkai.	Consequences Efek atau konsekuensi yang dapat dicapai
Depiction Penggambaran atau pelukisansuatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon ataupun grafik untuk meneklankan dan mendukung pesan yang ingin ditampilkan	

<p>Visual image</p> <p>Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan</p>	
---	--

(Eriyanto 225)

Proses framing yang dikerjakan pekerja media (wartawan) melibatkan alat yang dimiliki, seperti: kata, kalimat, lead, koheren (hubungan antara kalimat), foto, grafik, dan unsur lainnya untuk membantu dirinya mengungkap makna sehingga dipahami pembaca (dalam Nugroho, Eriyanto, dan Sudiarsih, 1999:20-23). Model di atas menghubungkan latar belakang sosial budaya dengan teks..

1.7. Kriteria Kualitas Penelitian

Dengan mengikuti aturan metodologis, paradigma Konstruksionis dan paradigma Kritis, maka tuntutan kriteria kualitas penelitian yang diharapkan terpenuhi adalah. :

1. *Historical situatedness*

Sejauh mana penelitian memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi dan politik.

2. *Trustworthiness*

yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Derajat Kepercayaan (*credibility*), merupakan kriteria yang berkenaan dengan tingkat kepercayaan terhadap data. Data yang telah terkumpul, harus dapat ditunjukkan oleh peneliti melalui teknik-teknik pembuktian. Derajat Keteralihan (*transferability*), merupakan kriteria yang menunjukkan derajat ketetapan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke tempat lainnya yang mempunyai kemiripan atau kesamaan dengan situasi sosial yang diteliti. Derajat Kebergantungan (*dependability*), merupakan kriteria yang menunjukkan derajat apakah penelitian ini dapat diulang kembali

atau *replicable*. Karena terkadang, sering terjadi peneliti tidak melakukan penelitian ke lapangan tetapi bisa memberikan data. Derajat Kepastian (*confirmability*), merupakan kriteria yang menunjukkan kesepakatan antarsubjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, *confirmability* mirip dengan *dependability*, sehingga pemeriksaannya dapat dilakukan bersama-sama

3. *Authenticity*

Adalah tingkat keaslian atau orisinalitas penelitian

1.8. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang media, pemerintah dan RUUK - DIY ini hanya berjangka waktu 3 bulan sejak 1 November 2010 sampai dengan 31 Januari 2011. Sementara sampai dengan laporan penelitian ini ditulis, hal tersebut masih terus berlangsung. Apabila kemudian di kemudian hari ada perubahan dari hasil kajian penelitian ini, maka hal tersebut berada di luar jangkauan penelitian ini. Selain itu, penelitian ini dilakukan secara berjarak (berada di luar lokasi penelitian), yang dalam pengalaman peneliti maka ketika berada di daerah penelitian (DIY) akan sangat terasa perbedaan itu di jalan-jalan di kota Yogyakarta sampai dengan puncak gunung, atau di warung-warung kopi, di arena diskusi dan sebagainya.

1.9. Alasan Pemilihan Media

Alasan utama pemilihan media harian Kompas dalam penelitian ini adalah, Pertama, Kompas memiliki posisi penting sebagai bahan informasi para pembuat kebijakan dalam pengambilan keputusan. Demikian pula bagi kalangan terdidik, harian Kompas adalah sedikit koran yang memiliki pencerahan serta representatif bagi perdebatan publik. Kedua, Kompas berusia hampir setengah abad, memiliki catatan penting sejarah republik ini, sehingga wawasan kebangsaannya sudah teruji, selain wawasan budaya, dan wawasan ilmu pengetahuan. Ketiga, Harian Kompas memiliki dokumentasi yang dapat diandalkan dalam Pusat Informasi Kompas (PIK), sehingga dalam sajian beritanya.