

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konstek Penelitian

Saat ini perkembangan manusia dengan potensi bawaannya tentang memunculkan ide, telah menciptakan peradaban manusia itu sendiri yang berganti-ganti tapi semakin berkembang. Komunikasi, sebagai bagian integral dari peradaban pun telah berubah, dari yang dahulunya komunikasi manusia itu harus terjadi secara cara tatap muka, namun sekarang komunikasi manusia tak wajib lagi bertatap secara fisik, karena manusia telah membuat sistem komunikasi yang baru dengan cara membuat mediumisasi komunikasi. Komunikasi antar manusia menjadi bisa dilakukan dengan jarak jauh tanpa melalui kontak fisik, karena komunikasi antar manusia termediasi oleh media massa (*mass media*).

Schramm, menyebutkan bahwa masyarakat dan komunikasi adalah kata kembar yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Menurutnya, masyarakat tidak mungkin terbentuk tanpa adanya komunikasi, begitu juga sebaliknya, tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin juga dapat mengembangkan komunikasi (Schramm; 1982). Melalui komunikasi, muncul identifikasi bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa saling berhubungan—melalui beragam kontak komunikasi—dengan manusia lainnya. Manusia dalam kehidupannya tidak mungkin tak melakukan komunikasi meskipun dalam skala yang kecil. Dalam situasi masyarakat yang terisolir dari peradaban pun, manusia tentu tetap berkomunikasi, setidaknya berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Adanya media komunikasi tersebut, telah memperluas jangkauan komunikasi manusia yang tidak terbatas waktu dan letak geografis. Karenanya sasaran komunikasi kali ini tidak

hanya ditujukan kepada sekelompok orang, tetapi bisa ditujukan pula untuk masyarakat dunia secara massal. Tujuan komunikasi yang massal kepada manusia yang heterogen—dalam makna luas—itu bisa dilakukan dengan media massa. Perkembangan cara berkomunikasi manusia yang menjadi masif ini merupakan implikasi dari *the era of globalization*.

Media massa dalam beberapa model komunikasi khususnya komunikasi massa, merupakan bagian dari saluran komunikasi dalam kerangka proses berkomunikasi. Adapun Jenis media massa saat ini dapat digolongkan pada media cetak dan elektronik. Media massa yang termasuk cetak umumnya berbentuk koran, majalah, tabloid, buletin, dan sebagainya. Sementara media massa yang termasuk elektronik, bentuknya berupa televisi, radio, dan internet. Pesan komunikasi dalam media massa sangatlah beragam kontennya. Isinya bisa berbentuk visual, audio, dan audio-visual. Tapi yang sering banyak dijumpai dalam dua golongan media massa tersebut adalah konten berita (*news*).

Manusia sebagai makhluk sosial, secara naluriah membutuhkan berita. Tidak bisa dipungkiri mengapa manusia itu memiliki rasa ingin tahu tentang apa yang terjadi di lingkungannya. Keadaan tersebut tentu tak akan hilang di waktu sekarang ini. Justru yang terjadi, kebutuhan manusia akan berita semakin meningkat dengan ditandai semakin banyak pula media massa konten berita di dunia. Kebutuhan manusia akan berita atau informasi yang membesar ini, menuntut media massa, contohnya surat kabar atau koran, untuk bergerak dinamis semakin berkembang, cepat, tepat, dan akurat menyajikan berita kepada khalayak yang massal. Oleh karena itu, peran jurnalis sebagai motor utama media massa menjadi sangat penting dalam penyebaran berita. Dalam era globalisasi yang diiringi semakin majunya teknologi komunikasi ini, pun masing-masing media massa saling berkompetisi untuk meningkatkan produktivitasnya.

Salah satu lembaga yang bergerak dan erat kaitannya dengan pemberitaan di media massa adalah pers. Secara garis besar, definisi mengenai pers adalah lembaga sosial atau juga ekonomi yang bergerak di bidang jurnalistik yang meliputi, mencari, mengolah, menyimpan, dan menyampaikan pesan berita kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya. Selama ini pers dan jurnalistik dianggap seolah sama atau bisa dipertukarkan satu sama lain. Namun sebetulnya tidak, karena jurnalistik menunjuk pada proses kegiatannya, sedangkan pers berhubungan dengan lembaga atau perusahaan media massanya.

Tugas terpenting dari media massa berita adalah menyampaikan informasi yang sesuai dengan kejadian di lapangan, baik berupa tulisan, reportase secara langsung, ataupun foto. Semua penyampaian pesan berita, ditinjau dalam sisi produksi pesan berita dalam lingkaran kelembagaan pers, maka harus mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik. Misalnya salah satu media massa adalah media cetak berbentuk surat kabar atau koran. Hingga sekarang, koran merupakan salah satu media informasi yang banyak dikenal oleh masyarakat. Isi pesan pemberitaannya cepat, selalu ada setiap harinya. Isi informasi dalam koran tidak saja berbentuk verbal tekstual tetapi juga menyajikan informasi berbasis data grafis, gambar, dan foto. Sifat pemberitaan yang terdapat dalam surat kabar atau koran ini dapat dikatakan holistik mencakup berbagai bidang diantaranya, agama, sosial, politik, ekonomi, budaya, olahraga, seni dan sebagainya. Pada umumnya surat kabar dengan jenis media cetak lainnya bisa dibedakan dari tampilan fisiknya. Secara umum halaman koran lebih sedikit namun ukurannya lebih besar dari media cetak yang lain. Dari isi berita pun, koran lebih mengutamakan kecepatan dan aktualitas peristiwa untuk disampaikan kepada khalayak luas.

Membahas mengenai isi berita, pada hakikatnya, berita adalah rekonstruksi tertulis atas suatu realitas yang ada dalam masyarakat, yang mungkin tidak sama dan sebangun dengan apa yang terjadi sebenarnya di lapangan. Hal tersebut terjadi karena dalam proses rekonstruksi realitas, dilakukan oleh jurnalis yang mengkonstruksi ulang realitas yang terjadi.

Bahkan realitas kemudian bisa saja semakin terdistorsi jika dalam proses penyajian berita dari jurnalis tersebut dilakukan tahap penyuntingan berita di bidang keredaksian media massa. Kalaulah berita itu merefleksikan sesuatu, maka refleksi tersebut merupakan hasil praktik kerja organisasional produksi berita. Berita adalah apa yang pembuat berita buat. Menurut Mark Fishman (Eriyanto, 2002) ada dua kecenderungan bagaimana proses produksi itu dilihat:

Pertama yaitu, pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Secara umum pandangan ini seringkali melahirkan teori seperti *gatekeeper*. Intinya, proses produksi berita adalah proses seleksi. Seleksi ini dari jurnalis di lapangan yang akan memilih mana yang penting dan mana yang tidak penting, mana peristiwa yang akan diberitakan dan mana yang tidak. Setelah berita itu masuk ke tangan redaktur, akan diseleksi lagi dan disunting bahkan ada penambahan bagian untuk memberi penekanan fakta. Pandangan ini mengandaikan bagaimana seolah-olah ada realitas yang benar-benar riil yang ada di luar wartawan. Realitas yang nyata itu nantinya akan diseleksi lagi oleh jurnalis untuk kemudian dibentuk dalam sebuah berita.

Kedua yaitu, pandangan pembentukan berita (*Creation of news*). Peristiwa itu bukan diseleksi, melainkan sebaliknya jurnalislah yang membentuk peristiwa: mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Peristiwa atau realitas bukanlah diseleksi melainkan dikreasi oleh jurnalis. Menjadi sebuah pertanyaan besar adalah bagaimana jurnalis membuat berita. Titik perhatian terutama difokuskan dalam rutinitas dan nilai-nilai kerja wartawan yang memproduksi berita tertentu. Berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, bukan karena ada realitas objektif yang berada di luar, melainkan karena manusia akan mengorganisasikan realitas yang abstrak ini menjadi realitas yang koheren dan beraturan serta mempunyai makna tertentu.

Realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah dan bukan juga sesuatu yang diturunkan Tuhan. Tetapi sebaliknya, realitas dibentuk dan dikonstruksi. Oleh karenanya, dapat diambil kesimpulan, bahwa realitas itu berbentuk ganda atau plural. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial dengan konstruksinya yang berdasarkan pada pengalaman-pengalaman di atas. Contohnya saja tentang adanya demonstrasi mahasiswa. Bisa saja ada satu kelompok yang menilai bahwa demonstrasi hanyalah cermin anarkisme mahasiswa yang membuat lingkungan masyarakat terganggu. Tetapi ada juga yang bisa menilai bahwa demonstrasi mahasiswa merupakan bentuk gerakan mahasiswa dalam menyuarakan aspirasi-aspirasi untuk perbaikan nasib masyarakat itu sendiri. Konstruksi bisa dibuat menjadi sebuah realitas baru dengan dilengkapi legitimasi tertentu, sumber kebenaran tertentu hingga apapun yang dikatakan adalah menjadi benar dan dapat dipercaya.

Tidak saja individu yang bisa menkonstruksi realitas, karena realitas pun bisa dikonstruksi oleh sekelompok orang dengan konsensus tertentu. Pers dengan praktik jurnalistik media massa pun tentu melakukan konstruksi realitas, dan berita merupakan wujud hasil konstruksi realitasnya. Bagi sebagian masyarakat, berita mungkin akan dinilai seperti apa adanya yang terjadi dalam berita, dan seolah pemberitaan tersebut sesuai objektivitasnya. Namun apabila kita cermati lebih dalam, realitas atau peristiwa yang terjadi di sekitar kita telah direkonstruksi dan dibingkai oleh media. Disinilah realitas sosial dimaknai dan menghasilkan makna-makna tertentu, karena jurnalis sebagai pembuat berita, begitu juga pers sebagai lembaga dengan praktik jurnalismenya bisa memengaruhi realitas yang ditemui menjadi sesuai dengan latar ideologinya (konsensus).

Masyarakat mungkin tidak sadar bahwa berita merupakan hasil konstruksi realitas, dan menilai bahwa apa yang telah dibaca dan didengar merupakan benar. Padahal jika ditinjau kedalamannya, media massa melalui jurnalisnya baru saja mendefinisikan ulang

realitas yang terjadi sehingga realitas sebenarnya menghasilkan makna-makna tertentu. Media massa dalam proses konstruksi berita tentu akan menyiapkan materi konstruksinya yang memiliki koherensi dengan makna yang ingin dimunculkan dalam berita untuk khalayak, sehingga khalayak nantinya bisa bersikap, beropini, dan bertindak sesuai dengan tujuan pemberitaan yang telah dimaknai oleh jurnalis dan media massa.

Pembentukan konstruksi berita dapat dibuat dalam bentuk *good news* dan *bad news*. Pada bentuk yang pertama, objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik dan lebih baik dari yang sesungguhnya. Sedangkan pada bentuk yang ke dua, objek pemberitaan dikonstruksi sebagai suatu hal yang memiliki citra buruk bahkan dibuat lebih buruk dari yang sesungguhnya. Di sinilah media massa mempunyai kekuatan yang penting. Media massa dewasa ini tidak saja hanya mengumpulkan fakta atau menyajikan realitas kepada publik, melainkan juga menyertakan sejumlah elemen opini, narasumber, dan data pendukung tertentu yang dimasukkan ke dalam bingkai (*frame*) berdasarkan pada sikap-sikap media atas suatu peristiwa yang terjadi, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil konstruksi berita merupakan wujud sikap media. Oleh karena itu, dengan semakin banyaknya media massa, tidak mustahil bahwa peristiwa yang sama bisa disajikan secara berbeda, begitu halnya dengan koran viva.co.id dan metronew.com sebagai objek analisis dalam skripsi ini ternyata mengkonstruksi secara berlainan atas peristiwa yang sama.

viva.co.id dan metronew.com merupakan media onlinet dengan segmentasi pasar masyarakat yang luas. Dalam skripsi ini, peneliti memilih viva.co.id dan metronew.com sebagai objek penelitian, untuk meninjau dan menelaah bagaimana konstruksi wacana dari ke dua media ini membingkai peristiwa yang sama atas dasar asumsi popularitas media dan terpaan pemberitaan yang luas, serta ideologi yang dianut media. Dan salah satu cara untuk menganalisis berita di media adalah dengan analisis framing.

Analisis framing akan menunjukkan suatu metode kepada kita tentang bagaimana media itu mendefinisikan, memaknai, dan membingkai suatu peristiwa. Metode semacam ini mengusahakan kita untuk mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks, dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai peristiwa. Secara sederhana analisis framing mencoba membangun sebuah komunikasi bahasa, visual, dan pelaku serta menyampaikan kepada pihak lain atau menginterpretasikan dan mengklasifikasikan informasi baru. Melalui analisis framing, kita dituntun untuk mengetahui bagaimanakah pesan diartikan sehingga dapat diinterpretasikan secara efisien sehingga berhubungan dengan ide penulis. Seperti dikutip Eriyanto dari Sudibyo, analisis framing membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik, kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologis, politik, atau kultural yang melingkupinya.

Model framing yang digunakan peneliti adalah pendekatan metode **Zhongdang Pan** dan **Gerald M. Kosicky**, salah satu model framing yang paling populer dan banyak dipakai. Analisis framing dilihat sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan atau dinegosiasikan. Framing didefinisikan sebagai proses pembuatan suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi yang lebih daripada yang lainnya sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Framing di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik atau khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang (konsepsi psikologi). Framing juga melihat bagaimana konstruksi realitas sosial dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar (konsepsi sosiologis). Frame di sini membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah diberi label tertentu.

Model Pan dan Kosicky ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi dari ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita ke dalam teks secara keseluruhan. Dalam pendekatan ini, perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun suatu peristiwa—pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa. *Kedua*, struktur skrip yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. *Keempat*, struktur retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya untuk mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Peneliti mengamati isu nasional mengenai ketua DPR RI Setya Novanto yang meminta saham untuk perpanjangan kontrak PT.Freeport.Indonesia, mengatas namakan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia kepada Presiden direktur PT.Freeport Indonesia Maroef Syamsudin, padahal masa kontrak barunya akan dibahas setelah habis kontrak pada tahun 2021.

Kronologi pencatutan dijelaskan oleh menteri ESDM Surdiman Said menjelaskan anggota anggota DPR itu bersama dengan seseorang pengusaha dan telah berkali-kali memanggil serta bertemu dengan pimpinan PTFI disebuah hotel di kawasan SCBD Jakarta Pusat.anggota DPR itu menjanjikan cara penyelesaian tentang kelanjutan kontrak PTFI dan meminta PTFI memberikan saham yang disebutkan akan diberikan kepada Presiden Jokowi dan Wakil Presiden Jusuf Kalla

Mahkamah Kehormatan Dewan (MKD) menilai kasus Pencatutan Nama Presiden dan Wakil Presiden ini dinilai sudah melanggar kode etik yang diatur dalam MD3 yaitu MPR,MPR,DDP dan DPRD, Ada 4 pasal yang dilanggar oleh Settya Novanto yakni pasal 2 ayat 1 dan 2 soal kepentingan umum, pasal 3 ayat 2,3 dan 4 soal integritas, pasal 74 ayat 1 dan 2 soal hubungan mitra kerja , pasal 6 ayat 4 soal keterbukaan dan konflik kepentingan

Media online viva.co.id dan metronew.com, Desember 2015, ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 Dari kedua media diambil masing-masing satu berita yang representatif mewakili konstruksi wacana saling berlainan.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelian

1.2.1 Fokus Penelitian

Media online viva.co.id dan metronew.com merupakan media yang turut serta mengangkat peristiwa pemberitaan ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 bagaimana kedua media Online ini mengkonstruksi dan membingkai (framing) pemberitaan ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 pemberitaannya, lewat pendekatan **Zhongdang Pan** dan **Gerald M. Kosicky**?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

meneliti bagaimana viva.co.id dan metronew.com mengkonstruksi dan membingkai berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 , maka dirumuskan beberapa pertanyaan:

1. Bagaimana struktur sintaksis ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com
2. Bagaimana struktur skrip ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com
3. Bagaimana struktur tematik ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com.
4. Bagaimana struktur retorik berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui struktur sintaksis berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com
2. Untuk mengetahui struktur skrip berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com
3. Untuk mengetahui struktur berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi . Media online viva.co.id dan metronew.com

4. Untuk mengetahui struktur retorik berita ketua DPR RI tentang perpanjangan kontrak di PT Freeport Indonesia tahun 2015 yang dikonstruksi Media online viva.co.id dan metronew.com

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berdasarkan:

1. Kegunaan Teoretis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi dan menambah khazanah kajian teoretis dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama mengenai analisis studi media. Selain itu hasil penelitian ini pun diharapkan bisa menjadi referensi yang berarti bagi peneliti lainnya yang juga melakukan penelitian studi media.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran kritis publik atas terpaan media yang semakin meluas. Apalagi sebagian publik dewasa ini mulai menengarai adanya keberpihakan media, dan oleh karenanya hasil studi media ini diharapkan bisa memberi arah secara metodis bagi publik, dalam membedah praktik wacana media.