

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Majalah sebagai Media Massa

Pada awalnya informasi hanya disampaikan melalui koran yang sederhana dan terkesan monoton. Koran dipenuhi terlalu banyak tulisan sedangkan gambar dan ilustrasinya minim. Sesuai dengan tuntutan audiens yang kian tinggi dan perkembangan industri media, kini bermunculan berbagai media baru yang lebih kreatif. Saat membicarakan media cetak yang kreatif dan lengkap, salah satu contoh yang bisa diambil adalah majalah.

Bentuk media cetak yang lebih dinamis dan kreatif dibandingkan dengan koran ini memiliki konten variatif. Artikel-artikel informatif, mendidik, dan menghibur bisa ditemukan di dalamnya. Majalah menjadi menarik karena disebut sebagai media yang proporsi isinya pas. Konsep majalah adalah sebuah koleksi konten multimedia, bukan sekedar kreasi dari berkas-berkas kertas (Morrish & Bradshaw, 2012, p. 1). Majalah memang terlihat lebih atraktif karena memadukan berita, foto, artikel, dan ilustrasi secara kreatif. Warna dan jenis kertas yang digunakan pun lebih menarik dibandingkan surat kabar.

Dalam perkembangannya, sekarang kita sudah bisa menikmati majalah digital. Jenis majalah digital pun beragam mulai dari majalah yang serupa dengan versi cetak namun dipublikasikan juga secara daring, konten majalah yang dimasukkan dalam aplikasi ponsel pintar atau tablet, hingga publikasi-publikasi lain yang sepenuhnya baru (Morrish & Bradshaw, 2012, hal. 20). Jenis majalah digital tersebut sekarang sedang banyak dilirik oleh produsen maupun konsumen media massa. Penyebabnya adalah biaya penerbitan yang murah (tidak perlu ongkos cetak) dan kemudahan akses majalah (cukup mengunduh di internet atau aplikasi tertentu). Tak heran saat ini sudah banyak majalah yang dipublikasikan baik secara cetak maupun digital. Di luar negeri semua majalah bahkan selalu sudah bisa ditemukan secara daring baik melalui *website* (laman), aplikasi, atau apapun bentuk digitalnya (Morrish & Bradshaw, 2012, hal. 20).

Majalah selalu mencakup berita yang lebih luas. Memang majalah tak bisa bersaing dalam hal kecepatan waktu melawan radio atau koran. Tetapi majalah bisa memberikan analisis yang lebih mendalam (Rolnicki, Tom E., dkk, 2008, hal.

301). Fokus utama majalah adalah pada *feature* yang tidak menekankan pada kecepatan (nilai berita *timeliness*).

Menurut Vivian (2008, hal. 109), orang punya selera luar biasa untuk majalah. Berdasarkan data dari sebuah studi industri majalah, hampir 90 persen warga dewasa AS membaca rata-rata 10 majalah setiap bulannya. Pembacanya pun beragam karena majalah memiliki target pasar mulai kalangan atas hingga bawah. Jadi bisa disimpulkan majalah merupakan medium pervasif (mampu menyebar dengan luas) yang dapat melintasi seluruh lapisan masyarakat. Bahkan orang buta huruf pun dapat memperoleh kesenangan dan manfaat dari majalah yang umumnya banyak memuat gambar dan warna (Vivian, 2008, hal. 109).

2.2 Berita *Feature*

Berita *feature* merupakan ciri khas dari majalah. Pengenalan dan pengembangan berita sampul (*cover story*) serta fokus berita *feature* adalah ciri terpenting yang membedakan majalah dari media lainnya (Rolnicki, Tom E., dkk, 2008, hal. 301). Isi majalah pun didominasi oleh *feature* karena konten media yang satu ini tidak mengandung nilai *timeliness*. Majalah biasanya terbit mingguan, bulanan, atau tiga bulanan (Friedlander, 2004, p. 65). Karena jangka waktu peliputan yang lebih lama dibandingkan dengan harian itulah penulis majalah bisa membuat tulisan *feature*.

Apa yang disebut *feature* merupakan berita yang bukanlah berita dalam arti biasa. *Feature* bukan sekadar berita faktual melainkan laporan yang dibuat menarik dengan dibubuhi unsur *human-touch*, sentuhan perasaan manusia. Gaya penulisan *feature* selalu ditekankan pada emosi (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2009, hal. 219).

Apabila dibandingkan dengan *straight news*, gaya penulisan *feature* memiliki struktur yang lebih dinamis. Hal tersebut bisa terjadi karena adanya pengaruh yang besar dari dunia sastra terhadap ragam tulisan tersebut. *Feature* membantu jurnalis untuk menghasilkan tulisan yang tidak kaku, ringan, dan enak dibaca, tetapi sekaligus juga mempertahankan kedalaman makna atau pesan yang ingin disampaikan. Meskipun begitu, seperti ragam berita *hardnews*, *feature* juga terdiri dari unsur *title*, *lead*, *body*, dan *conclusion* (Kurnia, 2001, hal. 204-205).

Agar menggugah minat pembaca, judul *feature* harus dibuat kreatif dan menarik. Judul tak harus berupa ringkasan dan tak perlu mengandung unsur kalimat lengkap (subjek-predikat-objek). *Lead* dalam struktur *feature* digunakan sebagai pemancing minat dan atensi pembaca. Teras berita juga memberi kemungkinan penggarapan yang kreatif dan lebih terbuka akan sebuah tulisan. Setelah pembuka, penulis mulai memasuki bagian *body* tulisan. Tiga hal utama yang harus diperhatikan dalam menulis adalah kesatuan, hubungan, dan penekanan pada hal yang penting. Terakhir, *conclusion*. Penulis harus mengunci tulisan dengan penutup yang kuat di benak pembaca serta menumbuhkan hasrat pembaca untuk terus memaknai gagasan penulis (Kurnia, 2001, hal. 205-220).

2.3 Bingkai dalam Pemberitaan

Walau ada pendapat yang mengatakan bahwa media adalah cermin bagi keadaan di sekelilingnya, ia sebenarnya membentuk realitas sosial itu sendiri. Lewat seleksi atas apa yang ingin diungkapkan serta cara menyajikan topik tertentu, media memberi interpretasi bahkan membentuk realitasnya sendiri (Yatim dalam Ibrahim & Suranto, 1998, hal. 134). Dalam proses interpretasi itu akhirnya akan terjadi pengukuhan nilai, sikap, dan pola perilaku dalam masyarakat. Apa yang disampaikan oleh media tentu akan memengaruhi cara berpikir masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan pendapat Yatim (dalam Ibrahim & Suranto, 1998, hal. 135) yang mengatakan bahwa setiap sajian media sangat berdampak pada proses sosialisasi masyarakat luas baik yang tinggal di kota maupun desa. Hal itu disebabkan karena media lambat laun bisa membentuk opini publik, keyakinan individu, serta persepsi masyarakat terhadap dirinya. Selain itu di Indonesia juga ada sistem sentralisasi informasi dan keputusan yang membuat masyarakat cenderung percaya pada pendapat tokoh berpengaruh dalam media.

Dalam mengonsumsi media massa, setiap audiens memang harus bersikap kritis. Kita semua patut menyadari bahwa media bukanlah refleksi yang memantulkan realita, melainkan sebuah representasi. Menurut pemahaman ini akan selalu ada sisi yang ditonjolkan dan dibuat menarik (Baria, 2005, hal. 8).

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Wazis (2012, hal. 125-126), kita perlu memahami bahwa produk yang dihasilkan oleh media massa tidaklah

mengandung kebenaran mutlak. Realitas yang disajikan media massa adalah hasil rekonstruksi fakta yang ditangkap oleh wartawan dalam bentuk *angle* tentang sisi menarik peristiwa tersebut. Kebenaran yang dilahirkan oleh media massa harus diuji, dipertimbangkan, dan dicermati akurasi.

Berger dalam Eriyanto (2002, hal. 15-16) menambahkan bahwa realitas tak pernah dibentuk secara ilmiah atau diturunkan oleh Tuhan. Sebaliknya, realitas selalu dikonstruksi. Karena itu realitas sebenarnya berwajah ganda karena setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan pergaulan sosial tertentu akan menafsirkan sebuah realitas dengan konstruksinya masing-masing. Jadi realitas adalah sesuatu yang sangat personal.

Kita telah mengetahui bahwa realitas dalam media bukanlah sebuah fakta yang mutlak. Jadi setiap berita yang ada dalam media massa sebenarnya telah dibingkai oleh pihak editorial dan pemegang kepentingan yang berpengaruh. Contohnya peristiwa pembacokan oleh orang tak dikenal yang menimpa Matori Abdul Djalil di depan rumahnya. Keesokan harinya di surat kabar tertulis bahwa telah terjadi kriminalitas politik. Lawan politik yang tidak senang pada Matori Abdul Djalil melakukan kekerasan dengan teror pembacokan tersebut (Eriyanto, 2002, hal. 20). Peristiwa tersebut kemudian dimaknai media sebagai kriminalitas politik. Media melakukan konstruksi dan pembingkai terhadap sebuah kasus. Jadi ketika seorang wartawan secara aktif mendefinisikan dan memaknai peristiwa pembacokan tersebut, ia kemudian membingkainya menjadi sebuah berita kriminalitas politik. Jika kasus yang sama diberitakan oleh seorang wartawan yang tidak jeli, bisa saja berita yang ditulis hanya membahas peristiwa pembacokan oleh orang tak dikenal. Wartawan yang tidak kritis tentu tak akan bisa mengaitkannya dengan situasi politik yang melatarbelakangi peristiwa pembacokan tersebut. Jadi dalam setiap berita memang terdapat bingkai yang dibuat oleh wartawan, editor, redaktur pelaksana, dan semua insan yang memiliki peranan dalam media.

Dengan cara apa wartawan dapat membingkai sebuah berita? Media selalu memilih realitas mana yang diambil dan tidak diambil. Ketika ada peristiwa demonstrasi mahasiswa, bisa jadi hanya peristiwa ricuh saja yang diberitakan.

Demonstrasi damai mungkin dilupakan dan tidak diangkat menjadi berita. Media juga memilih (baik secara sadar maupun tak sadar) aktor demonstrasi yang dijadikan sumber berita. Mereka bisa memilih orang yang akan dijadikan lakon ini. Bahasa yang digunakan oleh media selanjutnya akan menampilkan lakon tersebut sebagai pahlawan, perusuh, atau apapun (Eriyanto, 202, hal. 24). Jadi sebenarnya cara kita memandang suatu peristiwa pun disetir oleh media. Kita melihat sebuah fakta berdasarkan bingkai yang digunakan oleh media tersebut.

2.4 Ideologi Media Massa

Produksi berita berhubungan dengan bagaimana rutinitas yang terjadi dalam ruang pemberitaan. Proses itulah yang menentukan bagaimana wartawan didikte atau dikontrol untuk memberitakan peristiwa dalam perspektif tertentu (Eriyanto, 2002, hal. 119). Menurut Matthew Kieran, berita tak pernah dibentuk dalam ruang hampa. Berita diproduksi dari ideologi dominan dalam suatu wilayah kompetensi tertentu (dalam Eriyanto, 2002, hal. 130).

Apa yang dimaksud dengan ideologi di sini tidak selalu harus berupa ide-ide besar. Ideologi juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan. Dalam arti luas, ideologi adalah bagaimana kita melihat peristiwa dengan kaca mata dan pandangan tertentu. Dalam proses melihat dan menandakan peristiwa tersebut, setiap orang menggunakan titik melihat tertentu. Posisi melihat itu menggambarkan bagaimana peristiwa dijelaskan dalam suatu kerangka berpikir (Jensen dalam Eriyanto, 2002, hal. 131).

Menurut Hall (dalam Eriyanto, 2002, hal. 136), media sebenarnya merupakan agen konspiratif yang menyembunyikan fakta dan hanya menampilkan informasi tertentu untuk mengelabui khalayak demi kepentingan kelompok dominan. Media dianggap sebagai alat yang jahat dan wartawan tengah berkonspirasi untuk tujuan politik tertentu secara sadar. Pada akhirnya media cenderung memarjinalisasikan kelompok tidak dominan dan memantapkan posisi *status quo* kelompok dominan.

Contoh pemantapan posisi kaum dominan ini terlihat dari bagaimana proses kerja dan praktik profesional wartawan. Dalam menjalankan pekerjaannya, wartawan harus mewawancarai pihak-pihak tertentu dalam masyarakat. Pihak-

pihak ini kemungkinan besar adalah kelompok elit seperti pejabat, pemerintah, pengusaha, dan orang-orang lain yang berpengaruh. Masalahnya, pendapat kaum elit ini selalu dianggap sebagai sumber kredibel dan tepercaya. Opini mereka pada akhirnya bukan dianggap sebagai pendapat lagi melainkan menjadi pendefinisi utama (*primary definers*) dari realitas. Sumber berita tidak saja mendefinisikan mengenai dirinya sendiri akan tetapi juga menjelaskan realitas dari kelompok lain (Hall dalam Eriyanto, 2002, hal. 137).

Misalnya saat ada kasus pengeboman, wartawan akan melakukan wawancara dengan polisi. Pihak kepolisian pasti akan menjelaskan apa saja yang telah mereka lakukan. Setelah itu polisi juga akan menjelaskan realitas pengeboman secara lengkap; motif, pelaku, target pelaku melakukan aksi tersebut, dan lain-lain. Dari situ terlihat jelas bagaimana sebuah sumber berita dapat mendefinisikan realitas. Media secara tidak sadar ikut mengukuhkan kebenaran pendapat sumber berita tersebut. Lewat hal ini media telah menjadi pendefinisi sekunder (*secondary definers*) realitas (Hall dalam Eriyanto, 2002, hal. 138).

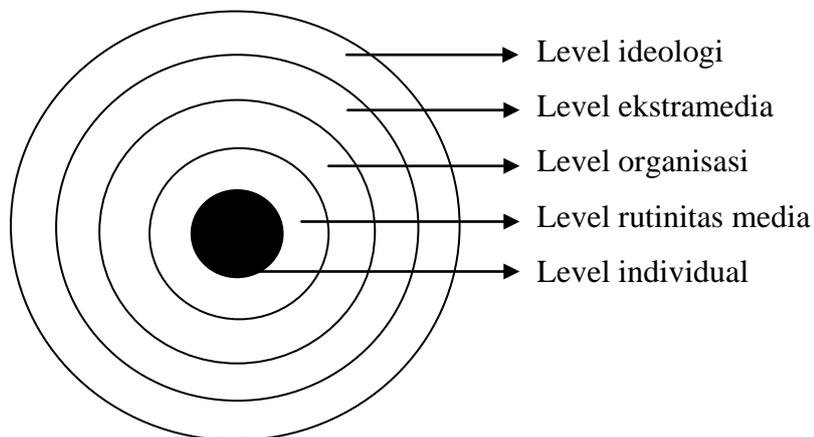
Dalam membuat sebuah berita, wartawan harus memaparkan serangkaian fakta yang akurat. Karena itulah wartawan dituntut untuk menampilkan fakta lewat kata yang paling tepat untuk mewakili realitas yang ada (Siregar, 1998, hal.102). Berhasil atau tidaknya sebuah makna ditangkap lewat kata-kata memang sangat bergantung pada bagaimana sebuah kalimat dituliskan. Pemilihan dan penulisan kata harus dilakukan dengan cermat agar tidak bermakna ganda dan menggiring pembaca memaknai sesuatu dengan salah (Siregar, 1998, hal. 90).

Melihat fakta tersebut, seorang wartawan yang baik seharusnya selektif ketika memilih sebuah kata. Selain mudah dimengerti, bahasa juga harus adil. Seorang wartawan tidak boleh menggunakan kata-kata yang dapat memberikan pandangan bias pada seseorang, kejadian, atau situasi tertentu (Henshall&Ingram, 2000, hal. 102). Penggunaan kata atau gaya bahasa yang tidak sesuai dengan realita pada akhirnya akan membuat pembaca memaknai sesuatu secara salah. Jadi, wartawan harus cermat saat memilih kata tertentu saat akan menulis berita.

Ketika membicarakan masalah ideologi, mau tak mau kita membahas sebuah kesadaran palsu. Orang yang berwenang akan menggunakan kekuasaan dan otoritasnya untuk memengaruhi orang lain. Penggunaan kekuasaan itu tak

harus lewat jalan kekerasan. Orang lain bisa mengikuti apa yang kita mau dengan cara halus; memengaruhi kesadaran seseorang. Dengan memengaruhi kesadaran audiens media massa, secara tidak sadar tindakan, perbuatan, dan ucapan masyarakat telah dikontrol untuk mendukung gagasan tertentu yang disampaikan oleh orang-orang pemegang kekuasaan (Eriyanto, 2002, hal. 138).

Kaitan antara media massa dan ideologi dibahas dengan jelas dalam model yang dibuat oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996, hal. 64). Menurut mereka, sebuah berita di media massa selalu dipengaruhi oleh lima hal yang hirarkis yaitu individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia, dan ideologi. Setiap lapisan ini baik sedikit maupun banyak akan memengaruhi sebuah tulisan di media.



Grafik 2.1 Model Pengaruh dalam Konten Media milik Shoemaker dan Reese

Sumber: Shoemaker dan Reese, 1996, hal. 64

Menurut Shoemaker dan Reese, setiap level memiliki pengaruh tersendiri pada media. Pada level individual, *frame of reference* dan *field of experience* jurnalis memengaruhi pemberitaan (1996, hal. 64). Di level rutinitas media, ada sistem penyeleksian berita dalam setiap media. Adanya alur *gatekeeping* membuat sebuah berita dapat berubah (1996, hal. 106). Sampai ke level organisasi, ada orang-orang yang bisa memengaruhi isi berita. Mulai dari editor, pemasang iklan, bagian sirkulasi, hingga pemilik (1996, hal. 143). 221 level selanjutnya, *extramedia*, merupakan sumber-sumber berita seorang jurnalis. Sumber berita bisa narasumber yang melihat langsung sebuah kejadian, pemerintah, polisi, hingga

informasi di internet. Setiap orang melihat sebuah fakta dengan cara yang berbeda sehingga akhirnya mereka akan memunculkan berita yang berbeda pula (1996, hal. 178). Pada level terakhir yaitu ideologi, terlihat peranan ideologi media yang sudah terstruktur dalam sebuah sistem. Sebuah media yang memiliki ideologi tertentu tidak bisa seenaknya menyalahi struktur serta sistem yang sudah ada. Mereka harus patuh pada aturan tersebut (1996, hal. 223-224).

2.5 Perempuan dalam Media Massa

Dalam dunia perempuan dan media, kita bisa melihat konstruksi dan sosialisasi ideologi gender yang menempatkan kaum pria pada posisi dominan. Ideologi ini masih sangat kuat dan kentara di Indonesia sebab ditopang oleh negara, agama, budaya, dan kondisi-kondisi sosial-ekonomi-politik. Realitas itu sangat tercermin dalam media massa. Baik dalam media cetak maupun elektronik, sosok perempuan masih tetap ditampilkan dengan citra istri, ibu, dan objek seks (Ibrahim & Suranto, 1998, hal. XLIX).

Selama ini penggambaran perempuan dalam media memang belum menggembirakan. Menurut Ibrahim (dalam Ibrahim & Suranto, 1998, hal. 108), ada empat hal penyebab masih buruknya gambaran perempuan di media:

1. Realitas sosial dan budaya perempuan memang belum baik. Pada dasarnya media adalah cermin dari masyarakat umum. Jadi jika perempuan dalam satu masyarakat masih dilihat sebagai objek, media massanya pun tentu menunjukkan hal serupa.
2. Media massa cenderung mengangkat hal-hal yang menarik dalam masyarakat. Bila jumlah perempuan yang berpengaruh di masyarakat belum banyak maka media pun tentu tak banyak memberitakannya.
3. Orang media menganggap hal yang memilukan sebagai sesuatu yang baik untuk diberitakan. Karena itulah kisah-kisah sedih yang memperlihatkan perempuan sebagai korban pemerkosaan, korban penganiayaan, korban rayuan gombal, dan sebagainya selalu diekspos dengan luar biasa.
4. Dominasi media oleh pria. Pemilik media, penulis, reporter, dan editor saat ini memang masih didominasi oleh laki-laki. Karena itulah sulit untuk mengubah gambaran buruk perempuan dalam media.

Kandidat politisi atau pemimpin perempuan pun sering mengalami *media abuse* berbentuk deskripsi yang merendahkan menggunakan '*gender-specific terms*'. Contohnya adalah liputan *The Chicago Tribune* terhadap kampanye kandidat perempuan Carol Moseley-Braun. Koran tersebut mendeskripsikan Braun dengan kata-kata '*The mother with a cheerleader's smile*' yang berarti seorang ibu dengan senyum mengembang seperti seorang *cheerleader* (Subiakto & Ida, 2012, hal. 160).

Seperti telah dijabarkan di atas, berbagai studi yang dilakukan di Amerika dan Indonesia menunjukkan bahwa persoalan gender dan komunikasi politik merupakan hal yang serius. Masih banyak liputan media massa yang tidak memberikan keuntungan bagi kaum perempuan yang terlibat dalam kepemimpinan politik. Pada akhirnya hal tersebut akan menciptakan gambaran tertentu yang bisa memengaruhi opini publik di masyarakat (Subiakto & Ida, 2012, hal. 161). Liputan berita tentang kandidat politisi perempuan sendiri menurut Falk dalam Subiakto & Ida (2012, hal. 162) sejauh ini masih mengandung *stereotype* bahwa perempuan lemah, tak bisa mengambil keputusan, mempunyai masalah dengan keluarga, dan lain sebagainya. Gambaran seperti inilah yang memengaruhi persepsi masyarakat atas politisi perempuan.

2.6 Perempuan dan Politik

Politik identik dengan laki-laki. Mitos yang berkembang di masyarakat, perempuan tidak boleh bermain dan berkiprah di ranah politik. Itulah sebabnya mengapa sulit bagi perempuan untuk mengonsolidasikan posisi dan kedudukannya dalam bidang politik (Subiakto & Ida, 2012).

Budaya politik terhadap eksistensi politik perempuan selama ini memang belum baik. Posisi dan peran tradisional perempuan di ranah domestik (seperti menjadi ibu rumah tangga yang mengurus anak dan rumah) dianggap lebih baik dibandingkan kedudukan dan posisi perempuan di ranah publik, apalagi dalam bidang politik (Subiakto & Ida, 2012, hal. 158).

Hal ini makin diperparah dengan banyaknya studi yang mengatakan bahwa perempuan yang terjun ke arena politik harus berjuang menerima liputan tak mengenakan dari media serta cemoohan publik. Media sering menggambarkan

politisi perempuan memiliki masalah yang dikaitkan dengan isu-isu domestik seperti perilaku anak dan suaminya. Hal tersebut tidak terjadi pada politisi berjenis kelamin laki-laki (Subiakto & Ida, 2012, hal. 159).

Meski sekarang sudah mulai banyak perempuan yang maju menjadi politisi baik di parlemen, senat, maupun kepala pemerintahan pusat dan daerah, media masih saja memberikan liputan yang kurang mengena bagi perempuan. Hasil liputan media tentu saja memengaruhi bagaimana cara pandang dan sikap masyarakat pada perempuan yang akan maju ke dunia politik ini (Subiakto & Ida, 2012, 163).

2.7 Framing dan Analisis Framing

Framing dibahas secara mendalam dibahas oleh Goffman (dalam Baran & Davis, 2009, hal. 317). Bingkai adalah istilah yang mengacu pada serangkaian ekspektasi dalam sebuah situasi sosial. Bingkai dapat dianalogikan seperti not balok yang mengacu pada arti dan aksi lain. Not balok mengartikan sesuatu yang luas dan kompleks meskipun strukturnya rapi dan tertata. Seperti itulah bingkai berita. Saat melihat sebuah berita, kita seharusnya bisa membayangkan situasi kompleks di luar sana. Bingkai berita hanyalah pengacu pada sesuatu yang dinamis dan lebih luas.

Saat kita membaca sejumlah berita bertopik sama, bingkai yang berbeda dapat membuat kita melakukan pembingkai ulang. Situasi yang diberitakan tersebut akan membuat kita menentukan suatu hal menjadi makin serius atau justru kian sepele. Bila sebuah berita dibingkai dengan menarik maka kemungkinan besar kita akan menganggap topik tersebut penting. Tetapi bila sebuah berita diberitakan dengan setengah-setengah, kita bisa jadi akan menyepelekan topik itu (Baran & Davis, 2009, hal. 317).

Menurut Pan & Kosicki (dalam Eriyanto, 2002, hal. 68), *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi serta menafsirkan peristiwa akan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Eriyanto kemudian melengkapi secara singkat bahwa *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu

dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itulah yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak di bawa ke mana berita tersebut.

Peneliti memilih model Pan & Kosicki sebab mereka membuat model ini tanpa melepaskan konteks sosial politik. Konteks tersebut berusaha dicari menggunakan perangkat yang terbagi menjadi empat struktur besar berikut (Eriyanto, 2002, hal. 255-256);

Struktur	Penjelasan	Unit Analisis
Sintaksis	Bagaimana wartawan menyusun peristiwa berdasarkan pernyataan (opini, kutipan, dan pengamatan) dalam berita.	Bagan berita (<i>headline</i> , <i>lead</i> , latar informasi, kutipan sumber, penutup).
Skrip	Bagaimana wartawan menceritakan atau menuturkan peristiwa dalam berita.	<i>What, when, where, who, why, dan how.</i>
Tematik	Bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa.	Paragraf, proposisi kalimat, dan hubungan antarkalimat
Retoris	Bagaimana wartawan menekankan arti tertentu dalam berita.	Pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar/foto.

Tabel 2.1 Perangkat Analisis *Framing* Pan & Kosicki

Sumber: Olahan Peneliti (2015)

Keempat struktur itulah yang dapat menunjukkan bagaimana bingkai dalam sebuah berita. Kecenderungan atau kecondongan seorang wartawan dapat diamati dengan empat perangkat di atas. Apabila dijelaskan secara singkat, bingkai berita dapat dipahami dari cara wartawan mengisahkan peristiwa, kalimat yang dipakai, serta idiom dan kata pilihannya (Eriyanto, 2002, hal. 256).

Analisis framing adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002, hal. 38).

Tujuan dari penelitian framing adalah rekonstruksi atas sebuah realitas sosial. Dalam pandangan konstruksionis, tak ada realitas dalam arti riil yang seolah-olah ada dan ajeg sebelum didekati oleh peneliti. Fakta sebenarnya adalah konstruksi atas sebuah realitas. Jadi realitas sosial sangat tergantung pada bagaimana seseorang memahami dan menafsirkan dunia. Penafsiran dan pemahaman itulah yang disebut dengan realitas. Karena itulah peristiwa dan realitas yang sama bisa menghasilkan konstruksi realitas berbeda dari sejumlah orang (Eriyanto, 2002, hal. 44-45).

Setiap hari jurnalis memang berhadapan dengan beragam peristiwa di dunia nyata. Lewat bingkai inilah seorang jurnalis bisa mengemas peristiwa yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami serta menarik minat pembaca. *Frame* media dengan demikian adalah bentuk yang muncul dari pikiran (kognisi), penafsiran, dan penyajian jurnalis. Tiga hal tersebut muncul dari proses seleksi, penekanan, dan pengecualian dalam wacana verbal ataupun visual yang terorganisir (Eriyanto, 2002, hal. 69).

Ada dua aspek yang penting dalam analisis *framing*. Pertama, pemilihan fakta atau realitas. Proses ini didasarkan pada asumsi karena jurnalis tak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam proses pemilihan fakta, selalu terkandung dua kemungkinan; apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Kedua, penulisan fakta. Langkah ini berhubungan dengan bagaimana fakta disajikan pada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Peletakan *headline*, pemakaian grafis, penggunaan kata yang mencolok, dan lain-lain. Adanya hal tersebut membuat aspek yang ditonjolkan menjadi lebih menonjol. Semua itu akan membuat konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan akhirnya memiliki kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan memengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002, hal. 70).

2.8 Nisbah Antarkonsep

Saat ini perempuan sudah bisa ditemui bekerja dalam berbagai profesi. Pekerjaan yang dulu dianggap identik dengan laki-laki pun sekarang sudah

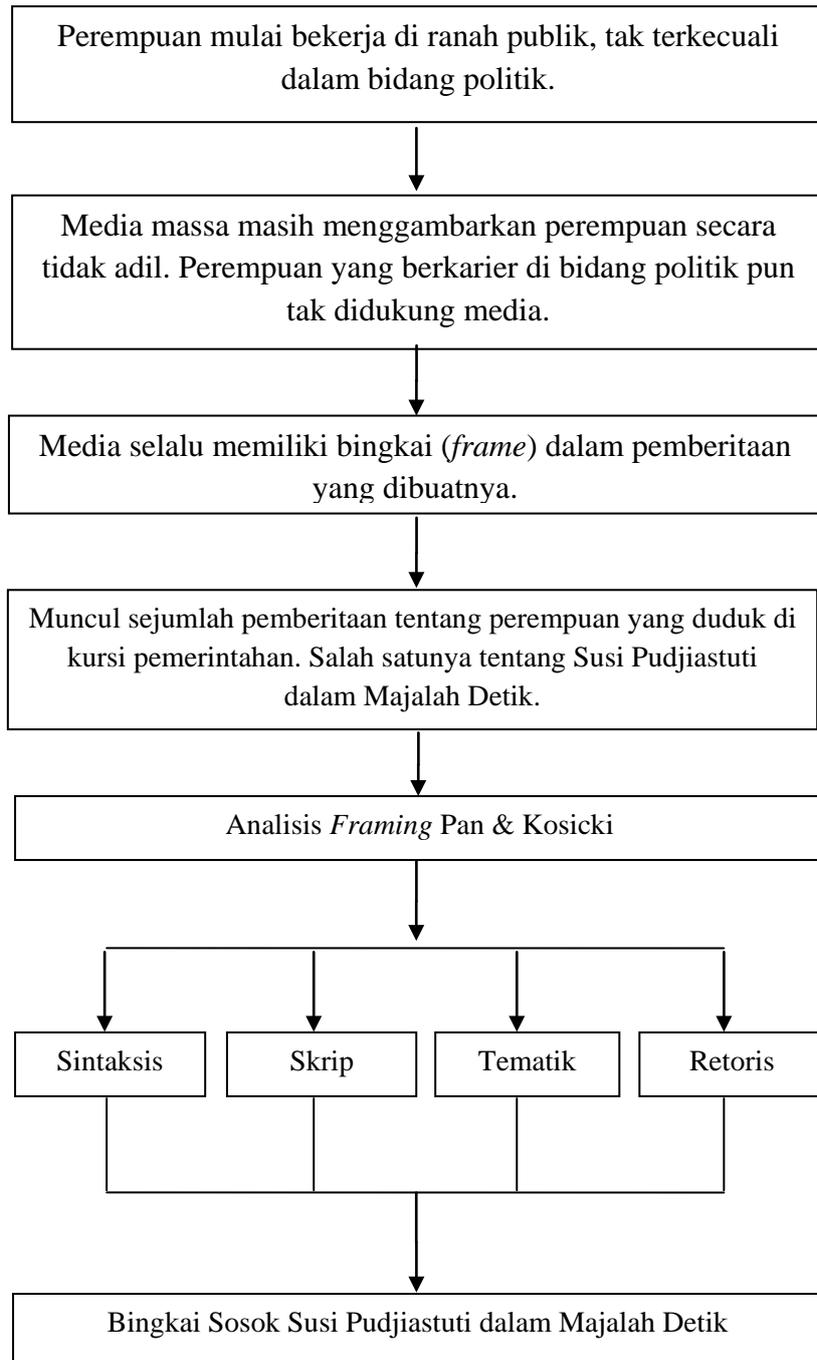
dilakoni oleh perempuan. Salah satu pekerjaan yang kini mulai diisi oleh perempuan yaitu politikus. Meski masih didominasi oleh pria, persentase jumlah perempuan yang terjun di dunia politik dari tahun ke tahun selalu bertambah.

Sayangnya meski dunia telah berkembang, tampaknya selama ini media belum bisa memberitakan politikus pria dan perempuan secara berimbang. Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu dan pendapat para ahli, media masih menggambarkan perempuan sebagai sosok nomor dua yang lemah dan tidak sekompeten laki-laki. Perempuan yang terjun ke dunia politik pun pada akhirnya harus menerima adanya pemberitaan bersifat gender atas dirinya.

Media massa tentu selalu mencari hal yang unik dan lain dalam membuat sebuah berita. Karena itulah perempuan-perempuan yang duduk di kursi pemerintahan selalu mendapatkan perhatian lebih. Salah satu perempuan di kursi pemerintahan yang belakangan ini sedang mendapatkan sorotan yaitu Susi Pudjiastuti. Susi adalah perempuan yang lain dari menteri lainnya. Ia merokok, bertato, dan sudah bercerai dua kali. Karena latar belakangnya yang berbeda tersebut Susi selalu dikejar-kejar oleh awak media cetak maupun daring. Mereka tertarik untuk memberitakan sosok Menteri Perikanan dan Kelautan tersebut. Salah satu media yang secara khusus membuat satu edisi majalahnya untuk meliput Menteri Susi yaitu Majalah Detik. Majalah Detik sendiri merupakan media massa cetak yang diterbitkan oleh situs www.detik.com, sebuah portal berita daring yang terbesar dengan pembaca paling banyak di Indonesia.

Melihat adanya fenomena itu peneliti tertarik untuk melakukan analisis *framing* atas artikel yang dimuat dalam Majalah Detik. Analisis *framing* yang dipakai adalah milik Pan & Kosicki. Peneliti akan melihat bagaimana bingkai pemberitaan Susi Pudjiastuti dalam Majalah Detik dengan melihat empat struktur perangkat analisis *framing* kedua pakar tersebut. Melalui analisis struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik tersebut maka peneliti akan bisa mengetahui bagaimana Majalah Detik membingkai sosok Susi Pudjiastuti.

2.9 Kerangka Pemikiran



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Peneliti (2015)