

**Analisis *Framing* Pemberitaan di Rubrik “Politika” SKH Media Kalimantan tentang Calon Legislatif pada Pemilu 2014**

**Favi Aditya Ikhsan\***

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

*fai.borneo@yahoo.com*

|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Keywords:</b><br>Media,<br>Framing,<br>Reality<br>Construction.  | <b>Abstract</b><br><i>This article explores the news on legislative candidates in the 2014 election in local media, SKH Media Kalimantan, specifically in the “Politics” rubric. The author uses a descriptive type of research using qualitative methods. The author dissects the news text in each title by using framing analysis (with the model from Pan &amp; Kosicki). The news on legislative candidates (calon anggota legislatif, caleg) which was published specifically on the “Politics” rubric page at SKH Media Kalimantan is not the actual reality, but a representation of reality that has undergone a process of selection, sorting, protrusion, refraction, construction, &amp; reconstruction. The author concludes that the framing and attitude of SKH Media Kalimantan in reporting on legislative candidates found in this study is a reflection of the political side of the media owners behind the editorial side of SKH Media Kalimantan. Gatekeepers within SKH Media Kalimantan seem to be biasing news about candidates who share the same political ideology as the media owner SKH Media Kalimantan.</i>                     |
| <b>Kata Kunci:</b><br>Media,<br>Framing,<br>Konstruksi<br>Realitas. | <b>Abstrak</b><br><i>Tulisan ini mengulik pemberitaan calon legislatif pada pemilu 2014 di media lokal SKH Media Kalimantan, tepatnya pada rubrik “Politika”. Penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Penulis membedah teks berita pada setiap judulnya dengan memakai analisis framing (dengan model dari Pan &amp; Kosicki). Pemberitaan calon anggota legislatif (caleg) itu yang diterbitkan khusus pada halaman rubrik “Politika” di SKH Media Kalimantan bukanlah merupakan realitas yang sebenarnya, tetapi representasi realitas yang mengalami proses seleksi, pemilahan, penonjolan, pembiasan, konstruksi, &amp; rekonstruksi. Penulis menyimpulkan, bahwa framing dan sikap SKH Media Kalimantan dalam pemberitaan calon legislatif yang ditemukan pada penelitian ini ialah mencerminkan adanya keberpihakan pemilik media secara aspek politik masih begitu nampak di balik redaksi SKH Media Kalimantan. Gatekeeper dalam tubuh SKH Media Kalimantan nampak melakukan pembiasan terhadap berita-berita tentang caleg yang satu ideologi politik dengan sang pemilik media SKH Media Kalimantan.</i> |

---

**Article History:** Received: 1 Februari 2021 Accepted: 30 Juni 2021

---

## PENDAHULUAN

Satu kenyataan yang tak terbantahkan dan sangat memengaruhi proses komunikasi dalam masyarakat *modern* sekarang ini adalah keberadaan media massa, media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi massa dewasa ini, karena adanya ketergantungan manusia terhadap media massa (Nuruddin, 2009: 33). Dan satu fungsi klasik media massa ialah menjadi wacana pembentukan pendapat umum. Melalui berita, komentar editorial dan artikel yang dimuat dalam surat kabar, serta wawancara yang dilakukan dalam media televisi dan radio dapat menimbulkan berbagai macam tafsiran dan pendapat yang berbeda-beda dari kalangan pembaca & pemirsa. Media massa dengan kemampuannya dalam membuat agenda, dapat memancing perhatian khalayaknya untuk menyatakan apakah ia setuju atau tidak terhadap gagasan yang dilemparkan oleh media massa. Oleh sebab itu, media massa tidak hanya bisa dilihat dari aspek sebagai industri hiburan dan informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentuk pendapat umum. Dengan kemampuan media massa membentuk pendapat umum, aktivitas para pemimpin negara, politisi dan para pembuat kebijakan publik tidak dapat dipisahkan (Hafied Changara, 2009: 194).

Termasuk Hubungan antara media dan politik sudah berlangsung lama, jauh sebelum ilmu politik menemukan jati dirinya sebagai ilmu yang berdiri sendiri dari filsafat. Karena hubungannya yang begitu erat antara media dengan politik kini media massa memainkan peranan yang sangat penting dalam proses politik, bahkan menurut Lichtenberg (1991) media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik, ia memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karir politiknya (Hafied Changara, 2009: 118).

Dewasa ini, di satu sisi politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*), di sisi lain peristiwa politik, tingkah laku dan pernyataan para aktor politik, sekalipun bersifat rutin, selalu mempunyai nilai berita sehingga banyak diliput oleh media massa (Hill, 1995). Liputan politik juga cenderung lebih rumit ketimbang *reportase* bidang kehidupan lainnya. Pada satu pihak, liputan politik memiliki dimensi pembentukan pendapat umum (*public opinion*), baik yang diharapkan oleh para politisi maupun oleh para wartawan. Karenanya, berita politik bisa lebih dari sekadar *reportase* peristiwa politik, tetapi merupakan hasil konstruksi realitas politik untuk kepentingan opini publik tertentu. Dalam komunikasi politik, aspek pembentukan opini inilah yang justru menjadi tujuan utama, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik Mcnair, 1995 Dan Nimmo, 1978 , Dalam Ibnu Ahmad, 2004: 21.

Menurut Peter Golding dan Graham Murdock (2000) media massa merupakan produsen budaya yang lebih berperan sebagai mesin bisnis pencari keuntungan, ideologi kapitalisme telah meresap dalam institusi ini. Termasuk mewarnai hubungan antara pemilik dan pekerjanya. Walau teks atau isi media tidak senantiasa mencerminkan dukungan terhadap kapitalisme, namun pada dasarnya isinya lebih diarahkan secara profesional untuk melayani kepentingan atau kebutuhan orang banyak, alias pasar. Perusahaan media sebagai institusi kapitalis, bisnisnya cenderung menjadi semakin menggurita menjangkau ke mana-mana, melintasi batas negara, tetapi kontrol pemilikannya justru semakin terkonsentrasi pada beberapa orang saja Henry Subianto & Rachmah Ida 2012: 162. Media massa diuntut secara demokratis memberikan liputannya sebagai representasi opini khalayak beragam. Berbagai aspirasi yang

diekspresikan secara verbal oleh masyarakat, kendati belum melibatkan eskalasi kekuatan yang besar, harus juga diberi tempat. Jangan hanya karena ada isu-isu besar, lalu pemberitaan hanya terfokus ke isu besar itu dan kemudian kurang memberikan porsi yang cukup pada kasus-kasus kecil yang hanya diteriakkan sebagian masyarakat namun mempunyai potensi bisa menjadi besar Henry Subiakto & Rachmah Ida 2012: 58.

Mc Quail (2000) merangkum pandangan khalayak terhadap peran media massa ada enam perspektif dalam hal melihat peran media, *Pertama*, melihat media massa sebagai *window on events and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak “melihat” apa yang sedang terjadi diluar sana ataupun pada diri mereka sendiri. *Kedua*, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implting a faithful reflection*. Yaitu cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal, sesungguhnya *angel*, arah dan *framing* dari isi yang dianggap sebagai cerminan realitas ini diputuskan oleh para profesional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan. *Ketiga*, memandang media massa sebagai *filter* atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Mereka senantiasa memilih isu, informasi, atau bentuk *content* yang lain berdasar standar para pengelolanya. Disini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui, dan mendapat perhatian. *Keempat*, media massa acap kali pula dipandang sebagai *guide*, petunjuk jalan atau *interprier*, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam. *Kelima*, media massa sebagai forum untuk merepresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Terakhir, *Keenam*, media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif Henry Subiakto & Rachmah Ida 2012: 132-133.

Sedangkan dalam proses pengonstruksian realitas dalam sebuah berita, media memanfaatkan tiga komponen: (1). pemakaian simbol-simbol politik (*language of politic*), (2). strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) dan (3). kesediaan media memberi tempat (*agenda setting function*). Ketiganya itulah yang menentukan opini yang terbentuk. Padahal sebuah media juga bukan mustahil memiliki ideologi, sikap politik, dan kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, dimana faktor-faktor ini berpengaruh terhadap penggunaan simbol politik, pengemasan pesan, dan pemberian tempat mengenai kekuatan politik tersebut. Alhasil satu peristiwa politik bisa menimbulkan opini publik yang berbeda-beda, tergantung media yang memberitakannya (Nimmo, 1978 dan McQuail, 1996). Di pihak lain, kegiatan di bidang media massa dewasa ini termasuk di Indonesia telah menjadi industri. Dengan masuknya unsur kapital, media mau tak mau harus memikirkan pasar demi keberlangsungan hidup mereka bahkan demi keuntungan (*revenue*) baik dari penjualan maupun dari iklan. Tak terkecuali dalam menyajikan peristiwa politik, faktor modal (pasar) ini berpengaruh terhadap pengonstruksian realitas politik Herman, 1992, Dalam Ibnu Ahmad, 2004: 22.

Dalam objek penelitian kali ini yaitu media cetak lokal di Kalimantan selatan salah satunya ialah SKH Media Kalimantan, yang diluncurkan kali pertama pada 11 maret 2009, merupakan surat kabar harian regional Kalimantan Selatan, koran Media

Kalimantan ini lahir atas dasar gagasan besar tokoh masyarakat, pengusaha (Hasnur Group Buku Orientasi, 2012: 19). serta juga menjabat sebagai ketua DPD Golkar di Kalimantan Selatan. Koran ini tumbuh dengan sebuah komitmen seluruh karyawan & pemilik dalam membangun dan mencerdaskan masyarakat banua, serta dikelola secara professional selalu menampilkan berita yang kritis, objektif dan independen dengan memperhatikan kearifan budaya lokal (Hasnur Group Buku Orientasi, 2012: 19).

SKH Media Kalimantan sebagai salah satu surat kabar harian termuda di Kalimantan Selatan, koran ini rutin dalam memberitakan perpolitikan di tingkat lokal Kalimantan Selatan. Dengan di khususkannya pada rubrik *Politika* pada koran ini, tentunya menjadi gambaran jelas bahwa salah satu *referensi* bagi pembaca yang ingin mengetahui politik lokal Kalimantan Selatan dalam sebuah berita politik tiap harinya dapat ditemui pada rubrik ini. Terlebih pada musim pemilu ini berita politik terkait calon legislatif secara rutin terisi dalam rubrik *politika* ini. Dengan adanya pemberitaan mengenai caleg ini juga merupakan sebuah langkah koran ini untuk memberikan pemberitaan caleg tersebut ke ranah publik dari profil caleg, visi misi, gagasan caleg, aktifitas caleg atau persoalan lain semisalnya kasus-kasus yang terjadi dalam perhelatan pemilihan umum tahun ini dihadapan pembaca lokal di Kalimantan Selatan. Dengan harapan pembaca bisa mengetahui dan mampu bersikap dalam menentukan pilihannya nanti pada pemilu mendatang dalam memilih wakil mereka maupun di tingkat DPRD Kota/ Kabupaten ataupun DPRD Provinsi Kalimantan Selatan bahkan DPD, DPR Pusat.

Untuk melihat persoalan itu maka penulis mencoba menganalisis dengan menggunakan *framing* dalam membedah teks-teks berita tentang caleg pada koran ini, analisis ini merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto : 2012: 76-79). Atas latar belakang inilah penulis akan mencoba menganalisa dengan menggunakan analisis *framing* untuk mengetahui bingkai berita caleg yang ada pada rubrik *Politika* serta sikap koran ini dalam membingkai berita caleg di rubrik *Politika* pada SKH Media Kalimantan.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah diatas, maka terdapat beberapa masalah penelitian yang dituangkan dalam bentuk rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana *framing* pemberitaan caleg pada pemilu 2014 di Media Lokal Kalimantan Kalimantan Selatan Di Rubrik *Politika* SKH Media Kalimantan?, Bagaimana sikap SKH Media Kalimantan dalam membingkai berita caleg pada pemilu 2014 di Rubrik *Politika*?

Kajian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini merujuk pada beberapa hasil penelitian sejenis, artinya memiliki kemiripan dari segi tema, subjek penelitian, obyek penelitian dan metode penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan, seperti konteks bahasan analisis *framing* dalam pemberitaan, di antaranya yaitu : Laporan Penelitian Analisis *Framing* Pemberitaan Malinda Dee di Detikcom, Majalah Tempo & Metro TV Oleh Nurul Hasfi, S.Sos, MA Fakultas Fisip Universitas Diponegoro Tahun 2011. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing* Pan dan Kosicki dan menggunakan paradigma konstruktivisme serta menggunakan Teori Representasi (*Theory of Representation*) yang dikemukakan oleh Stuart Hall (1997) menjadi teori utama yang melandasi penelitian ini. Pemahaman utama dari teori representasi ini adalah penggunaan bahasa (*language*) untuk menyampaikan sesuatu yang berarti (*meaningful*) kepada orang lain. Representasi bagian terpenting dari proses dimana arti (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antara anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi mengartikan konsep (*concept*) yang ada di pikiran kita dengan

menggunakan bahasa. Dan tesis dari mahasiswa program Pascasarjana Studi Ilmu Komunikasi tahun 2011 Universitas Diponegoro Semarang yaitu Noor Irfan dengan tesisnya yang berjudul analisis *framing* pemberitaan harian Kompas atas Ruuk-DIY. Tesis ini menggunakan metode Penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan konstruktivis serta menggunakan beberapa diantaranya teori spiral keheningan (*spiral of silence theory*), teori *agenda setting*, empat teori pers. Dan pada analisis *framing* dari penulis menggunakan *framing* model Gamson dan Modigliani, gagasan Gamson dan Modigliani mengenai *framing* media berasaskan pada sebuah *frame* mempunyai struktur internal dimana terdapat suatu pusat organisasi atau ide yang membuat peristiwa menjadi berarti dan menekankan suatu isu. Model *framing* dari Gamson dan Modigliani ini berasaskan pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media (berita dan tulisan lainnya) terdiri dari paket penafsiran yang mengandung bangunan tertentu.

Jenis penelitian ini ialah *deskriptif* dengan menggunakan metode Kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk menggambarkan aspek tertentu dari sebuah realitas yang dibingkai oleh SKH Media Kalimantan menjadi sebuah berita yang kemudian menjadi realitas media dalam hal ini pemberitaan di rubrik *politika* mengenai pemberitaan caleg pemilu 2014. Format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2006: 68).

Metode yang digunakan ialah analisis *framing*, merupakan salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma *konstruksionis*. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Pertanyaan utama dalam pandangan konstruksionis adalah, fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan ada dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan (Eriyanto, 2012: 47). sedangkan unit yang akan dianalisis oleh penulis adalah berita-berita mengenai pemberitaan caleg di rubrik *Politika* dari awal bulan Januari – akhir Maret 2015 di SKH Media Kalimantan. Berikut edisi-edisi pemberitaan caleg yang akan dianalisis penulis diantaranya pada edisi 3, 4, 9, 15, 18 Januari 2014, edisi 5, 11, 13, 19, 21, 22 Februari 2014, edisi 5, 20, 22 Maret 2014. Untuk kriteria unit yang akan penulis analisis ialah berdasarkan pemberitaan caleg dari berbagai caleg partai lain dan caleg partai yang sama dari pemilik media itu sendiri serta tema tentang caleg secara umum.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konstruksi Media Terhadap Realitas**

Menurut ahli sosiologi Gaye Tuchman, dalam bukunya *Making News* (1978), menyatakan bahwa berita merupakan konstruksi realitas sosial. Bukti tersebut didasarkan pada serangkaian *observasi partisipatoris* di ruang berita media dan wawancara pegawai pemberitaan selama sepuluh tahun. Tindakan membuat berita kata Tuchman, adalah tindakan mengonstruksi realita itu sendiri, bukan penggambaran

berita. Dia menekankan bahwa berita adalah sekutu lembaga-lembaga yang berlegitimasi dan bahwa berita juga melegitimasi *status quo*. Tuckman mengaitkan profesionalisme berita dan organisasi berita dengan kemunculan kapitalisme korporat. Menurutnya, berita adalah sumber daya sosial yang mengonstruksi membatasi pemahaman analitis tentang kehidupan kontemporer. Dia mengatakan bahwa melalui praktik-praktik rutinnnya dan klaim para profesional berita untuk melakukan *arbitrase* pengetahuan dan menyajikan pemaparan faktual, berita melegitimasi *status quo* (Werner J Saverin, James W Tankard Jr, 2008: 400-401).

Pada dasarnya, pekerjaan media adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja mengkonstruksikan realitas yang dipilihnya. Konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*), menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul “*The Social Construction of Reality, a Teatise in the Sociological of Knowledge*” (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2008: 13). Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta.

Konstruksi sosial media massa atas realitas sosial terjadi dalam dua kategorisasi proses, *Pertama*, membangun konstruksi sosial, dan *Kedua*, kategorisasi membangun citra media. Membangun konstruksi sosial terdiri dari tahap menyiapkan materi, sebaran konstruksi, pembentukan konstruksi, konfirmasi, dan perilaku keputusan konsumen. Sedangkan kategorisasi membangun citra media, adalah proses mediasi yang mengubah citra cerita iklan ke dalam citra media televisi (Bungin, 2008: vii).

## **Kepemilikan & Sikap Media**

Kepemilikan media tidak dapat dipisahkan dari kepentingan ekonomi politiknya, *Interest* atau kepentingan pemilik dikhawatirkan akan memengaruhi pesan yang disampaikan media dan hegemoni ideologi media yang akhirnya berpengaruh kepada khalayak. Kepentingan pemilik media, dalam teori Marxist klasik, dengan materials production yang dimilikinya mampu memengaruhi dan menguasai konten media. Khalayak atau kaum proletar dalam istilah Marx, pada akhirnya hanya akan dihadapkan oleh satu nilai atau perspektif, yakni kelas borjuis atau para kapitalis media sendiri (Curran & Gurevitch, 1982 dalam Henry Subiakto & Rachmah Ida, 2014: 165). Dengan penguasaan materi (*classical Marxist*), para pemilik modal media berusaha menyebarkan lebih banyak lagi jejaring medianya agar kekuasaannya bisa lebih luas menjangkau khalayak. Pada akhirnya, jumlah media yang ada di dunia ini sangat banyak, namun jumlah kepemilikannya memusat atau dikuasai oleh segelintir orang tertentu Croteau & Hoymess, 2013 Dalam Henry Subiakto, Rachmah Ida, 2014: 166.

Dari sisi kepemilikan, media yang berbeda pemiliknya, tentu mempunyai tujuan yang berbeda pula. Secara umum ada tiga model kepemilikan media, yaitu :

- a. Model Komersil (*Commercial Model*) atau Media Komersil  
Media model ini dimiliki dan didanai oleh para pengusaha, dengan tujuan utamanya adalah menggunakan media sebagai alat atau mesin usaha untuk mencari laba.
- b. Model Layanan Publik (*Public Services*) atau Media Publik  
Media model ini dimiliki dan didanai oleh negara, dengan tujuan utamanya adalah menggunakan media sebagai alat atau institusi publik dalam mencapai tujuan bernegara.
- c. Model Layanan Komunitas (*Community Services*) atau Media Komunitas  
Media Model ini dimiliki dan didanai oleh sekelompok masyarakat (komunitas) tertentu dengan tujuan utamanya adalah menggunakan media sebagai alat atau media komunikasi dan informasi bagi komunitas yang memilikinya.

## **Media Lokal**

Media lokal ini merujuk pengertian media yang dikelola, terbit, atau beroperasi di daerah. Artinya kantor pusat berlokasi di daerah tertentu dan mayoritas berita yang dimuat adalah berita mengenai daerah tersebut karena aspek kedekatan (*proximity*). Dalam konteks surat kabar, dapat dilihat dari sisi distribusi, surat kabar daerah biasanya tidak dapat dibeli didaerah-daerah lain, kecuali secara berlangganan. Konsepsi ini sedikit berbeda dengan surat kabar regional dengan skala distribusi nasional sebagaimana fenomena koran Jawa Pos. Media regional semacam ini terbit didaerah (biasanya di ibukota provinsi) dan disebarkan ke daerah lain, bahkan ke seluruh Indonesia. Sedangkan media lokal mencerminkan aspek pemberitaan yang lebih sempit dan lebih bersifat kedaerahan. Gazali (2000: 299) menyebutkan definisi lokalisme yang paling tradisional bersifat *spatial emphasis* dan berdasarkan pada pemahaman geografis terhadap sebuah komunitas. Prinsip filosofis yang ada di belakangnya menunjuk pada *market place* yang merupakan pusat kehidupan komunitas sebelum tumbuhnya urbanisasi. Baik sirkulasi komoditi maupun diskursus publik berlangsung di pasar. Lebih lanjut Yusuf (2008: 115) menegaskan, lokalisme ini terutama dialami pers Indonesia sejak era reformasi, sekaligus menandakan pers Indonesia menapaki tahap baru dalam identitas pers di tanah air yang terus-menerus berubah seiring dengan gejolak dinamika politik. Sementara itu (Dikutip Dalam Penelitian Iwan Awaluddin Yusuf : 2011).

## **Analisis Framing**

Ada beberapa definisi mengenai *framing*, berbagai definisi tersebut dapat diringkas dalam tabel berikut, dari tabel tersebut, terdapat berbagai definisi mengenai *framing* yang disampaikan oleh berbagai ahli. Meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian, ada titik singgung utama dari definisi *framing* tersebut. *Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Tabel I  
MODEL-MODEL *FRAMING*

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Robert N. Entman                    | Proses seleksi dari berbagai isu dan penekanan atau menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas/ isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau menonjol mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. |
| William A. Gamson                   | Sebuah <i>frame</i> mempunyai <i>struktur internal</i> . Pada titik ini ada sebuah pusat organisasi atau ide, yang membuat peristiwa menjadi relevan dan menekankan suatu isu. Sebuah <i>frame</i> umumnya menunjukkan dan menggambarkan <i>range</i> posisi, bukan hanya satu posisi.                                                                                                             |
| Murray Edelman                      | Apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan mengkonstruksi / menafsirkan realitas. Realitas yang sama bisa jadi akan menghasilkan realitas yang berbeda ketika realitas tersebut dibingkai atau dikonstruksi dengan cara yang berbeda.                                                                                                 |
| Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki | Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan & Kosicki ada dua konsepsi dari <i>framing</i> yang saling berkaitan yaitu dalam konsepsi psikologis & sosiologis.                                                                                              |

(Eriyanto : 2012)

Definisi lain, *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto : 2012: 76-79).

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson (1955-1972) dalam Reese 2001, 37. Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini lalu dikembangkan oleh Goffman (1974) yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membawa realitas. Analisis *Framing* adalah suatu tradisi dalam ranah studi komunikasi yang menonjolkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis wacana komunikasi, dalam prakteknya, analisis *framing* memungkinkan dilibatkannya konsep-konsep sosiologis, politik dan kultural untuk menganalisis fenomena-fenomena komunikasi, hingga suatu fenomena dapat benar-benar dipahami dan diapresiasi berdasarkan konteks



sosiologis, politis dan kultural untuk menganalisis fenomena-fenomena komunikasi. Hingga suatu fenomena dapat benar-benar dipahami dan diapresiasi berdasarkan konteks sosiologis, politis atau kultural yang meingkupinya. Konsep frame atau *framing* sendiri bukan murni berasal dari ilmu komunikasi, tetapi dari ilmu kognitif psikologi (Ia merupakan sebuah metode peneltian empirik dan tehnik analisis isi media yang mampu mengungkapkan upaya media untuk mendefinisikan realitas sosial).

Analisis *framing* merupakan salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Pertanyaan utama dalam pandangan konstruksionis adalah, fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang terberi, melainkan ada dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan (Eriyanto, 2009: 23).

Pan dan Kosicki membagi perangkat *framing* kedalam 4 struktur golongan besar yaitu *sintaksis*, *skrip*, *tematik*, *retoris*. Keempat struktur tersebut merupakan rangkaian yang menunjukkan framing dari suatu media. Keempat pendekatan tersebut dapat digambarkan kedalam bentuk skema sebagai berikut (Alex Sobur, 2004: 161) :

Tabel II

PERANGKAT *FRAMING* MODEL *FRAMING* PAN DAN KOSICKI

| Struktur                                        | Perangkat Framing                                               | Unit yang diamati                                                            |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| SINTAKSIS :<br><br>Cara wartawan menyusun fakta | Skema berita                                                    | Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan Sumber, Pernyataan, Penutup.        |
| SKRIP :<br><br>Cara wartawan mengisahkan fakta  | Kelengkapan berita                                              | 5W+1H                                                                        |
| TEMATIK :<br><br>Cara wartawan menulis fakta    | Detail<br><br>Koherensi<br><br>Bentuk kalimat<br><br>Kata Ganti | Paragraph, Proposisi, maksud kalimat berhubungan, moninalisasi antar kalimat |
| RETORIS :<br><br>Cara wartawan menekankan fakta | Leksigon<br><br>Grafis<br><br>Metafora<br><br>Pengadaian        | Kata, Idiom, Gambar/Foto, Grafik                                             |

(Alex Sobur, 2004)

**PENUTUP**

*Framing* dan Sikap SKH Media Kalimantan dalam pemberitaan calon legislatif yang ditemukan pada penelitian ini ialah mencerminkan adanya keberpihakan pemilik media secara aspek politik masih begitu nampak dibalik redaksi SKH Media Kalimantan. *Gatekeeper* dalam tubuh SKH Media Kalimantan nampak melakukan pembiasan terhadap berita-berita tentang caleg yang satu ideologi politik dengan pemilik media ketika misalnya dalam kasus dugaan melakukan sebuah pelanggaran pemilu, upaya pembiasan yang dilakukan SKH Media Kalimantan itu dilakukan dalam hal keterangan lengkap dari nama caleg, asal partai caleg tersebut telah di *framing* oleh *Gatekeeper* yang tidak ditampilkan sempurna pada pemberitaan tersebut. Kemudian juga SKH Media Kalimantan ada melakukan upaya penonjolan sisi negatif dalam

menyajikan pemberitaan terhadap narasumber lain (caleg lain atau Bawaslu, KPUD Kalsel) dalam menyoroti persoalan kasus pelanggaran pemilu misalnya.

Keberpihakan pemilik media yang dikonstruksi oleh *Gatekeeper* ini, pada pemberitaan tentang caleg yang tidak satu ideologi dengan pemilik media sering di *framing* dengan nada kritik atau penyorotan secara kritis dalam tiap berita caleg yang tidak seideologi politik dengan pemilik media dengan cara mencari legitimasi dari kalangan pengamat tertentu ketika menuliskan *framing* berita tersebut, Terutama ketika ada caleg lain yang bermasalah. Sekalipun ada berita terkait caleg lain yang mendapat *framing* cenderung positif dengan menonjolkan subjek pada caleg tersebut yang tidak satu ideologi politik dengan pemilik media. Sedangkan berita caleg yang satu ideologi politik dengan pemilik media ini maka berita tersebut di *framing* cenderung positif. Sedangkan pada tema yang lebih umum walau masih terkait judul yang sama tentang pemberitaan caleg juga, SKH *Media Kalimantan* ada upaya membingkai berita dengan cara mengonstruksi informasi pendidikan politik kepada khalayak pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Ibnu. 2004. "Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)". *Makara Human Behavior Studies in Asia*, Vol. 8, No. 1, April 2004. Makara, Sosial Humaniora Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Depok: Universitas Indonesia. hlm. 21-32.
- Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding the Local Media*. New York: Open University Press.
- Awaluddin Yusuf Iwan. 2011. "Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 14, Nomor 3, Maret 2011. hlm. 298-300.
- Bungin, Burhan. 2006a. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- \_\_\_\_\_. 2006b. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Changara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dabala, Jacek. 2021. *Thinking. The Heart of the Media*. Berlin: Peter Lang.
- Eriyanto. 2001. *Analisa Wacana dengan Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Franklin, Bob. (ed.). 2006. *Local Media: Local Journalism in Context*. London & New York: Routledge.
- Guardino, Matt. 2019. *Framing Inequality: News Media, Public Opinion, and the Neoliberal Turn in U.S.* New York: Oxford University Press.
- Gulyás, Ágnes, & David Baines. (eds.). 2020. *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. London & New York: Routledge.
- Hasfi, Nurul. 2011. "Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee di detikcom, Majalah Tempo, dan Metro TV". *Laporan Penelitian*. FISIP Universitas Diponegoro Semarang.

- Hasnur Group. 2012. *Buku Orientasi Karyawan Hasnur Group*. Jakarta: Kholam Printing.
- J. Saverin, Werner, & James W. Tankard Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Nielsen, Rasmus Kleis. 2015. *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. London & New York City: I. B. Tauris.
- Ninan Thomas, Pradip. 2019. *The Politics of Digital India: Between Local Compulsions and Transnational Pressures*. New York: Oxford University Press.
- Noor, Irfan. 2011. "Analisis *Framing* Pemberitaan Harian Kompas Atas Ruuk-DIY, Universitas Diponegoro Semarang". *Tesis*. Master Program in Communication Science.
- Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Masssa*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Pimpinan Redaksi SKH Media Kalimantan. 2014. "Company Profile SKH Media Kalimantan". *Artikel*.
- Rane, Halim, Jacqui Ewart, & John Martinkus. 2014. *Media Framing of the Muslim World: Conflicts, Crises and Contexts*. London: Palgrave Macmillan.
- Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy Jr., August E. Grant. (ed.). 2001. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. London & New York: Routledge.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metodologi Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Subiakto, Henry, & Rachmah Ida. 2014. *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Susanto, Eko Harry. 2011. "Dinamika Media Massa Lokal dalam Membangun Demokratisasi di Daerah". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 9, Nomor 2, Mei-Agustus 2011. hlm. 117-127.
- Suwandi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tumber, Howard, & Silvio Waisbord. (eds.). 2021. *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. London & New York: Routledge.