

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KONFLIK AMERIKA-SURIAH PADA HARIAN KOMPAS

Dina Oktaviani¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui bagaimana harian Kompas membingkai berita konflik Amerika-Suriah melalui pendekatan analisis framing model Robert M. Entman. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari artikel-artikel berita yang berhubungan dengan konflik yang terjadi di Timur Tengah selama satu tahun yaitu edisi 7 mei 2013 sampai 1 januari 2014. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep framing model Robert M. Entman yang membagi frame menjadi 4 struktur yang terdiri dari define problems (pendefinisian masalah), diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah), make moral judgment (membuat pilihan moral), dan treatment recommendation (menekankan penyelesaian). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas menonjolkan tokoh Presiden Bashar al-Assad sebagai rezim penguasa otoriter di Suriah, tujuan pembedaan yang dilakukan Kompas adalah untuk mendorong kepada seluruh masyarakat internasional untuk bergandengan tangan mengatasi bencana kemanusiaan akibat perang di Suriah.

Kata Kunci : Analisis Framing, Konflik, Robert N. Entman, Kompas.

PENDAHULUAN

Munculnya pemberitaan konflik antara negara adidaya Amerika Serikat dengan Suriah menggemparkan dunia Internasional. Penyebab peristiwa ini ditengarai oleh pemerintahan presiden Suriah Basyar al-assad yang dianggap tidak demokratis oleh pihak barat. Bashar Al-Assad telah mengambil tampuk Pemerintahan dari ayahnya Hafez Al-Assad dengan penunjukkan secara aklamasi dan telah berkuasa di negara itu mulai tahun 2000. Sejak era perang dingin, Suriah terkenal dengan kekuatan militernya di kawasan dan identik dengan julukan Rusia Timur Tengah. Hal itu berkat kedekatan hubungan Suriah dengan Rusia sehingga kerap mendapat suplai senjata dari negara itu. Disamping itu Suriah menjadi tumpuan beberapa negara kawasan dalam menyelesaikan konflik militer yang sering terjadi di Timur Tengah. sejak tahun 1963 hingga 2011 Suriah terus memberlakukan undang undang Darurat Militer serta adanya serangan senjata kimia ke Amerika, Amerika pun jengah dan melaksanakan agresi militer di Suriah. Karena dianggap kekuatan lawan tidak jarang beberapa kasus sebelumnya sudah pernah diangkat untuk merontokkan Suriah terutama Presidennya, namun semuanya gagal.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Email: syaidinaelrumi@gmail.com

Harian Kompas merupakan surat kabar harian nasional yang didirikan oleh P.K. Ojong. Dia sempat menggecap kehidupan pers di masa revolusi kemerdekaan, demokrasi dipimpin juga awal orde baru (Ignatius Haryanto, 2004:26)

Kompas adalah surat kabar berskala nasional dan memiliki beberapa biro. Kompas merupakan media yang kritis dan obyektif dalam memberitakan suatu peristiwa, termasuk dalam memberitakan konflik Amerika-Suriah yang cukup banyak menyita perhatian publik. Distribusi Kompas bahkan sampai ke Kalimantan Timur yang masyarakatnya tidak ketinggalan membaca Kompas.

Ketertarikan analisis peneliti terhadap media Kompas karena media ini memiliki cakupan yang luas dan berkarakter kolektivis yang cenderung mendahulukan dan merangkul kepentingan kelompok daripada kepentingan individu serta lebih menjaga atau memelihara dimensi harmoni kelompok. Dalam hal penyampaian beritanya, Kompas cenderung menggunakan komunikasi konteks tinggi. Sikap pro atau pun kontra terhadap suatu isu tidak disampaikan secara langsung dan *frontal*.

Melalui pbingkai berita, media mampu memberikan ruang-ruang pro dan kontra terkait peristiwa-peristiwa nasional. Karena media, menurut Iriantara (2005:526) :

Melakukan mediasi atas realitas, sehingga realitas bukan saja lebih menarik tapi juga lebih indah atau lebih dramatis dari realitas sesungguhnya. Itulah representasi yang dilakukan media, yang prosesnya sangat dipengaruhi kepentingan kekuasaan politik atau ekonomi. Disanalah media lahir dan hadir sebagai mediator yang menjalankan peran dan fungsi strategisnya. Titik-titik respon media terhadap peristiwa perlahan menjadi satu garis bingkai yang utuh tentang bagaimana sepak terjangnya dalam dunia pers Indonesia.

Berkaitan dengan hal itu, analisis *framing* adalah metode teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Swanson dalam Pawito (2009:40) melihat bahwa terbentuknya konstruksi melibatkan proses interpretasi. Proses interpretasi ini menghubungkan diri seseorang dengan aktivitas serta perilakunya.

Berdasarkan aspek – aspek tersebut penulis mencoba untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Analisis *Framing* Pemberitaan Konflik Amerika-Suriah pada Harian Kompas”**

Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah dalam penulisan penelitian yang merujuk pada latar belakang diatas adalah : Bagaimana harian Kompas membingkai berita konflik Amerika-Suriah

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana harian Kompas membingkai berita konflik Amerika-Suriah

Kerangka Dasar Teori

Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann

Pada tahun 1966 Peter L. Berger dan Thomas Luckmann "*The Social Construction of Reality: A Treatise In The Sociological of Knowledge*" menjelaskan bahwa individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dialami secara subyektif. Berger dan Luckmann mengartikan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman antara "kenyataan" dan "pengetahuan". Suatu realitas sosial berdiri oleh kehadiran individu baik di dalam maupun diluar realitas tersebut.

Proses konstruksi sosial berlangsung dalam tiga bentuk realitas yakni *symbolic reality*, *objective reality*, dan *subjective reality*. Tiga bentuk realitas tersebut berlangsung dalam tiga momen simultan yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Lebih jauh mengenai hal tersebut mari kita simak pendapat dari Hidayat (2003: 7-8) berikut:

Objective reality, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola (tercakup didalamnya adalah berbagai institusi sosial dalam pasar), yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta. *Symbolic reality*, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai "objective reality", termasuk di dalamnya teks produk industri media, representasi pasar, kapitalisme, dan sebagainya dalam media. Sedangkan *subjective reality* merupakan konstruksi definisi realitas (dalam hal ini misalnya media, pasar, dan seterusnya) yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi.

Dari pendapat ahli diatas dapat peneliti simpulkan bahwa realitas sosial adalah realitas yang dikonstruksi terus-menerus secara subjektif. Dalam prosesnya, konstruksi sosial berlangsung dalam tiga bentuk yaitu *symbolic reality*, *objective reality* dan *subjective reality*. Kemudian ketiga realitas tersebut dibentuk melalui tiga momen simultan yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Konstruksi Sosial Media Massa

Konstruksi sosial media massa diambil dari pendekatan teori konstruksi sosial atas realitas milik Berger dan Luckmann dengan melihat fenomena media massa pada ketiga proses konstruksi sosial (eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi). Dari sudut pandang ini terdapat empat tahapan dalam menyiapkan materi konstruksi sosial, keempat tahap tersebut adalah tahap menyiapkan konstruksi, tahap sebaran, tahap pembentukan dan tahap konfirmasi. Lebih lanjut mengenai tahapan tersebut mari kita perhatikan pendapat dari Bungin (2007:205-212) berikut :

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi : ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi : sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan

agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa; (3) sebagai pilihan konsumtif.
4. Tahap konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Dari penjelasan mengenai konstruksi sosial media massa diatas dapat peneliti simpulkan bahwa yang dimaksud dengan konstruksi sosial media massa adalah teori yang diambil dari pendekatan teori konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann dengan melihat fenomena media massa. Konstruksi sosial media massa terjadi dalam empat tahap. Tahap pertama adalah tahap menyiapkan materi konstruksi yaitu keberpihakan media massa, keberpihakan pada masyarakat dan keberpihakan pada kepentingan umum. Tahap kedua adalah tahap sebaran konstruksi pada tahap ini dilakukan melalui strategi media massa yang memiliki prinsip yaitu harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Ketiga adalah tahap pembentukan konstruksi dan yang terakhir (tahap keempat) adalah tahap konfirmasi yaitu tahap ketika media massa mau pun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Realitas Media

Media memiliki realitas yang disebut realitas media, realitas tersebut tidak dipahami sebagai seperangkat fakta tetapi hasil dari pembentukan realitas. Pemaknaan terhadap realitas dilakukan media melalui pemilihan dan pendefinisian fakta. Media menentukan realitas melalui bahasa atau kata-kata tertentu. Kata-kata yang digunakan dapat menggiring pengetahuan/perspektif khalayak dalam memahami suatu peristiwa. Mari kita perhatikan pendapat dari Sobur (2001:42) berikut:

Kata atau bahasa, dalam wacana linguistik, diberi pengertian sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap), yang bersifat arbitrer (berubah-ubah) dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran.

Realitas yang bisa didapatkan dari media massa atau media-media lain yang berhubungan langsung dengan publik bisa dianggap mewakili persepsi yang lebih besar atau masif (Wasesa, 2010:55)

Dengan demikian, jelas bahwa media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca.

Empat Teori Pers (Four Theories Of The Press)

Pers memiliki andil besar dalam pembentukan opini masyarakat. hal ini disebabkan karena pers selalu bergulat dengan struktur masyarakat yang ada

sehingga masyarakat dapat dengan mudah menerima penyebaran informasi yang menimbulkan beragam opini akan suatu kondisi sosial.

Dalam sejarah perkembangannya, beberapa tokoh seperti Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm telah merumuskan empat teori pers. Dalam bukunya yang berjudul “Four Theories of the Press” dimuat tentang empat teori pers, yang meliputi: *authoritarian press* (pers otoritarian), *libertarian press* (pers libertarian), *soviet communist* (press atau pers komunis soviet), dan *social responsibility press* atau pers tanggung jawab sosial.

Pengertian pers di Indonesia tercantum pada pasal 1 UU no. 40 tahun 1999 yang berbunyi:

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”

<http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2040%20Tahun%201999%20tentang%20Pers.pdf> (diunduh pada 23 Januari 2015 pukul 2.48 WIB)

Dalam sistem tersebut terdapat hak dan kewajiban pers sebagai media komunikasi masyarakat. Pers tidak dapat berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lain, pers berada dalam keterikatan organisasi dengan negara oleh karena itu pers dipengaruhi oleh falsafah dan sistem politik negara tempat pers itu beroperasi. Undang-Undang Pokok Pers No.40/1999 telah memberi landasan yang kuat bagi perwujudan kemerdekaan pers di Indonesia. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa sistem pers di Indonesia menganut sistem pers tanggung jawab sosial.

Komunikasi Massa

Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi.

Definsi komunikasi massa dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr. dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy dalam Ardianto (2009:5) sebagai berikut:

Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-

prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik

Dari pendapat ahli diatas peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas yang bersifat heterogen dan anonim secara serentak melalui media massa baik cetak mau pun elektronik

Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang dilakukan melalui media massa memiliki beberapa karakteristik dalam penyampaian pesannya. Menurut Effendy (1993:81) yang perlu kita ketahui cakupannya yaitu:

1. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio dan televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa. Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial. Pengawasan terhadap faktor tersebut dapat dilakukan secara resmi sejauh bersangkutan dengan larangan dalam bentuk hukum, terutama yang berhubungan dengan penyiaran ke luar negeri. Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendapatan, kelas sosial, dan pembatasan yang bersifat teknik. Penggunaan lebih banyak media audiovisual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dan perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

2. Komunikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan. Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis, maka oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh. Suatu paradoks dari heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa, ialah pengelompokkan komunikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran, serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai. Jelasnya, komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama, meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikan tersebut tergeser-geser terus menerus, serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

3. Media massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Keserempakan dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif. Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan, kedua keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa, hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lain.

4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum. Yang terakhir ini, umpamanya mencakup keharusan untuk objektif dan tanpa prasangka dalam memilih dan menanggapi pesan komunikasi yang mempunyai norma-norma penting. Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan *ratio output-input* komunikan sangat besar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikan itu terdapat mekanisme resmi yang dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikan, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

Dari beberapa ciri-ciri komunikasi massa diatas dapat peneliti simpulkan bahwa karakteristik komunikasi massa antara lain (1) komunikasi massa bersifat umum yang artinya pesan komunikasi massa terbuka untuk semua orang (2) komunikasi massa bersifat heterogen yang artinya pesan yang disampaikan diterima oleh lapisan masyarakat yang berbeda dari segi budaya, kepentingan, pekerjaan, status sosial dan lain-lain (3) menimbulkan keserempakan yang artinya pesan-pesan yang disebarkan ditujukan secara serempak atau langsung kepada komunikan, komunikasi melalui media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*) dan yang terakhir (4) hubungan komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, artinya masyarakat yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator hal ini timbul dikarenakan penyebaran pesan dilakukan secara masal dan objektif.

Proses Komunikasi Massa

Pada hakikatnya komunikasi adalah suatu proses. Proses merupakan peristiwa yang berlangsung secara berkelanjutan. Proses memerlukan beberapa komponen (elemen) penunjang. Komponen disini adalah bagian-bagian yang

penting dan harus ada pada suatu keseluruhan atau kesatuan. salah satu pakar komunikasi wilbur schramm mengatakan bahwa untuk berlangsungnya proses komunikasi minimal diperlukan tiga komponen yaitu komunikator (*source*), pesan (*message*) dan komunikan (*destination*) apabila salah satu elemen tersebut tidak ada maka proses komunikasi tidak dapat berlangsung. Namun selain 3 komponen tersebut masih ada komponen lain yang berfungsi sebagai pelengkap. Pada proses komunikasi massa dibutuhkan komponen lain tersebut yang berfungsi sebagai penunjang terjadinya penyebaran pesan melalui media massa.

Ardianto (2009:28) mengartikan proses komunikasinya sebagai media cetak (*press*), media auditif (radio), media visual (gambar, lukisan) atau media audio visual (televisi dan film) berikut penjelasannya :

Pengertian proses komunikasinya dikenal dengan media cetak (*press*), media auditif (radio), media visual (gambar, lukisan) atau media *audio visual* (televisi dan film). Yang dimaksud dengan media di sini adalah alat yang dapat digunakan untuk mencapai massa (sejumlah orang yang tidak terbatas). Seorang komunikator dari komunikasi massa dapat menyampaikan pesan melalui buku, pamflet, majalah, surat kabar, rekaman, gambar poster, radio siaran, televisi, film, komputer serta aplikasinya dengan jaringan telepon dan satelit.

Surat Kabar

Media tidak hanya sekedar penyebar informasi. Media memiliki sejumlah tanggung jawab ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi.

Kurniawan Junaedhi (2006:13) menjabarkan surat kabar adalah koran, berikut pendapat dari Junaedhi:

Surat kabar mempunyai arti koran. Berupa harian atau mingguan yang tidak mempunyai gambar kulit (*cover*) yang terbuat dari jenis kertas lain. Terdiri dari beberapa halaman yang memiliki antara tujuh sampai sembilan kolom. Isinya mengenai informasi sehari-hari. Tergolong sarana komunikasi massa khusus yang berfungsi sebagai penyebar berita baru. Koran menyebabkan terjadinya pendekatan antara masyarakat dengan nilai-nilai baru.

Dari pendapat ahli diatas dapat peneliti simpulkan bahwa yang dimaksud dengan surat kabar adalah media massa yang tertua yang lahir ketika pertama kali ditemukannya mesin cetak di Jerman oleh Gutenberg. Surat kabar merupakan media diskusi suatu masalah berupa koran yang terbit harian atau mingguan memiliki tujuh sampai sembilan kolom berisi informasi sehari-hari. Surat kabar melibatkan tiga pihak yaitu wartawan, sumber berita dan khalayak.

Jenis-jenis Berita

Berita adalah produk hasil jurnalistik berupa laporan mengenai suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi di masyarakat. Menurut Sumadiria (2005:69) ada beberapa jenis berita yang dibuat sebagai produk-produk Jurnalistik dalam isi penerbitan pers khususnya surat kabar yaitu:

1. *Straight News* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa, yang disajikan dalam waktu singkat dan memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Berita *straight news* merupakan berita langsung, apa adanya, lugas. Biasanya diletakkan di halaman depan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why* dan *how* (5W 1H).
2. *Depth News Report* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan dalam berita langsung.
3. *Comprehensive News* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan dalam berita langsung.
4. *Interpretative Report* berita ini biasanya memfokuskan pada sebuah isu, masalah atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Fokus laporan beritanya mengenai fakta yang terbukti bukan opini.
5. *Feature Story* berbeda dengan jenis-jenis berita sebelumnya, *feature* ditulis mencari fakta dalam menarik perhatian pembacanya. Penulisan lebih bergantung pada gaya penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
6. *Depth Reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
7. *Investigatif Reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Pelaksananya sering ilegal atau tidak etis.
8. *Editorial Writing* adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum.

Konsep Framing

Framing pertama kali di gagas oleh Beterson pada tahun 1955. Beterson menjelaskan bahwa pada mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana untuk mengapresiasi suatu realitas. Menurut Sobur (2009:161-162), analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta, berikut penjelasannya:

Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Sebagai suatu metode analisis wacana, *framing* bertugas menemukan perspektif media dalam wacananya. Perspektif media inilah yang digunakan untuk mengkonstruksi suatu peristiwa. Perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut.

Konsep Framing Robert N. Entman

Konsep *framing* Entman, merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana, keempat elemen tersebut digunakan untuk menekankan kerangka pikiran terhadap suatu peristiwa yang diwacanakan.

Tabel 2.3: Konsep Framing Entman

1993	Entman	<i>To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation. And/or treatment recommendation for the item described.</i>
------	--------	--

([http://www.sclcr.com/library/showDoc.php?id=42_framing_entman](http://www.sclcr.com/library/showDoc.php?id=42_framing_entman_conseptualization) conceptualization diunduh pada minggu 1 februari 2015 11.29 WIB)

Entman memberikan penjelasan bahwa *framing* mengandung unsur pemilihan (*selection*) dan pengangkatan isu (*salience*). Untuk melakukan *framing* adalah untuk memilih beberapa aspek dari realitas dan membuatnya menjadi semakin menonjol (*salience*) dalam sebuah teks komunikasi, dalam pengertian lain untuk menunjukkan definisi masalah tertentu, intepretasi kausal, evaluasi moral dan rekomendasi perlakuan masalah pada suatu wacana. Melakukan diagnosa penyebab, mengidentifikasi akar utama dari suatu permasalahan, membuat penilaian moral, melakukan evaluasi terhadap *causal agents* dan efek yang dihasilkan, dan mengusulkan solusi, menawarkan rekomendasi perlakuan atas masalah yang ada dan memprediksi efek sosial yang akan muncul.

Definisi Konseptional

Berdasarkan teori, maka definisi konseptional dalam penelitian ini adalah mengetahui, mengevaluasi dan mendeskripsikan apa yang ingin dikonstruksi oleh Harian Kompas melalui pemberitaan Konflik Amerika-Suriah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian berita yang dilakukan harian Kompas terhadap isu tersebut. Pembingkaiian tersebut mewakili strategi konstruksi sosial yang dilakukan harian Kompas. Peneliti menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis *framing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2007:4) Penelitian deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti memaparkan hasil penelitiannya dengan kata-kata.

pada penelitian ini, subyek penelitiannya adalah surat kabar harian Kompas edisi 7 mei 2013 sampai 1 januari 2014.

Fokus Penelitian

Setelah peneliti memaparkan konsep-konsep diatas, fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Dengan memperhatikan uraian diatas serta bertitik tolak dari rumusan masalah, maka fokus penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Seleksi isu

Elemen ini memusatkan perhatian pada bagian atau sisi dari peristiwa tersebut yang diseleksi/ditampilkan dan bagian atau sisi mana yang dikaburkan/dikecilkan

- a. Pemilihan *lead*
- b. Pemilihan *angle*
- c. Pemilihan grafis

2. Penonjolan aspek

Pada elemen ini membahas mengenai fakta apa yang disajikan secara menonjol dan fakta mana yang disajikan secara tersembunyi

- a. Pemilihan kata
- b. Pemilihan kalimat
- c. Pemilihan gambar

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder :

1. Primer

Sugiyono, (2009:137), “data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya”.

Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini berupa kliping berita Kompas edisi 7 mei 2013 sampai 1 januari 2014

2. Sekunder

Menurut Bagon dan Sutinah (2005), “data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau kantor yang diteliti”. Hal senada datang dari Sugiyono, menurut Sugiyono (2009:137), “data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, data ini dapat ditemukan dengan cepat.” Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini peneliti mengolah data dari berbagai literatur, buku, majalah, jurnal, surat kabar, dan tulisan-tulisan yang berhubungan dengan topik penelitian.

1. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari foto saat wawancara dengan narasumber dan hasil *scan* kliping koran Kompas edisi 7 mei 2013 sampai 1 januari 2014

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada narasumber Bapak Jandro Daud selaku kepala seksi program di TVRI Kaltim. Wawancara dilakukan dengan teknik wawancara berstruktur, dimana peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan tertulis. Dengan wawancara terstruktur ini setiap narasumber diberi pertanyaan yang sama, dan peneliti merekam, mencatat poin penting, serta memfoto (dibantu sukarelawan) proses kegiatan wawancara.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dengan langkah-langkah yang ditempuh sebagai berikut:

a. Pengumpulan data (*Data collection*)

Dilaksanakan dengan cara pencarian data yang diperlukan terhadap berbagai jenis data dan bentuk data yang ada di lapangan, kemudian melaksanakan pencatatan data di lapangan.

b. Reduksi data (*Data reduction*)

Proses reduksi data dalam penelitian ini dapat peneliti uraikan sebagai berikut: Pertama, peneliti merangkum hasil catatan lapangan berupa hasil wawancara dan pengumpulan kliping berita selama proses penelitian berlangsung yang masih acak dan tidak teratur ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Kedua, peneliti menyusun data hasil catatan lapangan tadi menjadi kalimat faktual berupa paragraf penuh sesuai dengan fokus penelitian.

c. Penyajian data (*Data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. melalui penyajian data tersebut, maka data akan tersusun dalam pola hubungan maka akan mudah dipahami, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini peneliti paparkan dalam bentuk teks deskriptif.

d. Penarikan kesimpulan (*Verification*)

Setelah dilakukan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau *verification*. pada tahap ini didasarkan pada reduksi data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap awal,

didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil pengamatan peneliti, perbandingan konsep Entman dengan ketiga pakar lainnya adalah meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian dalam mbingkai suatu isu terdapat titik singgung utama dalam mengemas suatu berita. Pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media pada proses konstruksi realitas tersebut menghasilkan adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa.

Dari keseluruhan hasil analisis *framing* terhadap berita konflik Amerika-Suriah, peneliti menemukan bahwa artikel berita yang dimuat Kompas, Kompas menjunjung tinggi kaidah jurnalistik salah satunya adalah penulisan berita yang mengandung unsur 5W+1H yang menjadi syarat kelengkapan dalam penulisan artikel berita. Kompas juga banyak menampilkan kutipan dari berbagai sumber sehingga informasi dan data yang ditampilkan berimbang.

Hal ini menguatkan kenyataan bahwa media bukanlah ranah netral dalam berbagai kepentingan dan pemaknaan. Dapat dikatakan bahwa Kompas berusaha mempengaruhi konstruksi realitas sosial di masyarakat untuk memihak pada PBB walau tampak menyudutkan rezim Assad Kompas tetap menyajikan berita sesuai dengan visi misi dan ideologi yang dianutnya yaitu “*humanisme transdental*” humanisme yang imani, yang dalam perwujudannya harus selalu disegarkan dalam menghadapi segala perubahan serba cepat dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kesesuaian antara gambaran dan kata-kata yang disajikan Kompas dengan cara berpikir media tersebut mengenai konflik yang terjadi di Timur Tengah yang secara konsisten menunjukkan keberpihakan kepada PBB sebagai organisasi internasional yang menjunjung tinggi hak asasi manusia.

Kesimpulan

Sebuah media ketika membuat *framing* terhadap sebuah peristiwa atau gejala mempunyai maksud untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan visi, misi dan ideologi media tersebut. Analisis *framing* terhadap Kompas terkait dengan pemberitaan konflik Amerika-Suriah pada periode 7 Mei 2013 sampai 17 Januari 2014, yakni bermula dari adanya aksi serangan udara Israel ke Suriah yang menuai kritik dari PBB, China dan Rusia sampai keadaan Suriah yang semakin memburuk mendapati bahwa Kompas memang membuat *frame* dalam pemberitaan tersebut. Tujuan yang ingin dicapai dari *framing* tersebut jelas yakni meminta dan mendorong kepada seluruh masyarakat internasional untuk bergandengan tangan dalam mengatasi bencana di Suriah serta meminta upaya damai dari berbagai pihak yang berperang untuk mengurangi akibat tindak kekerasan yang diskriminatif dan melanggar hak asasi manusia. Dan *framing* itu

diwujudkan Kompas dalam satu bingkai: butuh komitmen besar. Penelitian ini mengungkapkan bahwa *framing* yang dibuat oleh Kompas memperhatikan konteks situasi yang terjadi di timur tengah.

Saran

Dalam menyajikan peristiwa yang menyinggung permasalahan yang kompleks seperti konflik antar negara. *Kompas* tetap memberitakan peristiwa tersebut dengan gaya khas Kompas, yaitu koran yang bekerja secara profesional dan berhati-hati dalam memberikan sebuah peristiwa. Secara teknis pemberitaan Kompas memenuhi unsur-unsur 5W+1H, 6 elemen berita seperti *significance*, *prominence*, dan lain sebagainya. Namun, penyeleksian dan penonjolan fakta-fakta dalam berita tetap dilakukan untuk suatu tujuan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti melihat bahwa Kompas memiliki kebijakan untuk menjunjung tinggi hak asasi manusia sehingga di tiap akhir pemberitaan yang dilakukan walau di awal dan pertengahan berita tampak menyudutkan pihak Presiden Bashar al-Assad di akhir paragraf Kompas selalu memberikan rekomendasi kepada kedua belah pihak untuk berdamai dan meminta PBB dan seluruh masyarakat internasional untuk bersama-sama membantu korban bencana kemanusiaan yang terjadi di Suriah.

Kompas hendaknya meningkatkan kinerja profesionalisme jurnalistik untuk lebih baik agar dapat menyajikan informasi dalam teks beritanya dengan jelas, seimbang, lengkap dan tidak menyudutkan satu pihak.

Penelitian tentang konflik antar negara ini dengan menggunakan analisis *framing* model Robert M. Entman lebih menekankan pada upaya damai kedua belah pihak yang berperang dalam hal ini adalah Kompas menonjolkan pemaknaan dan penafsiran mereka atas isu perang saudara yang terjadi di Timur Tengah. Oleh karena itu, masih memungkinkan untuk dianalisis dengan menggunakan perangkat *framing* lainnya seperti Pan dan Kosicki, yang tentunya berbeda dengan Entman. Dalam konsep Pan dan Kosicki, *framing* pada dasarnya merujuk pada cara wartawan menyusun fakta berbeda dengan Entman yang menganalisis suatu berita dari dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu isu begitu pula dengan perangkat *framing* Murray Edelman yang memiliki khas tersendiri yaitu membagi *framing* pada kategorisasi dan rubrikasi, lain lagi halnya dengan perangkat *framing* William A. Gamson, dalam melakukan studi media, titik perhatian Gamson terletak pada studi mengenai pergerakan sosial (*social movement*). Media sangat mungkin mempengaruhi masyarakat melakukan gerakan sosial karena jangkauannya yang bersifat massa. Oleh sebab itu, apabila permasalahan konflik Amerika-Suriah ini kemudian dilakukan dengan perangkat *framing* Gamson, Pan dan Kosicki atau pun Murray Edelman, tentu saja bisa menyempurnakan temuan-temuan dalam penelitian ini.

Selain saran teoritis yang peneliti ajukan diatas, peneliti juga mengajukan beberapa saran praktis kepada Kompas sebagai bahan refrensi dan pertimbangan untuk kedepannya. Peneliti berharap Kompas tetap memperhatikan penyajian

beritanya secara *cover both side* sehingga masuknya opini dari wartawan dapat diminimalisir agar unsur subjektivitas dapat berkurang.

Kepada para mahasiswa khususnya mahasiswa program studi ilmu komunikasi yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa, hendaknya dalam mengkaji penelitian menggunakan analisis *framing* dilakukan dengan serius dan memiliki banyak objek perbandingan. Semakin banyak objek yang diteliti dan dibandingkan, maka akan menunjukkan validitas analisis ini.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana.
- Elvinaro, Lukiati dan Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media,.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik di Media Massa sebuah Study Critical Discourse Analysis*. Jakarta: Granit.
- Haryanto, Ignatius 2004. *Obyektivitas Media*, dalam: majalah Pantau Yogyakarta: Wihdah Press.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Menjaga Iman dan Literasi Media*. Yogyakarta:Jalasutra.
- Kurniawan, Junaedhie. 1993. *Menggebrak dunia wartawan*. jakarta:Puspa swara.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. PT LKiS Pelangi Aksara, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagon dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Yusuf, Pawit M. 2010. *Komunikasi Instruksional:teori dan praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Sumber Internet

- Entman. _____. *Entman's Conceptualization of "Framing"*.
<http://sclcr.com/library/showDoc.php?id=42> diunduh pada minggu 1 februari 2015 11.29 WIB UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers
<http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2040%20Tahun%201999%20tentang%20Pers.pdf> diunduh pada 23 Januari 2015 pukul 2.48 WIB