

KONSTRUKSI MEDIA

Oleh:
Albertus Ruspranto P.A., S.Sn., M.Hum*

ABSTRAK

Lembaga media tidak pernah benar-benar netral. Mereka menyimpan keberpihakan dan berdiri di atas ideologi masing-masing. Media juga tidak pernah benar-benar seturut dengan produsen media yang menyiarkannya. Media mempunyai kekuatan untuk menyempal dan dimaknai berbeda oleh penontonnya. Meskipun begitu media atau lembaga media selalu berupaya membingkai (framing) produk-produk mereka, mengkonstruksi realitas. Media, terutama pemberitaan, seringkali dianggap sebagai representasi dari realitas. Dengan menggunakan analisis framing terkuaklah konstruksi realitas yang media coba bangun pada penontonnya dan perlawanan seperti apa yang mungkin bisa dilakukan penonton.

Kata kunci: media, konstruksi, analisis framing, realitas.

ABSTRACT

Media institutions were never really neutral. They keep partisanship and ideology stand on each. Media also never really according to the broadcast media producers. Media has the power to menyempal and interpreted differently by the audience. Even so media or media agency always tries to frame (framing) of their products, constructing reality. The media, especially news, are often regarded as a representation of reality. By using the framing analysis terkuaklah construction of reality that media have tried to build on the audience and the resistance, such as what might be done spectators.

Keywords: media, construction, framing analysis, reality.

1.

Televisi adalah salah satu produk industri budaya yang sampai sekarang masih memukau dan sekaligus bermasalah. Kehadirannya pada publik bukan lagi merubah tradisi komunitas, misalnya keluarga, tetapi lebih dari membentuk karakter orang per orang penontonnya. Ada ribuan kuasa yang terpecah, terselip,

menyusup di dalam program-program yang disajikan kepada penonton. Dan kuasa tersebut seringkali bisa tidak berhubungan dengan ideologi perusahaan bahkan bisa jadi kontraproduktif.

Ketika televisi dikuasai oleh penguasa (pemerintah) dan harus menjadi corong yang menyuarakan kebijakan-kebijakan dan upaya kontrol yang dilakukan oleh negara

terbukti kuasa media tidak sepenuhnya sejalan dengan ideologi penguasanya. Kuasa yang laten hadir di dalam citraan-citraan bisa saja menghasilkan makna yang berbeda ketika ditangkap oleh publik. Publik bukan hanya mereproduksi makna, tetapi memproduksi. Dan kuasa citraan tersebut hadir di antara makna yang diproduksi.

Kuasa media begitu kuat bahkan ketika terepresi oleh politik kekuasaan, apalagi setelah tekanan tersebut hilang dan tergantikan dengan kebebasan berekspresi.

Fiske mengajukan argumen bahwa budaya populer tersusun dari makna-makna yang dihasilkan oleh konsumen, bukan dari makna-makna yang bisa ditemukan di dalam teks-teks. Meski secara gamblang mengakui bahwa sebagian besar budaya populer diproduksi oleh perusahaan-perusahaan kapitalis, Fiske memilih untuk lebih memusatkan perhatian pada taktik-taktik populer yang digunakan untuk menghadapi kekuatan-kekuatan tersebut, untuk mengelak darinya atau melakukan perlawanan (Barker, 2005: 62).

Fiske mengakui betapa kuatnya kapitalisme menguasai industri media, apalagi setelah luruhnya

kebijakan-kebijakan pemerintah – dari beberapa negara- yang selama ini mencoba untuk membatasi kebebasan bersuara dan semakin canggihnya teknologi informasi-komunikasi. Beberapa pemerintahan negara yang cenderung totaliter di paruh akhir abad 20 banyak yang bubar dan digantikan dengan pemerintahan negara yang lebih demokratis; Uni Soviet yang sedemikian adi daya bubar dan terpecah-pecah. Demikian pula yang terjadi di Indonesia. Setelah momentum reformasi tahun 1998, kebebasan bersuara yang ujungnya juga kebebasan pers terbuka.

Media menemukan jalan kebebasannya. Semakin lintas batas, mengambang di antara batas-batas teritori. Kecanggihan teknologi komunikasi (media) memungkinkan itu terjadi. Internet menjadi salah satu ujung tombak pembelah batas. Di beberapa wilayah atau negara yang pernah mengalami masa-masa pemerintahan yang represif akan sangat merasakan dampaknya.

Tetapi yang kemudian menjadi masalah adalah dominasi pasar. Kekuatan modal besar dan penguasaan jejaring perdagangannya. Di Indonesia sekarang sedang

marak bertumbuh lembaga industri media yang bermodal kuat. Industri media menjadi salah satu pilihan bagi para pengusaha atau pemodal untuk investasi. Sebagai salah satu bidang usaha yang menjanjikan, di wilayah usaha ini akhirnya muncul banyak pemain dan persaingan yang cukup ketat di antara mereka. Di sinilah publik (kuantitas) dijadikan tolok ukur keberhasilan, dan diperebutkan.

Hikmat Budiman dalam bukunya *Lubang Hitam Kebudayaan* mengutip sebuah ungkapan bahwa perubahan kebudayaan dan sosial di Bali bukanlah disebabkan oleh arus wisatawan dan pertemuan-pertemuan lintas budaya yang terjadi tetapi oleh televisi. Begitu kuatnya televisi membentuk penontonnya, menghegemoni dan menumbuhkan hasrat konsumsi. Televisi dengan intensitas perjumpaannya dengan penonton menjadikannya alat yang paling strategis bagi produk-produk kapital merebut publik, baik lewat iklan maupun program-program yang lain di televisi. Dilihat dari perspektif konsumsi, hampir semua tayangan televisi mengarahkan publik untuk menjadi konsumen pasif. Pintu masuk pertama adalah dengan

mengkondisikan mereka mengonsumsi citraan-citraan yang disuguhkan oleh televisi.

Benar apa yang dikatakan Fiske bahwa pada akhirnya publiklah yang memilih, tetapi pilihan-pilihan tersebut terbatas pada pilihan-pilihan yang dibuat oleh media. Ketika publik sudah dihegemoni oleh citraan-citraan dalam televisi, misalnya dalam hal gaya hidup dan selera konsumeristik, maka pilihan-pilihan itu tidak akan jauh dari apa yang sudah mereka konsumsi di televisi. Pun demikian, pilihan-pilihan yang tersaji adalah pilihan-pilihan yang sudah disiapkan oleh media. Jadi pada dasarnya tidak ada pilihan.

Sekadar contoh, kehadiran MTV, stasiun televisi Amerika yang berisi program-program musik, begitu menghegemoni. MTV membentuk tidak hanya selera musik tetapi lebih dari itu; cara berpakaian, bahasa, makanan, gaya hidup bahkan cara berpikir publik penontonnya. MTV membentuk gaya hidup remaja perkotaan. MTV bukan satu-satunya stasiun televisi yang bisa diakses oleh penonton televisi, tetapi mengapa hanya MTV yang paling ditonton oleh remaja-remaja *gaul* atau yang ingin dilihat

gaul? Di antara banyak alasan, kemampuan stasiun ini menghegemoni telah menciptakan publik fanatiknya.

Di sinilah kemudian kuasa yang dimunculkan oleh televisi perlu dilihat secara kritis, termasuk kebermanfaatannya. Tentu saja, untuk menghilangkan televisi begitu saja dari ruang tamu atau kamar-kamar tidur penontonnya adalah tindakan yang musykil terjadi di negeri ini, setidaknya mungkin sampai sepuluh tahun ke depan hal tersebut sulit untuk dilakukan. Maka yang harus ditumbuhkan adalah kesadaran kritis dari para penontonnya untuk bisa memilah. Di antara pilihan yang terbatas, mana yang harus diambil dan mana yang tidak.

Kalau daya kritis penonton benar-benar ada maka sebuah kondisi pasar ideal pun akan muncul; publiklah yang memilih. Kalau publik sudah bisa memilih maka publik bisa menjadi kekuatan kontrol terhadap keberadaan media. Kontrol terhadap media tidak perlu dilakukan oleh pemerintah, sebab kalau itu terjadi kecenderungan keterbungkaman media sebagai saluran bersuara turut terancam. Penguasa mempunyai

kecenderungan untuk memaksakan kebenarannya. Pemerintah mempunyai kecenderungan demikian, begitu juga kuasa modal. Hanya saja kuasa modal terasa seakan-akan demokratis karena masih memberikan ruang pilihan dan terjadi tarikan-tarikan kuasa di dalamnya.

Dari pihak pengusaha media kesadaran tersebut harusnya terlebih dahulu disadari, bahwa usaha yang dijalankan adalah sebuah industri budaya, yang ukuran-ukurannya bukan hanya kapital tetapi juga kecenderungan kebudayaan yang muncul sebagai tujuan dan juga dampak. Para pelaku media harus memiliki kebertanggungjawaban, etika dan moral, agar media tidak seperti melepas kuda liar.

Tanggung jawab, etika, moral adalah ungkapan normatif yang seakan-akan dengan demikian persoalan hegemoni kapitalistik lewat media televisi bisa diselesaikan. Seakan-akan ideologi lembaga industri mempunyai kemampuan untuk mengontrol kuasa yang terpecah, menelisis, laten di antara program-program, jam tayang dan tradisi yang hadir di publik penontonnya. Makna diproduksi

si oleh penontonya bukan oleh teks-teks yang disajikan saja.

2.

Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm melakukan pencatatan sejarah perkembangan pers di dunia. Mereka mengklasifikasikan dunia pers dalam empat teori, yaitu: *authoritarian press* (pers otoritarian), *libertarian press* (pers libertarian), *soviet communist press* (pers komunis soviet), dan *social responsibility press* (pers tanggung jawab sosial).

1. *Authoritarian Press* (pers otoritarian)

Kekuasaan adalah segalanya. Pers otoritarian adalah sebuah situasi ketika kebenaran hanyalah milik penguasa. Bagaimana wajah kebenaran itu sangat tergantung dari penguasa yang mempunyai otoritas penuh atas pemaknaannya; rakyat tidak mempunyai kewenangan sama sekali untuk terlibat menentukan apa yang benar dan berlaku bagi kehidupan mereka. Apakah pada akhirnya kebenaran yang otoriter ini justru cenderung menindas rakyat atau tidak bukan masalah utama, yang penting adalah kekuasaan. Pers otoritarian ini banyak muncul di akhir era Renaisans Eropa - tidak lama setelah ditemukannya mesin cetak- ketika

otoritarian negara masih begitu kuat.

Pers digunakan sepenuhnya oleh negara untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan penguasa/ pemerintah yang harus dijalankan oleh seluruh rakyatnya. Pers sangat dekat dengan kekuasaan dan sama sekali tidak mempunyai kebebasan, dia hanya boleh bersuara atas ijin dan kepentingan penguasa. Keberadaan pers harus dengan ijin penguasa dengan kegiatan penerbitan yang harus mengacu pada kontrak kesepakatan antara penerbit dengan penguasa: harus tunduk dengan otoritas penguasa. Bila penerbit (pers) oleh penguasa dianggap tidak bisa bekerjasama, ijin penerbitan bisa dicabut kapan saja.

Kondisi seperti ini mengingatkan kita pada keberadaan pers Indonesia di jaman Orde Baru, ketika pemerintah menjadi penguasa yang otoriter dan bisa seenaknya saja mengontrol pers. Main breidel penerbitan pers yang dianggap tidak sejalan dengan keinginan penguasa.

2. *Libertarian Press* (pers libertarian)

Pers libertarian memposisikan pers sebagai lembaga kontrol

bagi pemerintah. Dia berperan sebagai alat untuk melakukan argumentasi dan menunjukkan bukti-bukti bagi publik untuk melakukan pengawasan atau kontrol terhadap jalannya pemerintahan.

Perusahaan-perusahaan media dalam katagori pers libertarian dimiliki oleh swasta. Pers relatif independen; terbebas dari tekanan dan kendali pemerintah/penguasa tetapi belum tentu terbebas dari kepentingan-kepentingan di luar idealisasinya, misalnya yang mulai terasa pada saat itu adalah kepentingan kapital.

Teori Libertarian mulai muncul dan marak pada sekitaran abad 17, bebarengan dengan tumbuhnya demokrasi politik dan paham kebebasan sebagai akibat revolusi industri dan digunakannya sistem ekonomi *laissez-faire*.

3. *Soviet Communist press* (pers Soviet Komunis)

Tugas pokok pers Soviet Komunis adalah menyokong, menyukseskan dan menjaga kontinuitas ideologi, sistem sosialis negara dan pemerintahan partai. Lembaga ini melakukan pembimbingan dan terus menerus mempropagandakan cita-cita partai agar rakyat tetap

terjaga dari pengaruh ideologi dari luar. Media menjadi salah satu instrumen partai penguasa.

Teori pers Soviet ini dijiwai oleh Marxisme resmi (Marxisme Leninis). Mengabdikan kepada kepentingan partai sebagai alat perjuangan rakyat. Pers Soviet harus melakukan apa saja yang terbaik bagi partai dan mendukung partai sebagai sikap dan perbuatan moral yang berorientasi pada kepentingan rakyat.

4. *Social Responsibility Press* (pers tanggung jawab sosial)

Asumsi utama teori ini bahwa kebebasan pers yang absolut akan menyebabkan terjadinya dekadensi moral. Maka perlu adanya kesadaran etika dan moral dalam sistem jurnalistik dan pers; bagaimana pers bertanggung jawab dan menjadikan etika dan moral jurnalistik dalam kerja mereka sebagai bagian dari publik.

Teori ini berkembang pada abad 20, ketika dunia media semakin berkembang, di antaranya mulai bermunculannya media massa elektronik, di antaranya televisi. Lalu lintas informasi yang semakin padat dan canggih ini rupanya kemudian menumbuhkan kesadaran

an dari kalangan pers akan perlunya pertanggungjawaban etika dan moral terhadap publik.

Pada dasarnya teori pers tanggung jawab sosial mempunyai kesamaan fungsi dengan teori pers libertarian, ada enam tugas pers :

- a. Melayani sistem politik dengan menyediakan informasi, diskusi dan perdebatan tentang masalah-masalah yang dihadapi masyarakat.
- b. Memberi penerangan kepada masyarakat, sedemikian rupa sehingga masyarakat dapat mengatur dirinya sendiri.
- c. Menjadi penjaga hak-hak perorangan dengan bertindak sebagai anjing penjaga (*watch dog*) yang mengawasi pemerintah.
- d. Melayani sistem ekonomi dengan mempertemukan pembeli dan penjual barang atau jasa melalui medium periklanan
- e. Menyediakan hiburan.
- f. Mengusahakan sendiri biaya finansial, sehingga bebas dari tekanan-tekanan orang yang punya kepentingan.

Perkembangan pers Indonesia sangat terkait dengan per-

ubahan politik dalam negeri dan isu demokratisasi pers yang dihembuskan oleh negara-negara maju yang lebih dulu mengedepankan pers libertarian dan pers yang bertanggung jawab. Keberadaan pers yang telah berfungsi sebagaimana mestinya itulah yang coba diacu oleh pers Indonesia yang sedang berbenah.

Pers adalah sebuah lembaga yang sangat penting perannya dalam kehidupan berbangsa. Bukan saja sebagai lembaga yang menginformasikan berbagai peristiwa yang terjadi, baik kabar dari dalam maupun dari luar negeri, lebih dari itu, pers juga bisa berperan sebagai saluran konflik, alat kontrol kekuasaan, bahkan bisa sangat strategis posisinya dalam upaya pembentukan opini dan wacana publik. Maka tidak heran, sebagaimana keempat teori tersebut, pers diperebutkan oleh kepentingan-kepentingan kekuasaan, baik kekuasaan negara (pers Soviet Komunis dan pers otoritarian) maupun kuasa kapital (pers libertarian).

Keempat teori tersebut mungkin tidak lagi bisa diterapkan sepenuhnya untuk melihat kecenderungan pers sekarang. Kondisi

politik, ideologi dan sistem pemerintahan suatu negara memang sangat menentukan wajah media yang tumbuh di negara tersebut. Namun demikian dengan perkembangan teknologi informasi yang sekarang sangat sulit bagi kekuasaan negara melakukan pengontrolan masif. Pasti ada saja kebocoran-kebocoran yang diupayakan.

Kondisi pers di Indonesia jaman Orde Baru, ketika kuasa pemerintah begitu otoriter, adalah sebuah contoh ketertindasan. Akhirnya bukan saja pers yang sangat terbatas ruang gerakannya dan cenderung dijadikan corong bagi kepentingan-kepentingan penguasa untuk mengontrol dan mendisiplinkan masyarakat, tetapi juga terbungkamnya kebebasan bersuara, berpendapat bagi seluruh rakyat Indonesia. Semuanya menjadi seakan-akan satu arah saja, *top-down*. Wujudnya adalah perintah! Namun demikian ada saja pihak-pihak yang berani melakukan perlawanan, setidaknya meresistensi kuasa rezim. Konsekuensinya adalah dibreidel. Dan sejarah membuktikan bahwa perjuangan melawan keterbungkaman di negeri ini menemukan titik keberhasilan-

nya. Akhirnya jalan menuju demokratisasi pers terbentang. Hanya saja yang kemudian sempat terjadi adalah ketika euforia demokrasi terjadi, setelah sekian puluh tahun terbelenggu, dunia media pun tidak ketinggalan merayakan pesta poranya.

Akhirnya apa yang dikhawatirkan dalam teori libertarian terjadi. Seakan-akan modal adalah kunci dari segala-galanya; modal menjadi bentuk kekuasaan berikutnya yang begitu menghegemoni dunia media. Benar bahwa realitas berita adalah konstruksi yang dilakukan oleh para pelaku media, mereka bisa memanfaatkan kemampuan, kemudahan mengakses sumber-sumber berita dan mempunyai kekuatan untuk melakukan *framing* terhadap pemberitaan. Tetapi kemudian yang terjadi adalah terciptanya rimba raya informasi yang saling tubruk, tumpang tindih. Seakan-akan dunia media adalah ranah bebas etika dan moral.

Pembatasan-pembatasan terhadap kesewenang-wenangan tersebut perlu dilakukan. Tentunya tidak dengan cara seperti yang diterapkan oleh rezim Orde Baru. Kalau industri media bisa melakukan *framing*, pastinya publik

juga bisa melakukan produksi makna. Begitu juga kalau media terjebak dalam euforia kebebasannya, tentunya publik juga perlu melakukan kontrol.

Kontrol bisa dilakukan dengan menumbuhkan pemahaman masyarakat seputar dunia media kaitannya dengan moralitas dan etika jurnalistik (melalui pendidikan); menumbuhkan selera publik; dan akhirnya memunculkan lembaga-lembaga kajian media yang tugasnya memberikan catatan-catatan dan masukan kepada publik, pemerintah dan lembaga media berkait dengan kajian yang sudah dilakukan.

Peran pemerintah diminimalisir, kontrol diserahkan kepada publik dalam bermacam bentuknya. Selain itu yang lebih penting adalah perlu tumbuhnya rasa bertanggung jawab dan beretika dalam menjalankan kewajiban jurnalistik bagi para pelaku, termasuk lembaga-lembaga industrinya.

3.

Di banyak ruang perbincangan di masyarakat seringkali kita temui pembicaraan-pembicaraan hangat berkaitan dengan peristiwa-peristiwa atau berita-berita yang dilansir media massa, baik

koran, majalah, radio maupun televisi. Peristiwa-peristiwa yang aktual diberitakan oleh media massa mendapat perhatian utama; tidak jarang masing-masing partisipan diskusi berlomba untuk menjadi yang paling tahu, yang paling menguasai informasi atas peristiwa aktual tersebut. Yang paling menguasai dialah akhirnya yang akan mendominasi perbincangan. Biasanya, dalam perbincangan-perbincangan tersebut, mereka tidak lupa menyampaikan dari mana kabar itu diterima. Mengutip dari sumber berita yang diterimanya.

Dari peristiwa yang sama, yang diberitakan oleh semua media massa, ternyata tetap saja menimbulkan perdebatan. Tidak jarang perdebatan tersebut berkisar pada informasi yang diterima masing-masing; sebuah peristiwa yang sama ternyata mempunyai kemungkinan diberitakan dengan sudut pandang yang berbeda-beda oleh masing-masing perusahaan media yang berbeda (dan akan berbeda lagi ketika dimaknai oleh publik yang mengaksesnya). Dalam kasus-kasus yang diberitakan oleh media massa, mengapa ada peristiwa yang diberitakan dan ada

yang tidak diberitakan? Mengapa ada yang mendapat porsi besar dalam pemberitaan dan ada yang tidak? Mengapa muncul kesan media ada kecenderungan berpihak?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut terjawab oleh apa yang disebut analisis *framing*. Dalam analisis *framing*, yang kita lihat adalah bagaimana cara media memaknai, memahami, dan membingkai kasus/peristiwa yang diberitakan. Metode semacam ini tentu saja berusaha mengerti (*verstehen*), dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Pada dasarnya *frame* adalah untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas.

Analisis *framing* termasuk dalam paradigma konstruksionis. Sebagai suatu metode, analisis teks banyak mendapat pengaruh dari teori sosiologi dan psikologi. Dari sosiologi dikenal terutama dua orang yang berjasa menyumbang gagasan-gagasan yang mempengaruhi analisa *framing*, mereka adalah Peter L. Berger dan Erving Goffman, sedangkan teori psikologi

terutama yang berhubungan dengan skema dan kognisi.

Konsep konstruksionisme diperkenalkan pertama kali oleh Peter L. Berger. Tesis utama Berger adalah manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus-menerus. Masyarakat adalah produk manusia, namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Seseorang baru menjadi pribadi yang beridentitas sejauh ia tinggal di tengah-tengah masyarakat. Berger menyebut kondisi tersebut sebagai dialektik. Proses dialektik tersebut mempunyai tiga tahap: *pertama*, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. *Kedua*, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil eksternalisasi misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non material dalam 'bahasa'. Benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas objektif. *Ketiga*, internalisasi,

yaitu penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Menurut Berger realitas tidak dibentuk secara alamiah, tetapi dikonstruksi. Dengan demikian maka realitas berwajah plural. Setiap orang, dengan lingkungan pergaulan, pengalaman dan pendidikan tertentu bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Sebagai hasil dari konstruksi tersebut maka ada realitas subjektif dan realitas objektif. Realitas subjektif menyangkut makna, interpretasi dan hasil relasi antara individu dengan objek. Setiap individu mempunyai sejarah, pengetahuan dan lingkungan yang berbeda-beda sehingga mempunyai tafsir yang berbeda pula ketika menemui objek. Sementara realitas objektif adalah sesuatu yang dialami yang bersifat eksternal, di luar, yang tidak bisa dihilangkan dengan angan-angan, misalnya institusi dan aturan-aturan. Dalam perspektif konstruksi sosial keduanya berdialektik.

Pendekatan konstruksionis ini melihat media sangat berbeda dengan positivis. Dalam konstruk-

sionis realitas dikonstruksi oleh subjektivitas wartawan. Sangat tergantung dari konsep, latar belakang dan sudut pandang wartawan ketika ia mengkonstruksi realitas yang dimunculkan dalam pemberitaan. Sementara pandangan positivis percaya adanya realitas yang eksternal, objektif dan terberi. Wartawan tinggal ambil dan memberitakan saja.

Dalam positivis media massa adalah saluran pesan, sebagai sarana penyebaran informasi dari komunikator terhadap publik. Berita adalah informasi, cerminan realitas, representasi dari kenyataan. Berbeda dengan konstruksionis; media mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Media bukan saja sekedar saluran bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas. Berita ibarat sebuah drama, hasil sebuah konstruksi.

Pertimbangan etika, moral dan keberpihakan wartawan terhadap objek harus dihindari, demikian pandangan positivis. Dia harus berpihak pada kondisi riil. Dalam pandangan positivis wartawan adalah sekedar pelapor. Sementara dari sudut pandang konstruksionis tidak mungkin meng-

hilangkan aspek moral, etika dan keberpihakan dalam pemberitaan media. Biasanya keberpihakan tersebut dilandasi oleh alasan tertentu. Wartawan menulis berita bukan hanya sebagai pelapor tapi mengkonstruksi peristiwa dari dirinya sendiri dengan realitas yang diamati.

Dalam pandangan positivis yang melihat berita sebagai sesuatu yang objektif akhirnya mempunyai konsekuensi apa yang diterima oleh publik harus sama dengan apa yang disampaikan. Pembuat berita dilihat sebagai pihak yang aktif sementara publik pembaca/penonton sebagai pihak yang pasif. Padahal makna selalu potensial mempunyai banyak arti. Setiap orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Pembaca yang mempunyai posisi pembacaan yang berbeda akan membaca teks dengan cara yang berbeda pula dibandingkan dengan pembaca lain.

Contoh analisis *framing* sebenarnya dapat kita lihat pada beberapa program infotainment di beberapa stasiun televisi. Kisah para selebritis yang dikabarkan oleh infotainment adalah hasil dari

sebuah kemasan pemberitaan, yang diframe sedemikian rupa dan disajikan kepada penonton televisi. Tujuannya bisa bermacam-macam, di antaranya adalah untuk menjaga popularitas selebriti yang bersangkutan yang kemudian ujung-ujungnya bisa tetap bertahan di dunia hiburan layar kaca. Bisa juga untuk memenuhi "keinginan" para fans mengetahui kabar idolanya. Dan tentunya berkaitan langsung dengan keberlangsungan program infotainment tersebut, hubungannya dengan rating dan akhirnya menunjuk pada daya jualnya.

Biasanya kisah-kisah yang dimunculkan adalah kisah-kisah yang kontroversial, cenderung gosip, dan kabar-kabar buruk tentang mereka. Infotainment ini lebih mirip seperti sinetron, dan lebih terasa "riil" dibandingkan sinetron-sinetron yang beberapa selebritis –yang diberitakan- bintang. Berita perselingkuhan, perceraian dan beberapa berita seputar urusan domestik mereka diangkat seakan-akan informasi yang penting untuk diketahui publik.

Kalau tidak ada pemberitaan terhadap seseorang (selebritis) desainer program dari program ini bisa saja merancang pemberitaan,

semacam *reality show* yang ter-
selubung. Tujuannya adalah me-
mancing masalah dan jadilah be-
rita. Kadang inisiatif tidak saja
datang dari pihak pengelola
program ini tetapi juga dari pihak
selebriti sendiri. Sekali lagi,
alasanannya adalah agar popularitas
mereka terjaga.

Keseakan-akanan tersebut di-
dukung oleh para penonton yang
juga masuk ke dalam desain
framing tersebut. Mereka juga larut,
dan seakan-akan para selebriti
yang dikisahkan dalam infotainment
menjadi bagian dari keseharian
mereka. Bukan hanya sekadar
menonton, emosi mereka pun turut
terlibat. Tetapi pemaknaan ter-
hadap infotainment tidak tunggal.
Tidak sedikit pula yang menilai
negatif terhadap program ini. Tidak
semuanya suka menjadikan urusan
orang lain sebagai urusannya,
apalagi di ranah pencitraan.

***Penulis adalah Dosen Seni Rupa
Murni ISI Surakarta**

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris (2005) *Cultural Studies; Teori dan Praktik* (terj. Tim KUNCI Cultural Studies Center), Bentang, Yogyakarta.
- Eriyanto (2002) *Analisis Framing*, LkiS, Yogyakarta.
- Hikmat Budiman (2002) *Lubang Hitam Kebudayaan*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Siebert, F., Peterson, T., & Schramm, W. (1956) *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*, University of Illinois, Urbana.
- Strinati, Dominic (2004) *Popular Culture; Pengantar Menuju Budaya Populer* (Terj. Abdul Mukhid), PT Bentang Pustaka, Yogyakarta.