

## BAB 2

### LANDASAN TEORETIS

#### 2.1 Pengertian Wacana

Diperlukan pengetahuan dasar apa itu wacana untuk memperkuat bagaimana analisis *framing* karena wacana merupakan objek kajian dalam analisis *framing*. Terdapat dalam salah satu kutipan berikut: Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas (Sobur 2005:162). Beberapa pengertian mengenai wacana, sebagai berikut.

Wacana adalah satu peristiwa yang terstruktur diwujudkan di dalam perilaku linguistik (bahasa) atau yang lainnya (Edmonson dalam Djajasudarma 2006: 2). Pada suatu teks yang memiliki struktur yang berkaitan antara kalimat ke kalimat lainnya merupakan satu kesatuan yang padu, sehingga menjadikan teks itu memiliki arti dan makna sesuai apa yang ingin disampaikan oleh penulis.

Badudu (2000) dalam Eriyanto (2009:2) mengemukakan bahwa wacana merupakan rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi lainnya, membentuk satu kesatuan sehingga terbentuklah sebuah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat tersebut; kesatuan bahasa terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal serta akhir yang nyata, disampaikan secara lisan ataupun tulisan.

## 2.2 Jurnalistik Kontemporer

Dalam *Leksikon Komunikasi* dijelaskan bahwa jurnalistik merupakan pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk surat kabar, majalah, dan media massa lainnya seperti radio dan televisi (Kridalaksana 1977:44 dalam Sumadiria 2006:2).

Berdasarkan segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dapat dibagi atas tiga bagian besar, yaitu jurnalistik media cetak (surat kabar, tabloid, buletin, dan majalah), jurnalistik media elektronik auditif (radio siaran), dan jurnalistik media elektronik audiovisual (televisi dan media *online* internet).

Dalam ungkapan Dennis McQuail, media massa merupakan filter yang menyaring sebagian pengalaman dan menyoroti pengalaman lainnya dan sekaligus kendala yang menghalangi kebenaran (Littlejohn 1996:324 dalam Eriyanto 2009)

Pada masa reformasi mengenai jurnalistik juga adanya perubahan ketika masa pemerintahan dari orde baru menjadi reformasi. Menurut Septiawan Santana, jurnalistik kontemporer atau biasa disebut jurnalistik baru atau reformasi, timbul karena sebuah kesenjangan yang memicu pada kreatifitas jurnalistik yang semula berpatokan pada jurnalistik konvensional. Artinya wartawan sudah tidak boleh sekadar menulis apa yang tengah terjadi di permukaan. Wartawan sekarang harus mempunyai kepekaan (penciuman, pendengaran, penglihatan, perabaan analisa).

Disebut jurnalistik kontemporer karena memiliki kelengkapan dan pengembangan berita yang luas, namun tetap mengacu pada teori konvensional seperti :

- 1) Tidak boleh memasukkan opini pribadi.
- 2) Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.
- 3) Adanya unsur 5W+1H.
- 4) Penulisan berita harus ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.
- 5) Naskah berita harus lugas dan memiliki daya gerak.

Jurnalistik kontemporer selain harus memiliki bekal diatas, juga memiliki ciri :

- 1) Melakukan investigasi untuk mengungkap fakta yang tersembunyi.
- 2) Dengan perencanaan yang matang.
- 3) Biasanya bukan kerja perorangan, tetapi kerja tim.
- 4) Setiap perkembangan selalu dievaluasi tim.
- 5) Ragam bahasa sangat dominan agar lebih komunikatif.
- 6) Selalu mencari *database* atau rekomendasi data dari tempat lain seperti TV, radio atau surat kabar.

### 2.3 Teori Media Baru

Media baru (*new media*) merupakan simplifikasi terhadap bentuk media di luar lima media massa besar konvensional, televisi, radio, majalah, koran dan film. Diperkenalkan mulai tahun 1990-an, istilah media baru (*new media*) pada awalnya mengandung arti negletik (penolakan); media baru (*new media*) bukan media massa, terutama televisi. Sifat media baru (*new media*) adalah cair (*fluids*),

konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. (Chun 2006:1, dalam Anshori 2010).

Sama halnya menurut Santana (2005:135), radio tidak menggantikan surat kabar, namun menjadi sebuah alternatif, menciptakan sebuah kerajaan dan khalayak baru. Demikian pula halnya dengan televisi, meskipun televisi melemahkan radio, tetap tidak dapat secara total mengeliminasinya. Maka cukup adil juga untuk mengatakan bahwa jurnalisme *online* mungkin tidak akan menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama.

Menurut Jenkins (2000:2) dalam Anshori (2010), membagi konvergensi dalam empat jenis yakni: onvergensi teknologi, konvergensi ekonomi, konvergensi sosial (organik) serta konvergensi budaya dan global.

- 1) Konvergensi teknologi ; merupakan proses pengabungan secara digital berbagai bentuk isi media. Jika teks, image (citra) dan suara telah diubah menjadi bentuk bit, maka kita dapat mengkompilasi menjadi satu dan mengirimkannya dengan berbagai platform.
- 2) Konvergensi ekonomi berhubungan dengan intergrasi industri hiburan. Konvergensi ekonomi merupakan bentuk baru konglomerasi media, dimana satu perusahaan dapat bergerak di bidang film, televisi, *news online provider*, buku dan lain sebagainya.
- 3) Konvergensi sosial adalah perilaku dan strategi dari konsumen/khalayak yang dapat menjalankan aktivitas/menyelesaikan beberapa pekerjaan sekaligus. Bekerja pararel, dimana pada saat bersamaan seseorang dapat menulis esai

ilmiah, browsing internet seraya mendengarkan musik dan menerima panggilan telepon.

- 4) Konvergensi budaya merupakan persilangan dari berbagai teknologi media, industri dan konsumen. Konvergensi media telah mendorong partisipasi dan perkembangan budaya populer, menghubungkan antara konsumen dengan industri media serta memunculkan berbagai bentuk informasi berbiaya rendah. Konvergensi budaya juga mendorong terjadinya penggunaan multimedia dalam produksi kreatif dan jurnalistik.

Anshori (2010) menambahkan media baru (*new media*) merujuk pada perkembangan teknologi digital ,tetapi media baru (*new media*) sendiri tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam media baru (*new media*), selain ciri interaktif dan intertekstual.

John Vernon Pavlik, salah satu “jurnalistik masa depan” menulis dalam buku *Journalism and New Media* (2001:xiii, dalam Anshori 2010) bahwa media baru (*new media*) membawa perubahan di dunia jurnalistik dalam empat sisi.

Pertama adalah perubahan isi berita sebagai hasil dari konvergensi teknologi. Berkat teknologi informasi, cara wartawan menyajikan berita bertansformasi, dari teks statis menjadi teks dinamis, dari video/film/grafis menjadi *omnidirectional images*.

Kedua adalah bagaimana cara jurnalis bekerja dan perubahan perangkat kerja di dunia digital. Berbagai perangkat aplikasi teknologi dikembangkan untuk

membantu wartawan, mulai dari pengolah kata sampai dengan *workstations*, yang dapat diintegrasikan ke berbagai platform perangkat keras teknologi yang portabel, sehingga ketika melakukan liputan, wartawan cukup berbekal sebuah pesawat telepon genggam yang sudah ditanami berbagai perangkat tersebut.

Perubahan ketiga adalah pada struktur dari ruang redaksi yang secara virtual mengalami transformasi fundamental, tidak lagi mengandalkan pola dan jaringan konvensional. Otomatisasi dan sinkronisasi memberi dampak pada proses kerja di ruang redaksi.

Keempat, media baru merubah tatanan antara organisasi media, jurnalis dengan publik, termasuk audiens, sumber, kompetitor, pengiklan dan pemerintah.

#### **2.4 Konstruktivisme Media**

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut akan diuraikan satu persatu di bawah ini. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi, fakta merupakan konstruksi atas realitas. Kebenaran suatu fakta bersifat relatif, berlaku sesuai konteks tertentu; Media adalah agen konstruksi, media sebagai agen konstruksi pesan. Berita bukan refleksi dari realitas, Ia hanyalah konstruksi dari realitas. Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas; Berita bersifat subjektif/konstruksi atas realitas, opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif; Wartawan bukan pelapor melainkan agen konstruksi realitas. Wartawan sebagai

partisipasi yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial; Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita. Nilai, etika, atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa; Nilai, etika, dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian dan tak terpisahkan dari suatu penelitian; Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita. Khalayak mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita (Eriyanto 2009:36).

Secara detail Berger menjelaskan, realitas tidaklah dibentuk secara alamiah tetapi sebaliknya ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini artinya realitas berwajah ganda/plural. Setiap individu bisa saja memiliki paradigma yang berbeda dalam melihat sebuah realitas. Hal ini disebabkan setiap orang memiliki pengalaman, pretense, dan kognisi sosial yang berbeda-beda. Sehingga tafsiran terhadap suatu realitas pastilah berbeda.

Pandangan lain mengenai konstruktivisme, media massa dipahami sebaliknya. Media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. (Lihat Bennett 1982 dalam Hidayat 1999: 20; Masnur 2007).

Sebagian pakar memang membedakan pendekatan konstruktivis dengan pendekatan kritis, dalam arti bahwa pendekatan kritis lebih mampu membangkitkan kesadaran kaum lemah dan terpinggirkan akan nasib (ketertindasan) mereka dan membongkar kemapanan. Akan tetapi sebagian pakar

lagi meletakkan pendekatan konstruktivis dan pendekatan kritis di bawah payung yang sama, yakni pendekatan kritis di bawah payung yang sama, yakni pendekatan humanistik, subjektivis atau interpretif, yang pada dasarnya mengasumsikan bahwa tindakan manusia bersifat aktif, kreatif, inovatif, sukarela, dan bertujuan, alih-alih pasif dan ditentukan oleh rangsangan dari luar (seperti dalam pandangan behavioristik) atau oleh struktur (peran dan norma) yang mengkung mereka (seperti dalam pandangan struktural). Bila tindakan manusia bersifat sukarela maka individu harus bertanggung jawab atas tindakan mereka (Eriyanto 2009:xvii). Implikasinya, terdapat dimensi moral dalam studi komunikasi manusia dan para ilmuwan subjektivis menganggap isu-isu moral sebagai penting dalam penelitian mereka (Pace dan Faules 1994:6, dalam Eriyanto, 2009:xvii).

Mengenai konstruksi, Gamson dan Modigliani menyatakan “Wacana media dapat dikonsepsikan sebagai seperangkat kemasan interpretif yang memberi makna terhadap suatu isu. Suatu kemasan memiliki struktur internal. Intinya adalah suatu gagasan yang mengorganisasikan, atau suatu kerangka (*frame*), untuk memahami peristiwa-peristiwa yang relevan, menyarankan apakah isu tersebut.” Menurut Gamson dan Modigliani, kerangka ini lazimnya mengisyaratkan suatu rentang pandangan, alih-alih satu pandangan saja, memungkinkan suatu perdebatan di antara mereka yang berbagi kerangka yang sama. Kerangka atau seperangkat simbol yang padat dalam kemasan berita ini adalah sejenis steno, yang dapat menunjukkan kemasan tersebut sebagai



keseluruhan dengan metafora yang tangkas, frase kunci, atau sarana simbolik lainnya (Tuchman 1991:89 dalam Eriyanto 2009:xvi).

Konstruktivisme menurut A.S. Hikam dalam Eriyanto (2008:5), subjek utama suatu bahasa harus memiliki kemampuan untuk mengontrol maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Selain itu juga, dalam pandangan konstruktivisme bahasa diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang memiliki tujuan berupa penciptaan makna dan pengungkapan jati diri dari pembicara. Berdasarkan alasan tersebutlah, analisis wacana digunakan untuk membongkar maksud dan makna yang tersembunyi dari subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Ditambah dengan paradigma Peter D. Moss (1999, dalam Eriyanto 2009) dinyatakan bahwa wacana media massa, termasuk berita surat kabar merupakan konstruksi kultural yang dihasilkan ideologi karena, sebagai produk media massa, berita surat kabar menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial.

Moss mengartikan ideologi sebagai perangkat asumsi budaya yang menjadi “normalitas alami dan tidak pernah dipersoalkan lagi”. Sesuai dengan pandangan hipotesis Sapir-Whorf yang dikenal dalam linguistik bahwa bahasa itu tidak sekadar deskriptif, juga sebagai sarana untuk melukiskan suatu fenomena atau lingkungan (Infante *et al.*, 1990:199 dalam Eriyanto 2009). Implikasinya bahasa juga dapat digunakan untuk memberikan aksen tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan, misalnya dengan menekankan, mempertajam, memperlambat, mengagungkan, melecehkan, membelokkan, atau mengaburkan peristiwa atau tindakan tersebut (Eriyanto 2009).

Seperti dikatakan Peter Dahlgren (1991:192, dalam Eriyanto 2009), realitas sosial menurut pandangan konstruktivis (fenomenologis), setidaknya sebagian, adalah produksi manusia, hasil proses budaya, termasuk penggunaan bahasa.

Dengan kata-kata van Dijk (1991:113-114, dalam Eriyanto 2009), “Banyak informasi dalam suatu teks tidak dapat dinyatakan secara eksplisit, tetapi implisit. Kata, klausa, dan ekspresi tekstual lainnya boleh jadi mengisyaratkan konsep atau proposisi yang dapat diduga berdasarkan pengetahuan yang menjadi latar belakangnya. Ciri wacana dan komunikasi ini memiliki dimensi ideologis yang penting. Analisis atas apa yang tidak dikatakan terkadang lebih jelas daripada studi atas apa yang sebenarnya dikatakan dalam teks.” Pendeknya, berita surat kabar merupakan suatu cara untuk menciptakan realitas yang diinginkan mengenai peristiwa atau (kelompok) orang yang dilaporkan. Oleh karena telah melewati proses seleksi dan reproduksi, berita surat kabar sebenarnya merupakan laporan peristiwa yang artifisial, tetapi dapat diklaim sebagai objektif oleh surat kabar itu untuk mencapai tujuan-tujuan ideologis (dan bisnis) surat kabar tersebut. Dengan kata lain, berita surat kabar bukan sekadar menyampaikan, melainkan juga menciptakan makna.

Pendeknya, sebagaimana penelitian interpretif lainnya (wawancara mendalam, pengamatan terlibat), analisis merupakan suatu seni atau kreativitas yang kesimpulannya boleh jadi berbeda, jika dilakukan oleh analis berbeda, meskipun kasusnya sama. Sebabnya, analis adalah seorang manusia yang aktif, kreatif, dan bebas menafsirkan lingkungannya, suatu prinsip penting yang dianut

oleh paradigma interpretif. Maka secara teoretis, siapa pun dapat membangun dan mengembangkan sebuah kerangka atau model yang bermanfaat yang akan bertahan lama, yakni yang mampu menjelaskan dan menafsirkan wacana yang diteliti, yang pada gilirannya akan menentukan apakah kerangka atau model tersebut akan laku di pasaran (akademis) atau tidak. (dalam Eriyanto 2009:xiv).

## 2.5 Analisis *Framing*

Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, paradigma konstruksionis ini seringkali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna (Eriyanto 2009:37).

Sama halnya menurut Sobur (2006:166) salah satu yang menjadi prinsip analisis *framing* adalah bahwa wartawan bisa menerapkan standar kebenaran, matriks objektivitas, serta batasan-batasan tertentu dalam mengolah dan menyuguhkan berita. Dalam merekonstruksi suatu realitas, wartawan juga cenderung menyatakan pengalaman serta pengetahuannya yang sudah mengkristal menjadi skemata interpretasi. Dengan skemata ini pula wartawan cenderung membatasi atau menyeleksi sumber berita, menafsirkan komentar-komentar sumber berita, serta memberi porsi yang berbeda terhadap tafsir atau perspektif yang muncul dalam wacana media.

Dari kedua pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa media memiliki sebuah pandangan yang terstruktur dari tahap-tahap pengambilan media. Mulai dari wartawan, reporter, redaktur, sampai editor. Suatu lembaga media bisa memilah mana saja realita yang akan dimunculkan atau pun dihilangkan dengan kontrol ideologi yang dibawa oleh media tersebut.

Oleh sebab itu, ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. Pertama, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas.

Teori *framing* dapat dilihat dalam dua tradisi, yaitu psikologi dan sosiologi. Pendekatan psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu, atau gagasan tertentu. Teori *framing* misalnya banyak berhubungan dengan teori mengenai skema atau kognitif: bagaimana seseorang memahami dan melihat realitas dengan skema tertentu. Sementara dari sosiologi, konsep *framing* dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Menurut Goffman, manusia pada dasarnya secara aktif mengklasifikasikan dan mengkategorisasikan pengalaman hidup ini agar mempunyai arti atau makna. Setiap tindakan manusia pada dasarnya mempunyai arti, dan manusia berusaha memberi penafsiran atas perilaku tersebut agar bermakna dan berarti. Sebagai akibatnya, tindakan manusia sangat tergantung pada *frame* atau skema interpretasi dari seseorang (dalam Eriyanto 2009:71).

Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil

akhir dari konstruksi realitas. Ada dua esensi utama dari *framing* tersebut. Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan (Eriyanto 2009:10).

Analisis *framing* cocok digunakan untuk melihat konteks sosial budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideologi, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan ideologi.

*Framing*, lahir karena adanya paradigma konstruksionis. Paradigma ini, menilai sebuah berita yang memiliki penilaian sendiri terhadap suatu media, wartawan, dan berita (Eriyanto 2009: 19). Analisis *framing* merupakan salah satu analisis teks yang menggunakan paradigma konstruksionis. Di mana sebuah media dalam menyampaikan realita sudah tidak dipandang hal yang benar-benar nyata sesuai kejadian atau peristiwa, melainkan sudah terjadi proses konstruksi melalui *framing* oleh pihak media. Dalam *framing* salah satu pihak diuntungkan dan yang lain dalam posisi yang tidak menguntungkan.

Ada dua aspek dalam *framing*. Pertama, memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata,

kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya.

Dengan penonjolan tertentu oleh suatu media dapat mempengaruhi berita yang disajikan. Seperti yang dikemukakan menurut Sobur (2006: 163) realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok sudah barang tentu punya peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. Karena itu dalam praktiknya *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain; serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan pelbagai strategi wacana –penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline*, halaman depan, atau bagian belakang) pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan.

Begitu juga menurut Eriyanto (2009:66) adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah 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. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa.

Dalam penelitian ini, digunakan model analisis William A. Gamson dan Andre Modigliani. Menurutnya, *frame* dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana (Eriyanto 2009: 224).

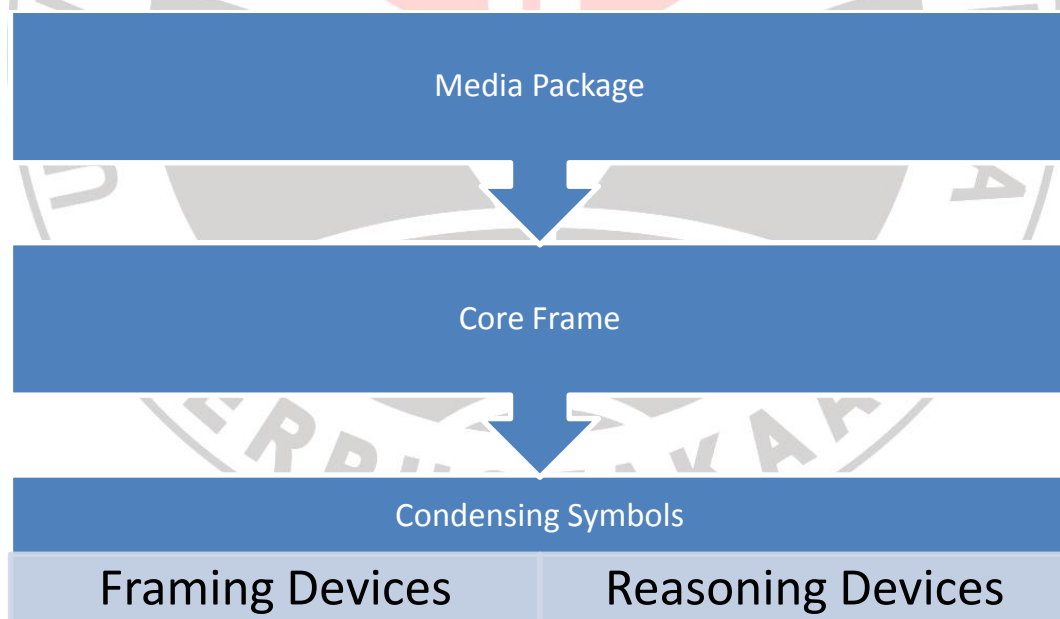
*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. Gamson dan Modigliani menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*). Perangkat *framing* yang dikemukakan oleh Gamson dan Modigliani dapat digambarkan sebagai berikut:

<b>Frame :</b>	
<b>Perangkat Framing (Framing Devices)</b>	<b>Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)</b>
<i>Metaphors</i> Perumpamaan atau pengandaian	<i>Roots</i> , Analisis kausal atau sebab akibat
<i>Catchphrases</i> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon {kosakata khusus yang digunakan di bidang kehidupan (lingkungan) tertentu} atau slogan (perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik).	<i>Appeals to principles</i> Premis dasar, klaim-klaim moral
<i>Exemplaar</i> Mengaitkan <i>frame</i> dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas <i>frame</i> .	<i>Consequences</i> Konsekuensi yang didapat dari <i>frame</i> ,

<p><i>Depiction</i> Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. <i>Depiction</i> ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.</p>	
<p><i>Visual Image</i> Gambar, grafik, citra yang mendukung <i>frame</i> secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p>	

**Tabel 2.1 Model Analisis *Framing* (William A. Gamson dan Andre Modigliani dalam Eriyanto 2009: 225)**

Dalam Sobur (2006:177) model *framing* Gamson dan Modigliani dalam posisi teratas yaitu *Media Package* yang berisikan *core frame* (gagasan sentral) dan perangkat *framing* dan penalaran terwakilkan dengan *condensing symbol*. Berikut bagan untuk mendapatkan gambaran lebih jelas.



**Bagan 2.1 Model Analisis *Framing* (Sobur 2006:17)**

*Core Frames* (gagasan sentral pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan



makna isu yang dibangun *condensing symbol*. *Condensing Symbol* adalah hasil pencerminan terhadap interaksi perangkat simbolik (*framing devices* dan *reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain. (dalam Sobur 2006: 178).

Di bawah ini berikut penjelasan masing-masing perangkat (Sobur 2006:179):

1) *Metaphors* dipahami sebagai cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata *seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana*. John Fiske (Imawan 2000:66; dalam Sobur 2006:179) menilai metafora sebagai *common sense*, pengalaman hidup keseharian yang di-*taken-for-granted* masyarakat. *Common sense* terlihat alamiah (kenyataannya diproduksi secara arbitrer) dan perlahan-lahan menjadi kekuatan ideologis kelas dominan dalam memperluas dan mempertahankan ide untuk seluruh kelas. Metafora berperan ganda; pertama, sebagai perangkat diskursif, dan ekspresi piranti mental; kedua, berasosiasi dengan asumsi atau penilaian, serta memaksa teks membuat *sense* tertentu.

2) *Exemplaars* mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya menjadi pelengkap *frame* inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

- 3) *Catchphrases*, istilah, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat tertentu. Dalam teks berita, *catchphrase* mewujud dalam bentuk jargon, slogan, atau semboyan.
- 4) *Depictions*, penggambaran fakta dengan memakai kata, istilah, kalimat konotatif, agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. *Depictions* dapat berbetuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.
- 5) *Visual Images*, pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan, dimiringkan serta pemakaian warna. *Visual images* bersifat sangat natural, dengan khalayak.
- 6) *Roots*, (analisis kausal), membenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain. Tujuannya, membenarkan penyimpulan fakta berdasar hubungan sebab-akibat yang digambarkan atau dibeberkan.
- 7) *Appeal to principle*, pemikiran, prinsip, klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran, dan sejenisnya. *Appeal to principle* yang apriori, dogmatis, simplistik, dan monokausal (nonlogis) bertujuan membuat khalayak tak berdaya menyanggah argumentasi. Fokusnya, memanipulasi emosi agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, cara tertentu, serta membuatnya tertutup/keras dari bentuk penalaran lain.