

PEMBINGKAIAN DETIK.COM PADA PEMBERITAAN PROSTITUSI ARTIS

Irwanto

Program Studi Penyiarn
Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika
Jalan Kayu Jati V No. 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur
irwanto.iwo@bsi.ac.id

Abstract

News prostitution artists found on news sites detik.com so massively distributed to the public May 2015. The active participation by the editorial detik.com provide accounts of prostitution on the artist through its construction was not only present the facts alone, but also a tendency that leads to pendeskreditan profesional artist. The study, using content analysis method and the results found that reporters, and news, as in principle certain editorial process "framed" (framing) by agenda-media and its redactional policy.

Keywords: framing, construction of reality, artist

I. PENDAHULUAN

Pemberitaan prostitusi artis yang terjadi pada minggu pertama dan kedua bulan Mei tahun 2015 Tokoh-tokoh serta semua hal yang ada dalam pemberitaan itu menjadi bahan obrolan dimasyarakat. Gaungnya sangat beres mulai dari warung-warung dipinggir jalan, ruang kerja bahkan juga di ranah me-dia sosial. Kasusnya menjadi topik yang sering dibicarakan. Tentunya ini tidak bisa lepas dari peran me-dia massa yang begitu kuat mempengaruhi kesadaran masyarakat dan menempatkan kasus prostitusi artis dalam ruang kesadaran mereka.

Kata-kata yang digunakan detik.com pada pemberitaan mengenai pemberitaan prostitusi pada kalangan artis cenderung tendensius dan bisa menyebarkan opini bahwa umumnya para artis baik wanita ataupun pria menjajakan dirinya secara *on line*.

Salah satu contohnya yaitu pada berita detik.com yang berjudul "Masih Kasus Artis Booking-an, Benarkah Ada Prostitusi Artis Pria?". Pada akhirnya penelitian ini berupaya memahami detik.com membingkai peristiwa prostitusi kalangan artis.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kebijakan Redaksi

Kebijakan redaksi dipahami sebagai dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberikan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga bisa dipahami sebagai sikap redaksi suatu lembaga media massa, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang (Tebba, 2005: 150). Dengan demikian kebijakan redaksional adalah suatu prinsip yang menjadi pedoman dalam memilih dan menyusun serta menolak atau mengizinkan pemua-tan sebuah tulisan. Pertimbangan penolakan atau per izinan dimuatnya sebuah tulisan atau berita, merupakan dasar dari kebijakan redaksi media tersebut.

Lebih lanjut Tebbba (2005: 152-155). menambahkan bahwa dasar pertimbangan media tersebut diantaranya : (1). Ideologis, pertimbangan ideologis media massa biasanya ditentukan oleh latar belakang pendiri atau pemilik media tersebut. Baik itu agama, ataupun nilai-nilai yang dihayati, seperti nilai kema-nusiaan, kebangsaan dan sebagainya. (2). Politik, pers merupakan indikator

demokrasi. Perstidak pernahlepas dari masalah politik. Adanya pemilik atau pimpinan media massa yang juga memimpin suatu partai poli-tik, maka akan menyebabkan kedekatan media massa dengan partai tersebut. (3). Bisnis, dalam hal ini pemi-lik media massa lebih melihat kepada pertimbangan siapa sasaran yang paling besar, agar media tersebut banyak dikonsumsi masyarakat.

2.2. Pemingkaian

Pengertian lain tentang bingkai atau pemingkaian (*framing*) tampak dari berbagai pandangan to-koh-tokoh sebagaimana disajikan oleh Reese (2001:

7-11):

1. Menurut Gamson dan Modigliani, bingkai seba-gai pengorganisasian ide sentral untuk mencapai pemahaman tersebut dan untuk mengatur realitas politik . Bingkai sebagai ide pengorganisasian pusat untuk membuat rasa peristiwa yang relevan , menunjukkan apa yang menjadi masalah ;
2. Menurut Robert Entman, frame untuk memi-lih beberapa aspek realitas yang dirasakan dan membuat mereka lebih menonjol dalam teks berkomunikasi , sedemikian rupa untuk mempro-mosikan definisi tertentu masalah , interpretasi kausal, evaluasi moral, dan / atau rekomendasi pengobatan untuk menjelaskan suatu hal ;
3. Menurut Reese, *framining* ialah pengorganisa-sian prinsip yang dibagi secara sosial dan gigit dari waktu ke waktu , yang bekerja secara sim-bolis untuk memberikan makna pada struktur dunia sosial ;
4. Menurut Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss and Ghanem, dalah ide pengorganisasian pusat untuk konten berita yang memasok konteks dan menekankan permasalahan melalui seleksi, penekanan, pengucilan dan elaborasi ;
5. Menurut Iyengar, mengacu pada perubahan da-lam laporan atau presentasi masalah.

6. Menurut Combs dan Ghanem, adalah pемban-gunan agenda dengan sejumlah terbatas atribut tematis terkait untuk menciptakan gambaran yang koheren dari objek tertentu .

Terkait bingkai media, Norris, Kern dan Just (2003) menyatakan, esensi dari framing adalah seleksi untuk memprioritaskan beberapa fakta, gambar, atau perkembangan atas orang lain, sehingga secara tidak sadar mempromosikan peristiwa tertentu .

Membuat frame adalah menyeleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas dan mem-buatnya lebih menonjol dalam suatu teks yan dikomu-nikasikan sedemikian rupa hingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpre-tasi kausal, evaluasi moral dan merekomendasi pe-nanganannya (Entman, 1993:52). fungsi *frame* adalah mendefinisikan masalah, mendi-agnosis penyebab, memberikan penilaian moral dan menawarkan penyelesaian masalah dengan tujuan memberi penekanan tertentu terhadap apa yang di-wacanakan. Definisi lain tentang *framing* dikemu-kakan oleh Gamson dan Modgliani dalam Sudibyo (2001:220). Mereka berpendapat bahwa frame adalah cara bercerita yang menghadirkan konstruksi makna atas peristi-wa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana.

Gamson mengandaikan wacana media terdiri dari sejumlah package interpretif yang mengandung konstruksi makna tentang objek wacana. *Package* adalah gugusan ide-ide yang memberi petunjuk me-ngenai isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan dengan wacana yang terbentuk. *Pack-age* adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk memaknai pesan yang disampaikan serta untuk menafsirkan pesan yang ia terima. *Package* tersebut dibayangkan sebagai struk-tur data yang mengorganisir sejumlah informasi se-hingga dapat mengindikasikan posisi atau kecendru-ngan politik dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan makna-makna di balik isu atau peristiwa yang sedang dibicarakan. Keberadaan *package* dalam suatu wacana berita ditunjukkan oleh keberadaan ide yang didukung

oleh perangkat wacana seperti *meta-phor*, *depiction*, *catchphrase*, *exemplars* dan *visual image*. Semuanya mengarah pada ide atau pandangan tertentu, masing-masing kelompok berusaha menarik dukungan publik. Dengan mempertajam kemasan (*package*) tertentu dari sebuah isu politik, mereka dapat mengklaim bahwa opini publik yang berkembang mendukung kepentingan mereka, atau sesuai dengan kebenaran versi mereka.

Pan dan Kosicki (1991: 5-7) menyatakan framing dapat dipelajari sebagai suatu strategi untuk memproses dan mengkonstruksi wacana berita atau sebagai karakteristik wacana itu sendiri. Proses framing berkaitan erat dengan rutinitas dan konvensi profesional jurnalistik. Proses framing tidak dapat dipisahkan dari strategi pengolahan dan penyajian informasi dalam presentasi media. Dengan kata lain, proses framing merupakan bagian integral dari proses redaksional media massa. Dominasi sebuah frame dalam wacana berita bagaimanapun berkaitan dengan proses produksi berita yang melibatkan unsur-unsur seperti reporter, redaktur dan lain-lain. Dalam konteks ini, seperti dijelaskan oleh Gamson, pekerja media menuangkan gagasannya, menggunakan gaya bahasanya sendiri serta memfrase dan mengutip sumber berita tertentu. Di saat yang sama, mereka membuat retorika - retorika yang menyiratkan keberpihakan dan kecenderungan tertentu (Gamson dan Modigliani, 1989:3). Berdasarkan hal-hal tersebut, *framing* yang berbeda akan menghasilkan berita yang berbeda pula apabila wartawan memiliki *frame* yang berbeda dalam memandang suatu peristiwa dan menuliskan pandangannya itu ke dalam sebuah berita atau artikel.

Berdasarkan uraian tersebut, pembingkain atau *framing* berita terjadi saat proses simbolisasi realitas objektif. Dalam hal ini momentum redaksi menyimbolkan peristiwa melalui lambang komunikasi yakni bahasa yang berupa unsur tulisan, foto, gambar dan suara, maka disinilah terjadi proses pembingkain .

2.3. Konstruksi Realitas

Proses pembingkian tidak terlepas dari konstruksi realitas yang sengaja dikondisikan oleh redaksi. Konstruksi realitas ini juga bagian dari kebijakan dari redaksi yang bersangkutan. Jika dilihat dari perspektif teori Berger & Luckman berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*.

Teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann mencoba mengadakan sintesa antara fenomen-fenomen sosial yang tersirat dalam tiga momen (*subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*) dan memunculkan suatu konstruksi kenyataan sosial yang dilihat dari segi asal-muasalnya merupakan hasil ciptaan manusia, buatan interaksi intersubjektif.

Masyarakat adalah sebagai kenyataan obyektif sekaligus menjadi kenyataan subjektif. Sebagai kenyataan obyektif, masyarakat seperti berada di luar diri manusia dan berhadapan dengannya. Sedangkan sebagai kenyataan subjektif, individu berada di dalam masyarakat itu sebagai bagian yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, bahwa individu adalah pembentuk masyarakat dan masyarakat adalah pembentuk individu. Kenyataan atau realitas sosial itu bersifat ganda dan bukan tunggal, yaitu kenyataan subjektif dan obyektif. Kenyataan atau realitas obyektif adalah kenyataan yang berada di luar diri manusia, sedangkan kenyataan subjektif adalah kenyataan yang berada di dalam diri manusia. Oleh karena itu, tidak heran jika kenyataan hidup sehari-hari pun memiliki dimensi-dimensi obyektif dan subjektif (Berger dan Luckmann, 1990 : 28-29). Misal, tindakan sehari-hari, peristiwa, benda, dan lain-lain yang kita kenal sebagai sesuatu yang alamiah dan natural.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode analisa pembingkain (*framing*). Analisis data dilakukan dengan menggunakan unsur-unsur analisis sebagaimana dimaksudkan dalam model Gamson dan Modigliani (Tankard, JR: 2001). Unsur itu

berupa analisis kemasan media (*media package*) untuk menemukan bingkai inti (*core frame*) melalui analisis perangkat bingkai (*framing devices*) dan analisis perangkat penalaran (*reasoning devices*). Subyek penelitian yang juga menjadi sampel adalah berita prostitusi *on line* pada kalangan artis portal pada detik.com pertengahan Mei 2015.

IV. PEMBAHASAN

Peranan media massa dalam membentuk opini publik seperti kajian yang dilakukan Lippman dalam artikel Scramm mengungkapkan bahwa respon khalayak tidak hanya pada peristiwa-peristiwa aktual yang dialami saja, dari kajiannya mempertegas bahwa opini publik dibentuk oleh media massa.

Beragam pandangan kaum konstruksionis terhadap media, wartawan, dan berita, seperti yang pada prinsipnya redaksi melakukan proses tertentu yang “dibingkai” (*framing*) berdasarkan agenda-media, sehingga menimbulkan pengaruh dan interpretasi tertentu serta menciptakan “opini publik”. Opini publik itulah yang mengendalikan pemikiran dan sikap masyarakat terhadap isu tertentu, dalam hal ini berita prostitusi *on line* pada kalangan artis yang terdapat pada detik.com.

Pada konteks ini terjadi objektifikasi semu. Objektifikasi baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan orang lain. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberikan makna pada berbagai kehidupan.

Melalui dialektika ini maka proses konstruksi yang terdapat di media massa dapat ditinjau melalui tahapan *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*. Sebagai tahap awal dialektika, dimulai dari interaksi yang terjadi antar redaksi dengan publik melalui isi pernyataan yang dikreasikan komunikator diterima oleh pembaca atau

pengakses berita media tersebut. Proses ini terjadi pada tahap yang sangat mendasar pada satu pola perilaku interaksi antar komunikator (redaksi) dengan komunikannya (pembaca).

Tahap objektifikasi terjadi manakala komunikator yang menerima isi pesan tersebut melakukan interaksi dengan dunia intersubjektifitas yang ada pada komunikannya. Karena komunikannya memiliki kebebasan untuk menafsirkan apapun sesuai dengan latar belakang serta kehendaknya. Kondisi berlangsung melalui media tanpa pertemuan fisik antara komunikator dan komunikannya. Hal penting pada objektifikasi ialah tanda-tanda atau bahasa yang dibuat oleh redaksi. Berger dan Luckman dalam Bungin (2008:198) menyatakan bahwa sebuah tanda (*sign*) harus dapat membedakan obyek-obyek.

Tahapan akhir proses dialektika yang juga menjadi awal dari sebuah pemaknaan adalah internalisasi. Pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna. Artinya sebagai sebuah manifestasi dari proses subjektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu sendiri. Tidak peduli apakah subjektif orang lain itu beresesuaian dengan subjektif individu tadi. Karena bisa jadi individu memahami orang lain secara berbeda.

Proses internalisasi realitas obyektif menjadi realitas subjektif terjadi melalui realitas simbolik (*symbolic reality*). Dalam proses simbolisasi realitas obyektif tersebut terjadi proses pembingkai realitas. Terkait dengan hal tersebut, Erving Goffman (1973) mengemukakan bahwa bingkai merupakan skema interpretasi yang memungkinkan individu untuk mencari, melihat, mengidentifikasi dan mengakurasi label atau pengalaman hidup.

Pada pemberitaan mengenai artis yang terlibat prostitusi *on line* redaksi detik.com tidak memberikan detail uraian sehingga opini pembaca akan artis bisa tidak terkendali. Kata artis yang dibuat redaksi tidak diikuti dengan penjelasan dan mengandung makna yang sangat luas. Tanpa terkecuali, baik itu artis film, artis sinetron artis FTV ataupun artis nyanyi dan model.

Dalam konteks ini bisa dikategorikan dari variabel jenis kelamin dan bisa juga ditinjau dari me-dia tempat si artis berkiprah dalam hal ini film, televi-si, audio/radio (penyanyi), panggung teater, majalah (model). Sementara telah dipahami bersama bahwa publik memiliki latar belakang referensi yang he-terogen. Berasumsi dari hal ini maka semua variabel memungkinkan untuk menjadi referensi publik pem-baca detik.com sehingga pembacapun "liar" untuk memaknainya.

Bila merujuk pemikiran Lippman yang te-lah diutarakan sebelumnya, diyakini bahwa media massa mengantar dan mengarahkan khalayak untuk mengetahui peristiwa-peristiwa yang dianggap pent-ing dan perlu diketahui khalayak. Serta melalui me-dia pula dapat diketahui peristiwa meski khalayak tidak ada di lokasi peristiwa. Sebab itulah media menjadi sarana efektif bagi penyampaian informasi.

Pada konteks persoalan maka jelaslah redaksi detik.com selaku media massa mengarahkan pem-baca untuk mendiskreditkan profesi artis. Dengan demikian pada konstruksi informasi yang disebarkan oleh kedua media secara tersurat ingin menyampai-kan fakta-fakta seputar oknum artis yang berprofesi sebagai PSK on line, akan tetapi dalam waktu yang bersamaan secara tersirat menggiring publik untuk mendiskreditkan profesi artis.

Bila bertitik tolak dari teori konstruksi reali-tas Berger dan Luckmann dalam Bungin (2008:14), maka redaksi dan jurnalis detik.com memuat semua peristiwa yang terkait oknum artis yang terlibat PSK on line. Nilai berita ini dalam terminologi Berger dan Luckmann telah menjadi realitas objektif tersendiri (*objectification*). Redaksi harus menerimanya sebagai hal yang alami.

Media, dalam bangunan konstruksionisme yang diselimuti dengan kebijakan redaksi, menghad-irkan pada kita sebuah jendela untuk melihat dunia. Melalui berita, tidak hanya kita belajar untuk mengenali diri kita sendiri dan bangsa lain, akan tetapi orang-orang dari bangsa lain tersebut

juga belajar mengenai diri mereka sendiri dan bangsa kita melalui media.

Pada persoalan ini, maka realitas obyektifnya yakni ideologi yang dimiliki oleh artis yang terlibat dalam prostitusi *on line*. Sementara realitas simbolik dipahami sebagai ekspresi realitas obyektif dalam bentuk lambang komunikasi bisa berupa teks, visual diam maupun bergerak serta suara. Sedangkan reali-tas subyektif ialah dalam konteks ini ada pada media yang mengkosntruksinya melewati proses internal-isasi.

V. SIMPULAN

Media melalui sifat publikasinya menjadikan realitas subjektif untuk modal berinteraksi dalam struktur sosial. Pada kesempatan ini realitas subjek-tif yang dinaungi oleh kebijakan redaksi berpotensi menjadi realitas objektif yang baru. Begitu seterusnya proses dialektik ini terjadi secara simultan. Saat ini media massa di Indonesia kerap meninggalkan tang-gung jawab sosial dan etisnya dalam pemberitaan. Ruang publik tidak lagi menjadi atmosfer pencerahan bagi masyarakat.

Salah satu hal yang bisa dilakukan guna me-nyadarkan akan polusi media di ruang publik mela-lui gerakan literasi media. Ini perlu dikembangkan secara terus menerus, sehingga masyarakat tidak mudag untuk digiring oleh media dengan berbagai kepentingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, 2008, *Konstruksi Sosial Media Massa*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Berger Peter dan Luckman, Thomas. 1990. *Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES, Jakarta.
- Dedy N Hidayat. 2003. *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran : Kerangka Teori Mengamati Pertarungan di Sektor Penyiaran, Makalah dalam diskusi "UU*

- Penyiaran, KPI dan Kebebasan Pers*, di Salemba
- Entman, Robert M. 1993. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication* 43 (4): hlm 51-8.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York, NY et al.: Harper & Row
- Littlejohn, Stephen W, Foss a. Karen, 2008, *Human Communication*, Thomson Wadsworth, Belmont-USA.
- Media Research. Dalam Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy, Jr. And August E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Pan, Zhongdang, and Kosicki, Gerald M. (1993). *Framing analysis: an approach to News Discourse*. *Political Communication* 10: hlm 55–75
- Reese, Stephen D. (2001). Prologue---Framing Public Life: A Bridging Model for (Mahwah, NJ): Lawrence Erlbaum Associates.
- Scramm, Wilbur. *The World Outside and The Picture in Our Heads, Mass Communication*. Urban University of Illinois 1960 (468-486)
- Sudibyo, Agus dkk, 2001, *Kabar-kabar kebencian: prasangka agama di media massa*. ISAI. Jakarta
- Tankard, Jr., James W. 2001. *The Empirical Approach to the Study of Media Framing*, in Stephen D. Reese et al., *Framing Public Life: Perspective on media and our understanding of the social word*.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta. Kalam Indonesia.