

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

POLITISI PEREMPUAN DALAM BINGKAI MEDIA (ANALISIS FR AMING ROBERT ENTMAN ATAS PEMBERITAAN POLITISI PEREMPUAN DI MEDIA CETAK)

Oleh: **Amalia Djuwita**

Pengajar pada Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1, Ters. Buah Batu, Bandung 40257.

E-mail: amaliadjuwita@gmail.com

Intisari

Gebner dalam buku Boyd-Barret, Approach to Media: a Reader (1995; 12), memperkenalkan konsep resonansi. Hal ini terjadi saat media massa dan realitas sebenarnya menghasilkan koherensi yang powerful, di mana pesan media menerpa khalayak secara terus menerus secara signifikan. Ketika realitas media mirip dengan realitas sosial yang terjadi di lingkungannya, proses resonansi itu berlaku. Dalam konteks kekuataannya inilah media menjadi alat ampuh dalam pembentukan opini publik, jika asumsinya digeser ke wilayah realitas masyarakat maka opini publik akan membentuk persepsi simpati dan empati. Peran media dalam memberitakan kasus korupsi yang dilakukan oleh politisi perempuan yang sangat gencar, telah memberikan pencerahan pada masyarakat akhir-akhir ini. Hampir setiap hari Media cetak maupun Televisi menayangkan para pelaku korupsi yang terlibat atau tertangkap tangan, bahkan sering menjadi perbincangan atau program tersendiri dalam pengupasan persoalan korupsi. Diantara nama Perempuan yang dituduh terlibat korupsi ini adalah Wa Ode, Miranda Goeltom, Nunun Nurbaeti, Malinda Dee, Angelina Sondakh, Mindo Rosalinda Manulang. Dibandingkan dengan laki-laki yang terlibat dalam masalah korupsi serta dari data statistik, maka sedikit sekali Perempuan yang terlibat dalam kasus korupsi tersebut. Tetapi dalam Pemberitaan media, Perempuan yang terlibat korupsi yang disebutkan di atas menjadikan berita yang sangat menonjol.

Kata kunci: Politik Perempuan, Media Massa, Framing Entman

Abstract

Gebner in the Boyd-Barret, Approach to Media : A Readers (1995; 12), promoted the resonance .This happens when mass media and reality actually produces coherence that is powerful, of which media message hit people constantly being significant. When the media reality similar to the reality that happens in the society area, the process of resonance goes. In the context of it's power, media be instrumental potent in the formation of public opinion, if the assumption be shifted to the region reality the community so public opinion will form perception sympathy and empathy. The role of media in preaching a corruption case done by politicians of women so intensively, has to shed some light on the society lately. Almost every day the print media and television showed corruption players involved or caught on hand, even often been on the receiving end or separate program in stripping the corruption problem. Some women allegedly involved corruption case are Wa Ode, Miranda Goeltom, Nunun Nurbaeti, Malinda Dee, Angelina Sondakh, and Mindo Rosa-

linda Manulang. Compared with men involved in the problem of corruption and of statistical data, hence slightly once women were involved in the corruption case .But in the media news, women involved corruption mentioned above renders news that is very prominent.

Keywords: *Politics, women, Mass Media, Framing Entman*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam telaah kajian Ilmu Komunikasi, media dan profesi jurnalis yang berada dalam satu konsep industry, senantiasa terlibat dalam dialektika kehidupan sepanjang masa. Hubungan media dan masyarakat (*khalayak media*) telah terjalin sedemikian rupa, sehingga menghasilkan asumsi dasar bahwa media memberikan pemaknaan baru terhadap kehidupan, masyarakat, dan juga interaksi sosial, yang kemudian disebut dengan istilah realitas sosial media.

Ada dua kata kunci yang menjadi klaim Jurnalis atau pekerja media selama ini bahwa dia adalah “Independen dan Objektif”, Seorang Jurnalis selalu menyatakan dirinya telah bertindak objektif, seimbang serta tidak berpihak pada siapapun dan pada kepentingan apapun dalam mengetahui kebenaran serta memberitakannya pada khalayak. Namun dalam kenyataan, kita ketahui lewat pemberitaan suatu peristiwa yang sama, Media tertentu memberitakan dengan cara menonjolkan aspek tertentu, sedangkan media lainnya memelintir bahkan menutup aspek tersebut dari pemberitaan.

Pada dasarnya, kegiatan media adalah pekerjaan yang berhubungan dengan pembentukan realitas. Setiap pekerja media mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Pembentukan konstruksi peristiwa dalam pemberitaan, sangat dipengaruhi oleh hubungan kekuatan-kekuatan sosial yang melingkupi media dan berbagai tekanannya. Ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. “Berita bukanlah dari realitas, ia hanya konstruksi dari realitas (Eriyanto, 2002: 23)”.

Idealnya bahwa setiap Media menyajikan secara utuh suatu peristiwa, namun pada kenyataannya dalam banyak penelitian yang membuktikan bahwa isi media tidak selalu mencerminkan seluruh realitas sosial yang ingin disampaikan. Begitu juga dengan media yang berbeda akan menghasilkan isi yang berbeda pula dalam menyajikan suatu realitas yang sama. Produksi berita di media massa pada dasarnya merupakan penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah “cerita”. Maka tugas redaksional media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa.

Berangkat dari pernyataan di atas, bahwa media massa memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kehidupan. Sejalan dengan pemikiran peneliti, salah satu kekuatan media massa adalah membentuk realitas sosial. Gebner dalam buku *Boyd-Barret, Approach to Media: a Reader* (1995; 12), memperkenalkan konsep resonansi. Hal ini terjadi saat media massa dan realitas sebenarnya menghasilkan koherensi yang *powerfull*, di mana pesan media mengkultivasi secara signifikan. Ketika realitas media mirip dengan realitas sosial yang terjadi di lingkungannya, proses resonansi itu berlaku.

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Dalam konteks kekuataannya inilah media menjadi alat ampuh dalam pembentukan opini publik, jika asumsinya digeser ke wilayah realitas masyarakat maka opini publik akan membentuk persepsi simpati dan empati.

Peran media dalam memberitakan kasus korupsi yang sangat gencar, telah memberikan pencerahan pada masyarakat akhir-akhir ini. Hampir setiap hari Media cetak maupun Televisi menayangkan para pelaku korupsi yang terlibat atau tertangkap tangan, bahkan sering menjadi perbincangan atau program tersendiri dalam pengupasan persoalan korupsi.

Pelaku korupsi ini kebanyakan adalah para laki-laki baik itu yang tertangkap tangan bersama barang buktinya maupun yang sudah jadi terdakwa. Neta S Pane (Kompas, 29 Juli 2011) mengatakan bahwa Perempuan memiliki hasrat lebih rendah menerima suap atau melakukan tindak pidana korupsi. Hal ini disebabkan adanya rasa malu yang cukup kuat. Hal lainnya adalah bahwa pemegang tampuk kekuasaan dan kebijakan mayoritas ada pada tangan laki-laki.

Secara statistik bisa kita lihat tahun 2008, dari 22 koruptor Indonesia yang ditangkap, hanya ada 2 perempuan yang terlibat. Dan tahun 2011 ada 370 pelaku korupsi yang diperkarakan, dimana hanya ada 7 pelaku perempuan yang terlibat. Data dari Keputusan Mahkamah Agung tahun 2000- 2008 mencatat bahwa sebagian besar pelaku korupsi di Indonesia adalah laki-laki (93,4%) (Wijayanto dan Zachrie (Editor), 2009). Mahkamah Agung telah menerima 956 perkara korupsi, dan lebih dari 90 % adalah laki-laki (Viva-news, Januari 2012).

Diantara nama Perempuan yang dituduh terlibat korupsi ini adalah Wa Ode, Miranda Goeltom, Nunun Nurbaeti, Malinda Dee, Angelina Sondakh, Mindo Rosalinda Manulang. Dibandingkan dengan laki-laki yang terlibat dalam masalah korupsi serta dari data statistik, maka sedikit sekali Perempuan yang terlibat dalam kasus korupsi tersebut. Tetapi dalam Pemberitaan media, Perempuan yang terlibat korupsi yang disebutkan diatas menjadikan berita yang sangat menonjol, dimana hampir setiap hari menghiasi berita televisi maupun cetak.

Pengupasan berita Perempuan-perempuan yang terlibat korupsi oleh media, yang diberitakan lebih banyak pada persoalan pribadi, gaya hidup serta barang-barang yang dipakai melekat pada tubuh mereka. infotainment dan tabloid-tabloid pun mengupas penuh kehidupan pribadi serta gaya hidup dari mereka secara gamblang. Berita tentang Perempuan dan korupsi telah bergeser menjadi Gosip yang jauh dari pembahasan terhadap kasus hukum yang menimpa mereka.

Namun terhadap Pemberitaan pelaku korupsi Laki-laki, hal ini tidak kita tidak temukan media mengupas lebih dalam berita tentang kehidupan pribadi maupun pada barang-barang yang melekat pada tubuhnya pelaku korupsi laki-laki.

Perspektif Media dalam mengangkat persoalan koruptor perempuan politik, mengandung indikasi bias gender dalam pemberitaannya. Di mana media masih memerlukan eksploitasi terhadap hal-hal yang menghiasi kehidupan baik itu gaya hidup maupun isu-isu yang bersifat pribadi dari Perempuan tersebut.

Apakah pemberitaan Media mengenai payudara Malinda Dee yang sedemikian *bombastis*, maupun tas Hermes yang dipakai oleh Angelina Sondakh, rambut ungu Miranda Goeltom, kerudung LV Nunun serta *life style* mereka, dapat kita temukan juga pada

Koruptor laki-laki seperti Nazaruddin dengan wajahnya yang ganteng, dadanya yang bidang serta Jam tangan mewah yang digunakannya, misalnya?

Di antara Perempuan yang terlibat kasus korupsi, Angelina Sondakh menjadi sosok yang paling banyak diliput dalam pemberitaan baik di media TV maupun cetak. Ketertarikan media terhadap Angelina Sondakh karena selain seorang mantan Putri Indonesia yang sudah menjadi sosok selebritis yang menonjolkan kecerdasannya di mata Publik.

Sosok yang sangat menarik media karena keterlibatannya di dalam Partai Demokrat yang sangat populer. Selain sebagai Anggota DPR, Angelina Sondakh juga menjadi bintangnya Partai sekaligus sebagai “Icon” yang dapat menjual citra partai lewat penampilannya yang cantik dan cerdas. Sebelum adanya keguncangan yang terjadi dalam tubuh Partai Demokrat yang melibatkan bendahara umumnya ditangkap. Pada Pemilu lalu tahun 2009, partai Demokrat menjadikan Angelina Sondakh sebagai salah satu “Icon” dalam *tagline* pemberantas korupsi bersama para petinggi partai Demokrat lainnya. Mengusung isu anti korupsi dalam pencitraan partai, ketika pemilu 2009 lalu, terbukti sangat mengangkat citra Demokrat dan menjadi pemenang di antara partai politik lainnya.

Iklan yang dibuat dan ditayangkan secara masif hampir seluruh layar TV dan halaman media cetak, meneriakan “*tidak!!*” Terhadap korupsi, di mana figur Angelina yang menjadi bintang iklan tersebut. Namun inilah ironi yang terjadi saat Angelina Sondakh yang telah ditetapkan sebagai tersangka Korupsi dalam kasus Wisma Atlet.

Tampaknya hal di atas yang menjadi faktor utama ketertarikan media dalam pemberitaan. Perhatian media terhadap kasus Angelina Sondakh justru lebih banyak mengulas pada sisi kehidupan pribadi dan gaya hidup Angelina Sondakh dibandingkan dengan kasus hukum yang di sangkakan pada dirinya.

Dan Koran-koran Harian seperti Media Massa Cetak, Harian Media Indonesia, Koran Tempo dll, bisa dikatakan bahwa hampir di tiap isi pemberitaan terhadap Angelina Sondakh sama dengan majalah *Lifestyle* maupun tabloid-tabloid *gossip* yang mengkhususkan pemberitaan pada isu dan gaya hidupnya. Hal ini tentu sangat berbeda jauh dengan pemberitaan terhadap Laki-laki yang terlibat kasus korupsi. Bahkan ketika kita mencari nama-nama koruptor di Google internet, hampir seluruhnya yang tampil adalah Perempuan tersebut diatas.

Berangkat dari analisis isi pemberitaan di atas, Kita dapat melihat bagaimana media membingkai berita pada perempuan koruptor cenderung pada berita yang tidak substantif, melainkan pada persoalan yang melekat pada tubuh mereka, kehidupan pribadi maupun gaya hidupnya.

Meminjam argumentasi McQuail (1996: 52), Berita (*news*) bukan sekedar fakta, melainkan bentuk khusus pengetahuan yang tidak lepas dari penggabungan informasi, *mitos*, *fable*, dan *moralitas* (Graeme Burton, 2007:198). Tidak dapat disangkal bahwa berita televisi mendahului gambar. Kekuatan gambar menjadi nilai berita terkait dengan bentuk atau penyikapan. Gambar melegitimasi materi berita di tinjau dari segi kehadiran tempat dan reporter kepada pemirsa dan menjadikannya nyata. Gambar mengabsahkan berbagai gagasan yang diekspresikan oleh pembawa berita dan reporter berkenaan dengan peristiwa atau isu. Autentisitas merupakan salah satu makna wacana berita, sebuah penghubung menuju kekuatan atau kepercayaan. Di saat kecenderungan yang memperlihatkan media massa terlibat dalam dunia industri, akan sangat menarik untuk menelusuri ideologi serta ke-

pentingan politik dalam sajian media massa. Dalam relasi ekonomi dan kepentingan politik inilah menunjukkan bahwa media mempunyai tujuan tertentu pula dalam pemberitaannya.

Dengan dua perspektif diatas, penting sekali menyikapi secara kritis atas pembungkaihan yang dilakukan oleh media terhadap produksi pemberitaan yang di sajikan pada Nhalayak. Terutama pada pemberitaan perempuan politik yang terlibat kasus korupsi. Di mana khususnya dalam kasus Angelina Sondakh, media dalam pemberitaan lebih cenderung pada gaya hidup dan persoalan pribadinya yang ditonjolkan, dibanding dengan persoalan hukum yang telah menjadikannya sebagai tersangka.

Kekuatan gambar yang disajikan dalam pemberitaan memungkinkan sebuah agenda tersembunyi di dalamnya. Angelina ditampilkan sosok selebritas yang memakai pakaian dan tas yang mewah dalam berbagai acara dan gaya. Apalagi bila dilihat dari berbagai tayangan media televisi. Hampir setiap saat kupasan tentang kehidupan Angelina Sondakh menjadi bahan perbincangan sangat tampak dalam penonjolan berita media cetak maupun Televisi. Penempatan berita terhadap Anggelina sondakh sering terdapat di halaman depan surat kabar Media Massa Cetak bersama dengan berbagai fotonya dalam berbagai gaya.

Atas dasar adanya perbedaan yang sangat nyata diberitakan Media terhadap Perempuan yang terlibat kasus korupsi, menjadi perhatian peneliti. bagaimana proses pembungkaihan berita tersebut dilakukan oleh Harian Umum Media Massa Cetak, serta ideologi dan motif ekonomi politik apa yang menjadi pertimbangan dalam Framing itu pada pemberitaan Angelina Sondakh. Dalam rumusan penelitian ini, peneliti mencoba mengungkap bagaimana keterkaitan media dalam membangun persepsi publik terhadap politisi perempuan mengandung Bias Gender dalam pemberitaan.

Terhadap pilihan peneliti pada Harian Cetak, beberapa materi akan didapatkan dari versi Digital. Pemberitaan media atas perempuan politik sering dianggap “*Sensasional*” dan terkadang provokator. Hal ini tentu sesuai dengan Visi dan misi partai yang mengedepankan penyajian berita yang keras, memberikan penyajian atau ulasan yang mengkritik dengan lugas.

Adapun Terhadap penyajian berita Perempuan, khususnya terhadap Anggelina Sondakh, pemberitaan terhadap Gaya hidup dan Kehidupan pribadinya menunjukkan adanya dugaan Bias Gender yang dilakukan Media Massa Cetak. Karena daya tarik Figur Selebritas seorang Anggelina Sondakh menjadikan tentang Anggelina Sondakh di Rakyat Merdeka di kupas secara mendalam dan sangat dominan dalam mengisi lembaran Harian tersebut.

Terhadap Pemilihan metode yang dikembangkan oleh Entman, dilandasi atas pertimbangan dimana Entman mengembangkan analisis mengenai penonjolan bagian dari penilaian terhadap suatu masalah, penyebab masalah, penilaian atas penyebab dan atau rekomendasi penyelesaian untuk aspek yang digambarkan (Entman, 1991; 52). Pemilihan Framing Entman dilatarbelakangi dengan kesesuaian terhadap aspek yang ingin diketahui permasalahan penelitian.

Membaca latar belakang di atas. Jurnal ini diarahkan untuk mengungkap framing media Media Massa Cetak terhadap pemberitaan Perempuan Politik. Batasan masalah jurnal ini adalah bagaimana media membungkai berita yang mengandung isu perempuan politik dilihat dari analisis Framing Entman.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Analisis Framing

Framing merupakan salah satu teknik analisis media yang digunakan untuk mengetahui proses dan bagaimana media ketika melakukan pembingkai aspek tertentu dari realitas dan membuat aspek tersebut lebih menonjol dalam teks berita. Analisis Framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis Wacana, khususnya untuk menganalisis Teks Media.

Adapun Defenisi dari Analisis Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang akan diambil, dan bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto,2002: 24). Seperti halnya juga yang dikatakan oleh Sudibyo (2001:186), bahwa Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu dan dengan bantuan foto, karikatur serta alat ilustrasi lainnya. Ada beberapa model yang kita ketahui dalam Analisis Framing tersebut untuk melihat upaya media mengemas berita. Disamping itu seperangkat asumsi budaya seperti sistem nilai dan norma dalam masyarakat sangat berpengaruh juga dalam pembingkai berita yang dilakukan oleh media.

Ada beberapa Model Framing dalam melakukan analisa terhadap Media. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Analisis Framing yang dikembangkan oleh Robert N.Entman. (Eriyanto: 2002: 189) dimana dalam model ini digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu serta menghilangkan aspek yang lainnya dari realitas oleh media.

Adapun pendekatan yang dikenal dengan model Entman ini yakni mengoperasionalkan dua dimensi besar yaitu:” seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu”. Dari realitas isu yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Ada bagian berita atau isu yang dimasukkan, tetapi ada juga isu yang dikeluarkan karena tidak semua aspek/isu yang ditampilkan. Wartawan memilih aspek tertentu dari isu. Dibawah ini adalah tabel model analisis framing Entman.

Tabel 1
Model Framing Entman

Seleksi Isu	Berhubungan dengan pemilihan fakta
Penonjolan aspek	Bagaimana aspek dari Isu ditulis kata-kata, gambar, citra tertentu untuk ditampilkan pada khalayak

(Eriyanto, 2002;187)

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tabel 2
Model Framing Entman

<i>Define Problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai Apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa(aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement</i> (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

(Eriyanto, 2002; 188-189)

Ke empat elemen pembentuk frame media pada tabel diatas, Pendefinisian masalah (*problem identification*), perkiraan sumber masalah (*causal interpretation*), penilaian terhadap sumber masalah (*moral evaluation*). Adapun unsur utama pembentuk frame menurutnya adalah dalam *problem identification*, melalui unsur ini dapat dilihat pemaknaan wartawan terhadap peristiwa yang diliput. Kemudian *Causal interpretation* merupakan elemen pemaknaan wartawan terhadap peristiwa yang diliput. Kemudian *Causal interpretation* merupakan elemen yang memperlihatkan siapa atau apa yang koheren sebagai biang masalah. Selanjutnya *moral evaluation* turut memperteguh konstruksi elemen utama melalui serangkaian alasan pembenar yang kuat agar di percayai khalayak. Terakhir *treatment recommendation*, dimana dalam elemen ini wartawan menawarkan pilihan solusi yang dinilai dapat menyelesaikan masalah”.

Baik elemen dasar, maupun elemen pembentuk frame media seperti yang digagas dalam teori framing Entman diatas itulah yang akan menjadi pisau analisis dalam penelitian ini, analisis Entman sangat memungkinkan untuk menguak realitas yang ditampilkan berkaitan dengan isu bias gender dalam pemberitaan perempuan politik umumnya dan pemberitaan Angelina Sondakh khususnya. Apa saja isu bias gender itu, mengapa justru isu yang seharusnya tidak ada kaitannya dengan masalah hukum yang dia hadapi justru menjadi topik utama dalam pemberitaan di media, khususnya di harian Media Massa Cetak.

Isu bias gender, seharusnya menjadi bagian dari isu yang harus diseleksi oleh para pemilik media, khususnya wartawan, terlepas dari kepentingan oplah atau alasan yang secara ekonomi politik selalu dikaitkan dengan kepentingan media. Apalagi penonjolan isu

jender sebagai bagian dari pemberitaan sebenarnya menjadikan thema pemberitaan menjadi tidak substantif. Penelitian dengan menggunakan model framing Entman ini akan dapat menjelaskan dan mencari tahu bagaimana media membingkai kedua hal tadi.

Selanjutnya model Framing Entman dalam hal pendefenisian masalah, penyajian berita berdasarkan sumber masalah, dan keterkaitannya dengan kepentingan moral serta rekomendasi penyelesaian masalah seperti yang disyaratkan dalam model itu, menurut peneliti juga akan mampu menjelaskan bagaimana media membingkai pemberitaannya sehingga secara sadar atau tidak sadar, sengaja maupun tidak, justru wartawan media tersebut menyajikan berita yang menyangkut isu bias gender. Hal ini jugalah yang ingin peneliti lihat di harian umum Media Massa Cetak terkait pemberitaan Angelina Sondakh, terutama pemberitaan yang berkaitan dengan hubungan pribadinya dengan seseorang, yang menurut peneliti tidak ada kaitan dengan masalah hukum yang dihadapinya.

Selanjutnya dalam pemberitaan yang berkaitan dengan sumber masalah yang juga ada dalam model Entman, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana wartawan harian Media Massa Cetak membingkai pemberitaannya sehingga isu bias gender seperti demikian mengemuka dalam pemberitaan tentang Anggelina Sondakh, mungkinkah ada andil sumber berita yang membuka peluang pemberitaan itu menjadi tidak substantif dan mengarah kemana-mana. Padahal atas dasar kepentingan moral barangkali tidak lebih penting menyembunyikan hal lain yang justru menimbulkan isu bias gender dan ini jelas ada dalam model Entman. Karena itulah model ini sangat pas untuk membidik dan menjadi pisau analisis dalam masalah ini. Sehingga rekomendasi penyelesaian dapat digagas untuk makin memperjelas bagaimana sebuah berita layak atau tidak untuk ditampilkan.

Untuk semua alasan itulah peneliti memilih teori framing model Entman untuk menjawab semua pertanyaan yang ada dalam penelitian ini, dengan kata lain teori Framing Entman menjadi applied theory yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Media Massa

Institusi media massa bersifat kompleks karena terdiri dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa yang secara keseluruhan berperan sebagai sumber informasi dan sebagai komunikator. Tugas-tugas pihak media massa dimulai dari tahap mencari, menyusun, mempersiapkan dan menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Dennis McQuail (1996; 38) menyatakan bahwa ciri khusus media massa yang membedakan dengan institusi sosial lainnya, adalah :

- 1). Media bertugas memproduksi dan mendistribusikan “pengetahuan” dalam wujud informasi, pandangan dan budaya. Upaya tersebut merupakan respon terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.
- 2). Media menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain, dari pengirim pesan ke penerima pesan, dari anggota khalayak ke anggota khalayak lainnya.
- 3). Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan serta sebagai penerima (dalam kondisi tertentu sebagai pengirim). Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik.

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

- 4). Partisipasi anggota khalayak institusi pada hakekatnya bersifat sukarela tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial.
- 5). Institusi media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungan pada imbalan kerja, teknologi atau kebutuhan pembiayaan.
- 6). Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi itu selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media, mekanisme hukum dan pandangan pandangan menentukan yang berbeda antara negara satu dengan negara lainnya.

Dari uraian McQuail di atas, media massa adalah suatu institusi sosial, sekaligus oplitik yang menyentuh alam pikiran masyarakat luas, yang dalam prosesnya media akan sangat besar pengaruhnya terhadap apa yang akan terjadi pada massa mendatang, baik dalam proses politik, kehidupan sosial maupun ekonomi. Media diharapkan mampu mengarahkan masyarakat sebagai khalayaknya ke arah yang lebih baik agar kehidupan sosial berjalan dengan baik. Akan tetapi jika apa yang ditampilkan media tidak mampu memberi ruang atas distribusi pengetahuan sehingga malah mendiskreditkan komunitas tertentu, maka pada akhirnya apa yang ditampilkan media akhirnya justru tidak mampu mewakili kondisi publik.

Media memiliki peran aktif dalam menentukan isu sosial di tengah masyarakat untuk diangkat dalam meja redaksi yang kemudian menjadi produk jurnalistik surat kabar. Produk baca inilah yang berupa informasi berpotensi menjadi opini publik di tengah masyarakat, dan pada akhirnya menjadi perbincangan ditengah masyarakat.

Fenomena media semacam inilah yang akan peneliti jelaskan melalui pendekatan media massa, meski tidak dapat dipungkiri bahwa apa yang dikatakan Mc.Quail yang menjelaskan bahwa sebuah media pasti terkait dengan industri pasar, tetapi bukankah hukum antar negara juga berbeda sehingga perbedaan antar negara mengisyaratkan juga perbedaan kebebasan media untuk mengkonstruksi sebuah realitas.

3. Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas di populerkan oleh Peter L.Berger dan Thomas Lukman dalam bukunya "*The Social of Construction Reality*", realitas menurut Berger tidak dibentuk secara ilmiah. Tidak juga sesuatu yang ditentukan oleh Tuhan, tetapi dibentuk oleh dan dikonstruksi.

Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger ini menyatakan bahwa realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subjektif dan Objektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi (yang mencerminkan realitas subjektif).

Bahwa Manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus. Berger melihat manusia sebagai produk masyarakat dan masyarakat sebagai produk manusia, baik manusia dan masyarakat saling berdialektika diantara keduanya. Masyarakat tidak pernah sebagai produk akhir, tetapi tetap sebagai proses yang sedang terbentuk (Poloma, 1984;308-310).

Dalam buku *Analysis Framing*, Eriyanto menjabarkan bahwa dalam proses ester-nalisasi, objektivasi dan internalisasi sebagai berikut:

Pertama, eksternalisasi adalah usaha untuk pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar manusia, Ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana Ia berada. Manusia tidak dapat dimengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya.

Kedua, objektivasi, yakni hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi. Dia akan menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil sendiri sebagai suatu aktivitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkan.

Ketiga, internalisasi, proses ini lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi struktur dunia sosial. Melalui proses Internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat. (Eriyanto, 2002;14-15).

Beragamnya kepentingan pada media massa adalah hal yang tidak bisa dipungkiri, bahwasanya media massa ada yang memiliki kepentingan politik, karena ia didanai dan di support oleh kekuatan politik tertentu, dan media massa juga sangat bermotifkan ekonomi, di mana kepentingan secara materi adalah satu-satunya target dari media tersebut dalam dunia industri. Adanya kepentingan dari media massa sangat mempengaruhi berita yang disampaikan kepada khalayak. Dari sinilah muncul anggapan bahwa fakta yang disampaikan bukanlah fakta yang objektif, melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau penulisnya/wartawan dengan berbagai latar belakang kepentingan tertentu.

Peter Gording dan Graham Murdock (2000: 70) berpendapat bahwa media massa adalah produsen budaya yang lebih berperan sebagai mesin bisnis pencari keuntungan. Ideologi kapitalisme sangat mempengaruhi institusi media, termasuk hubungan antara pemilik dengan para pekerjanya. Isi media lebih diarahkan untuk melayani kepentingan atau kebutuhan pasar.

Konstruksi realitas media berdasarkan kerangka tertentu berkaitan dengan kenyataan bahwa kebanyakan khalayak adalah pihak yang aktif dan memiliki pengetahuan untuk melakukan penafsiran atas berbagai informasi yang diterima berdasarkan perspektifnya sendiri, sementara media berkeinginan membatasi pandangan khalayak atas suatu realitas, padahal mungkin ada realitas lain yang lebih menarik untuk diketahui atau ditampilkan, namun tidak ditampilkan media.

Sebagai medium pertarungan berbagai wacana ditengah masyarakat maka pembingkaiian media terhadap suatu peristiwa mengandung konsekuensi mulai dari penampilan pihak yang berlawanan secara kontras, yang satu lebih dominan sementara pihak lawan ditampilkan ala kadarnya, pengulangan nada pernyataan yang sama memberikan tempat yang lebih besar bagi pihak yang dianggap memiliki basis penafsiran yang lebih

4. Konstruksi Media dalam Pemberitaan Perempuan

Dalam Industri Media, Tubuh Perempuan bukan sebuah realitas yang hadir atas perempuan itu sendiri, melainkan diciptakan sedemikian rupa. Sehingga pertama-tama adalah harus dari “bagaimana orang lain memandang”, dan atas tubuhnya itulah perempuan dilihat, bukan atas dirinya sendiri dan bukan juga karena pikiran dan jiwa serta prestasinya dan mentalnya.

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Dalam Feminis Eksistensialis (Simon De Beauvoir dalam) menjelaskan:

Perempuan bukanlah realitas yang *ajeg* (stagnan), tetapi lebih merupakan sesuatu yang menjadi, dengan demikian harus didefinisikan sebagaimana dipandang dalam perspektif yang saya ambil. Bahwa tubuh bukanlah suatu benda, dia adalah suatu situasi; tubuh adalah cengkraman kita terhadap dunia dan sketsa dari proyek-proyek kita.

Oleh karena itu feminis eksistensialis melihat kehadiran perempuan dalam media adalah fakta *dehumanization of woman*, sebuah distorsi yang telah disosialisasikan dan menjadi bentuk nilai dan standar keberadaan perempuan dalam budaya patriarki. Dalam buku *Feminist Media Studies*, menerangkan bagaimana feminisme dalam melihat bentuk komunikasi media yang patriarkhis dengan menyatakan sebagai berikut:

“...Bagaimana teori fungsionalis media lebih merujuk pada proses komunikasi, bukan pada bagaimana komunikasi itu bekerja”.

Pernyataan Liebert diatas jelas menunjukkan kritik bagaimana Media yang hanya menekankan proses tetapi tidak melihat siapa pembuat proses itu dan apa efeknya. Dalam studi tentang media dan feminisme, Liebert membuat bagan untuk menjelaskan bagaimana kebanyakan media bekerja dalam 3 elemen yaitu, mengenai stereotip, pornografi, dan video-logi. Yang efeknya telah menindas perempuan seperti berikut dibawah ini:

Tabel 3

Sender	Process	Message	Process	Effect
Streotypes	Men	Distortion	Sterotype	Socialization Sexism
Pornography	Patriakhy	Distortion	Pornography	Imitation Oppresion
Ideology	Capitalism	Distortion	Hegemony	Familiarization Common Sense

Dari paparan diatas, Distorsi adalah kunci pendekatan feminisme terhadap media. Dalam konsep ini dijelaskan bahwa perempuan tidak dihadirkan atau didistorsi identitasnya dalam konten media kecuali –sebagaimana eksistensialis menjelaskan – bila kehadirannya diciptakan oleh patriarki, hal ini dapat kita lihat dari fenomena iklan, fashion yang disajikan media serta pemberitaan terhadap perempuan politik.

Dalam Feminisme Eksistensialis, menjelaskan tentang tidak adanya subjektivitas bagi perempuan. Eksistensi perempuan dihadirkan bukan pada diri atau dirinya sendiri, melainkan untuk orang lain. Perempuan dihadirkan bukan sebagai realitas dirinya, melainkan realitas yang dibuat oleh pandangan orang lain (Media). Dalam Mitos kecantikan di Media memberikan tidak dihadirkan sebagaimana realitasnya. Dan dibalik pencitraan perempuan yang jauh dari realitas serta tuntutan kebutuhan yang paling esensial dari seorang perempuan. Dalam konteks ini tentu kita kembali lagi tentang kebudayaan laki-laki dimana ke-

budayaan inilah yang menciptakan stereotip-stereotip perempuan agar sesuai dengan mitos atau imaji Patriarki.

Dalam studi Analisis berita, bahwa berita bukanlah sesuatu yang netral, dia menjadi ruang publik dari berbagai pandangan yang berseberangan dalam masyarakat. Media sebaliknya adalah ruang dimana kelompok dominan menyebarkan pengaruh dengan meminggirkan kelompok lain yang tidak dominan.

C. PEMBAHASAN

1. Isu Angelina Sondakh: Pembungkaman Isu Perempuan Politik

Pendefinisian dari Pemberitaan Angelina Sondakh yang terkait dengan perempuan politik, mulai dari pemberitaan yang terbit tanggal 5 februari di muat oleh Media Massa Cetak sampai dengan tanggal 20 Mei, pada pemberitaan pertama sudah bisa dibaca, terutama jika dilihat dari judul ini “Angelina: Ini Penzoliman Maha Dahsyat” Pernyataan Anggie tentang rencana Umroh bersama anak-anaknya, yang sebetulnya tidak ada kaitan sama sekali dengan kasus tuduhan korupsi yang ditujukan kepadanya pada saat itu.

Dengan penonjolan status Anggie yang dinyatakan sebagai artis kadang didistribusikan dalam padanan kalimat yang cenderung subjektif menempatkan posisi Jender padahal alih alih menegaskan posisi jender, berita itu justru menempatkan posisi sex pada pribadi Anggie.

Pada tulisan kedua yang berjudul “Gara-gara Angelina jadi tersangka kasus korupsi, Artis Demokrat jadi malu jadi Anggota DPR (Minggu, 5 Februari 2012)” ternyata, pada isi pemberitaan yang memuat kutipan kata-kata dari Komar yang juga seorang politisi yang berlatar belakang artis dan mengatakan, ”terus terang saya sekarang malu menjadi anggota DPR” meski kata itu diucapkan seorang Komar nyatanya penonjolan status artis nampaknya hanya dikenakan pada Anggie, Komar yang seorang aktor seolah lepas dari isu bias Jender yang jelas tidak pernah mendefinisikan pengelompokan jenis kelamin, melainkan peran semata, karena itu menurut peneliti harusnya pernyataan komar dinyatakan juga dalam kapasitasnya sebagai seorang aktor.

Pemberitaan ini di bingkai dalam pernyataan terhadap Angelina sondakh yang notabene seorang perempuan kalimat “Partai Demokrat masih menyayangi angelina sondakh” yang menurut peneliti Konteks itu hanya untuk menyatakan pindahnya AS ke komisi lain diluar komisi yang selama ini dibidangnya, seharusnya tidak perlu menonjolkan kata :” menyayangi” seolah prinsip feminitas seperti yang biasa dikenakan pada figur politisi lain dari partai yang sama atau yang berbeda cenderung tidak menggunakan kalimat cengeng seperti kata “menyayangi “ tadi, misalnya masih “mempertahankan” untuk merujuk perlindungan pada anggota partainya yang mengalami kasus hukum atau kasus lainnya.

2. Perkiraan Sumber Masalah Pemberitaan

Perkiraan sumber masalah-masalah terkait pemberitaan adanya isu Jender dalam pemberitaan Angelina Sondakh, berdasarkan pada cara narasumber sendiri mengiring Media terhadap jawaban yang diluar konteks yang di pertanyakan.

Sumber masalah bagi seorang Angelina Sondakh yang melibatkan dirinya itu adalah masalah korupsi, namun yang menjadi pemberitaan Media Massa Cetak ternyata lebih banyak porsi pada pemberitaan menyangkut masalah pribadi, keluarga dan Hal-hal yang melekat pada dirinya (cara berpakaian serta barang- barang yang dipakainya). Penonjolan isu yang menyangkut terhadap gaya hidup Anggie dengan Foto yang dimuat oleh Media Massa Cetak disamping berita Teks, semakin memperkuat adanya Isu bias Jender yang dilakukan oleh Media Massa Cetak.

Berbeda halnya dengan Media Massa Cetak, penonjolan isu bias jender yang dinyatakan tidak begitu nampak jika dilihat dari framing Entman, tetapi gambar yang menunjukkan isu bias jender itu dinyatakan dengan sempurna, jadi ada perbedaan penonjolan isu pada Media Massa Cetak dibanding Kompas, yaitu pada Media Massa Cetak baik kalimat berita dan gambar nampak saling menunjang, sementara pada Kompas ternyata Framing Entman menelisik tidak terdapat penonjolan isu bias jender yang menonjol, hanya gambar yang lepas dari framing Entman nampak nyaris sama dgn apa yang ditampilkan media lain, termasuk Media Massa Cetak.

3. Asumsi Moral Pemberitaan Isu Perempuan Politik

Hasil telaah terhadap pemberitaan yang didistribusikan oleh harian Umum Media Massa Cetak, Anggie mendapat sorotan secara personal, dominasi pemberitaan personal tersebut mengurangi esensi kasus yang sedang di hadapinya. Pemberitaan pada edisi pertama sample penelitian ini menunjukkan, Media Massa Cetak memilih menulis pembatalan rencana Anggie yang akan melakukan perjalanan Umroh bersama dengan putra-putrinya. Pembatalan tersebut kemudian di akui Anggie sebagai upaya kooperatif dirinya dalam pemeriksaan kasus korupsi dan suap.

Kompas, dalam edisi pertama sample penelitian ini, yakni pada tanggal 7 Februari, menulis berita tentang kasus yang sama dengan sisi profesional, dengan menampilkan Ketua Departemen Pemberantasan Korupsi dan Mafia Hukum DPP Demokrat, Didi Irawadi menjelaskan pihaknya menghormati langkah hukum yang di jalankan oleh KPK. Kondisi ini jelas menunjukkan identitas harian Kompas yang memang hadir sebagai media cetak profesional, tidak menyentuh sisi jender sebagai materi jual berita.

Di luar itu, harian Kompas pada pemberitaan selanjutnya memberitakan tentang penanganan kasus Anggie yang melibatkan nama baik partai Demokrat, untuk itu partai Demokrat di minta untuk tidak memberikan bantuan hukum terhadap Anggie. Sedang harian Media Massa Cetak lebih senang mengungkit perkuliahan Anggie yang sedang menyelesaikan studi Doktoralnya.

Secara garis besar, kedua media cetak ini tidak pernah berada di jalur yang sama meskipun isu yang sedang dibicarakan adalah sama. Bahkan di hari dan waktu yang sama sekalipun, namun hasilnya saat khalayak menerima tulisan dari kedua berita tersebut jauh berbeda. Seolah harian Media Massa Cetak jauh panggang dari Api, bahkan untuk memenuhi ideologi sebagai Koran Politik terkemuka sekalipun, Media Massa Cetak tidak mampu memenuhinya.

Nilai berita politiknya justru lebih banyak berada di harian Kompas, memberitakan secara profesional dan langsung pada pokok persoalan, melibatkan tokoh-tokoh yang ter-

kait secara jelas dan tidak berimbas pada bias jender sebagaimana dilakukan oleh harian Media Massa Cetak.

4. Rekomendasi Penyelesaian Masalah dalam Isu Berita

Kasus yang melilit Anggie seolah menjadi primadona di Harian Umum Media Massa Cetak, koran yang satu atap dengan koran lokal Lampu Hijau ini memberikan deskripsi *Treatment Recommendation* agar Anggie mengaku saja atas kasusnya. Beberapa contoh disebutkan tentang kepemilikan *Blackberry* pada tahun 2010 yang disangkal Anggie bukan miliknya. Media Massa Cetak mengulas dengan menampilkan berita saat Nazrudin menunjukkan foto-foto Anggie menggunakan *Blackberry*.

Kasus lain, yang kemudian diberitakan harian Kompas lebih pada persoalan pengusutan kasus, yakni pihak penegak hukum diharapkan mampu menjaga integritas selama penanganan kasus suap tersebut.

D. ANALISIS ISU

Berdasarkan temuan lapangan dan literatur secara kolaboratif, menunjukkan bahwa Media Massa cetak tidak punya pertimbangan sama sekali terhadap persoalan jender dalam setiap pemberitaan, bagi seorang Jurnalis yang menjadi pegangannya dalam membuat berita, yang terpenting menjadi pegangan adalah tidak menyinggung persoalan "SARA". Hal ini yang senantiasa juga sekaligus jadi kebijakan dari Media itu sendiri.

Hal ini dikemukakan juga oleh informan penelitian ini yakni Karena persoalan SARA merupakan hal yang sangat sensitif dan bisa mengancam terhadap Pembredelan Harian Media tersebut.

Disamping itu Bahasa yang digunakan oleh Media Massa Cetak sangat berbeda dengan Media lainnya, yaitu memakai bahasa yang "Prokem" atau dengan kata lain, bukan bahasa baku. Hal ini sesuai dengan visi dari Media itu sendiri, yaitu dengan pemakaian bahasa yang Lugas dan tegas.

Adapun alasan pemilihan dan penonjolan terhadap pemberitaan Anggelina Sondakh dalam Pemberitaan berdasarkan hasil penelitian jurnal ini dan melalui telaah framing Entman yang dilakukan ditemukan beberapa alasan antara lain:

- 1) Anggelina Sondakh adalah seorang Selebriti yang cantik dan cerdas dalam penampilan, menjadi daya tarik sendiri bagi media dalam pemberitaan. Karena bisa menjadi nilai jual dalam pemberitaan media terutama, pengupasan terhadap lifestylenya.
- 2) Disamping itu, Partai dimana tempat Anggelina Sondakh bernaung yaitu Partai Pemerintah yang menjadi partai pemenang dan penguasa Negeri ini.
- 3) Persoalan kasus yang menimpa Anggelina Sondakh, juga menyangkut akan keterlibatan terhadap Aparat Pemerintah baik dalam kasus Hambalang maupun kasus Wisma Atlet dan Diknas.
- 4) Kasus Anggelina juga melibatkan dugaan terhadap para petinggi Partai Demokrat yang lainnya termasuk Ketua Umumnya terutama dalam kasus Hambalang.

- 5) Nilai jual berita Angelina Sondakh, sangat memberikan kreativitas para awak media dalam berbagai sudut berita. Dalam Industri Media yang saat ini berlangsung, anggapan Media, berita tentang Angie akan selalu menarik terutama diluar berita Hukumnya.
Persoalan pemberitaan Angelina dari sisi Gaya Hidup dan pengupasan dari kehidupan Pribadinya yang lebih banyak dalam pemberitaan, antara lain :
- 6) Media massa cetak berasumsi bahwa Khalayak sudah bosan dengan pemberitaan tentang kasus hukum Angelina. Khalayak lebih menyukai akan sisi yang lain, yaitu yang menyangkut Kehidupan pribadi serta lifestyle dari Angelina Sondakh.
- 7) Media melihat terhadap Gaya Hidup Angelina yang Hedonisme dengan simbol pemakaian barang-barang yang dipakai dan melekat pada tubuhnya.

E. SIMPULAN

Ada dua kesimpulan utama yang menjadi perhatian peneliti, sesuai dengan rumusan yang telah peneliti susun dalam penulisan ini. Kesimpulan pertama berkaitan dengan Isu bias jender seperti apa yang ditampilkan oleh Media Massa Cetak, dan kesimpulan kedua adalah berkaitan dengan kemas media terhadap kasus yang melibatkan Angelina Sondakh sebagai representasi politisi perempuan.

Pertama, pemberitaan mengenai kasus korupsi yang melibatkan politisi perempuan banyak sekali menghiasi kedua media ini, yakni Surat Kabar Media Massa Cetak dan Kompas. Isu bias jender terlihat jelas lebih mendominasi di sisi Media Massa Cetak dan hal tersebut tidak terjadi pada Kompas.

Di sisi lain, konsep yang demikian sangat berbeda jauh dengan pemberitaan korupsi yang dilakukan oleh politisi pria. Pengupasan berita terhadap perempuan, mendahulukan desas-desus atau *gossip*. Sebaliknya, media cetak lain yang kredibel semisal Kompas yang *notabene* Surat Kabar kelas atas tidak memerdulikan siapa Angelina Sondakh di balik kasusnya. Angie, dalam kaca mata Kompas merupakan tersangka kasus korupsi. Persoalan Angie adalah Puteri Indonesia, entertainer, atau bahkan ia mengenakan apa dan bagaimana, tidak pernah disentuh persoalan personal oleh Kompas. Artinya, Kompas berada di posisi yang profesional, memberitakan fakta lapangan terkait kasus korupsi yang melibatkan Angelina Sondakh di dalamnya.

Kedua, pada kesimpulan di poin kedua ini, peneliti mendapatkan pola kemas berita yang termuat di Harian Umum Media Massa Cetak dan Kompas. Pemberitaan bias jender itu merujuk pada isu secara personal pelaku lebih kental dari nuansa kasus itu sendiri. Artinya, Media Massa Cetak dan mungkin beberapa media lain, lebih senang menulis tentang tubuh dan gaya hidup Angelina Sondakh, dibandingkan dengan kasus korupsi dan hukum itu sendiri. Dan ternyata, pemberitaan yang mendahulukan tubuh dan gaya hidup perempuan yang terkena kasus korupsi, berhasil menarik perhatian masyarakat. Di mana seringkali tidak ada hubungannya dengan kasus korupsi itu sendiri yang melibatkan nama mereka. Pada kesimpulannya kita bisa katakan bahwa media melakukan konspirasi membentuk realitas sosial sebagai wacana media.

Sejak ditetapkannya Anggelina sebagai tersangka kasus Korupsi Wisma Atlet, berita di Media Massa Cetak hampir setiap hari mengangkat berita tentang Anggelina Sondakh. Di mana berita Angie tersebut senantiasa di muat di halaman paling depan surat kabar tersebut. Seolah-olah menenggelamkan berita para koruptor lainnya yang tidak kalah dahsyatnya.

Kompas, sejauh ini masih konsisten dengan isu yang beredar, yakni Angie sebagai tersangka, dan muatan berita yang tertulis di Kompas juga seputar data, informasi dan perkembangan kasus yang melibatkannya. Tidak membias pada isu pribadi. Secara sederhana, peneliti menilai dari pandangan teori Hierarki Pengaruh Media, Kompas masih bertahan di level ideologi. Artinya, ia berupaya sebagaimana mestinya Kompas berlaku. Tidak terhanyut seperti Surat Kabar lain yang justru tertarik dengan isu bias jender.

Di sisi seberang, semisal Harian Umum Rakyat Merdeka yang mendeklarasikan diri sebagai Koran politik terdepan justru terhanyut dengan rutinitas media lain. Sehingga level ideologi tidak tersentuh, yang mendominasi justru rutinitas media dan kebijakan redaksional yang mengejar angka *sharing* dan *rate*. Rutinitas media berkenaan dengan arus media lain, ketika lebih banyak menyoroti persoalan pribadi, maka Media Massa Cetak tergiur untuk mengikutinya.

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

DAFTAR BACAAN

- Ananta Prima, "Media dan Independensi Kampanye" artikel di *Jurnal Nasional*, ed (12/4), 2009
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Suatu Penelitian Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992
- Budi Haryanto, "Peran Media" dalam Gun Gun Heryanto "Hand Out Mata Kuliah Komunikasi Politik". Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah-Jakarta. 2009.
- Cangara, Hafid. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006
- Castells, Manuel. *The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell, 2001
- Dido Rosalia, *Mengubah Televisi Menjadi Guru Bagi Anak*. Surabaya: Prima Persada Press, 2006
- Heru Adiseward, *Politik Media Massa*. Solo: Tiga Serangkai, 2000
<http://id.indonesiavoters.com>
- Komisi Pemilihan Umum, *Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2009*. Jakarta: KPU, 2009
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosda Karya, 2005
- LSPP, 2005
- Mass Communication*. New York: Longman, 1981
- Mcluhan, Marshall. *Understanding Media: the Extention of Man*. New York:
- McQuail, Dennis. & Steven Windahl, *Communication Models for the Study of*
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004
- Signet Book/ McGraw Hill, 1964
- Soelarso, Buddy. *Public Relation: Teori dan Praktek*. Jakarta: Citra Persada, 2004
- Tebba, Sudirman. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia, 2005
- Tumenggung, Adeline. *Laba-Laba Media; Hidup Dalam Galaksi Media*. Jakarta:
www.lsi.or.id