

# PENCITRAAN MEDIA DALAM BERITA KUNJUNGAN BARACK OBAMA KE INDONESIA

Muh. Bahrudin<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, STIKOM Surabaya

Email : bahrudin@stikom.edu, bahroedient@yahoo.com

**Abstract:** This research studied about how Jawa Pos and Media Indonesia packaging image of Barack Obama in his visit to Indonesia. Related with that matter, the researcher based it on social construction theory of Peter L. Berger and Thomas Luckmann as the basic for this research analysis. Therefore framing analysis method of Gamson and Modigliani was the relevant method to be used as the analysis method of news text that related with Obama's image in the reporting of his visit to Indonesia. This research result was Jawa Pos to package the image of Obama as president who has a special attraction for the community. Obama is also viewed as the president of the concern in realizing harmony, respect and appreciate differences of religion or tribe. Conversely, the Media Indonesia instead portray Obama as a president who can reminisce through the promises and rhetoric. Media Indonesia see, there is no concrete outcome of Obama's visit as the visit of Austrian President Heinz Ficher 13 projects that bring economic cooperation.

**Keywords:** media, politic, Barack Obama visit to Indonesia, social construction, framing analysis

Setiap peristiwa politik yang melibatkan penguasa atau aktor politik selalu menarik perhatian media, termasuk kunjungan Presiden Amerika Serikat Barack Obama ke Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa peristiwa tersebut dianggap sangat penting oleh media. Permasalahannya, media memiliki kemampuan memilih fakta, menyeleksi isu, menonjolkan dan menghilangkan bagian berita, serta mengarahkan berita sehingga membentuk citra pada aspek tertentu kepada khalayak. Berangkat dari wacana tersebut, peneliti ingin mengkaji pencitraan surat kabar Jawa Pos dan Media Indonesia dalam mengemas berita kunjungan Obama ke Indonesia.

Secara teoritik, keberadaan media tidak berbeda dengan keberadaan seorang individu. Dalam teori konstruksi sosial (*social construction*), sosiolog interpretatif Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mengungkapkan bahwa apa yang diungkapkan oleh individu tidak lepas dari latar belakang sosial dan psikologisnya.

Berger dan Luckmann melihat bahwa realitas itu tidak dibentuk secara alamiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan Tuhan Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Proses konstruksi realitas dimulai ketika seseorang melakukan objektivikasi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Selanjutnya, hasil dari pemaknaan proses persepsi itu diinternalisasikan ke dalam diri orang tersebut. Dalam tahap inilah dilakukan konseptualisasi terhadap suatu objek yang dipersepsi. Langkah selanjutnya adalah melakukan eksternalisasi atas hasil dari proses permenungan secara internal tadi melalui pernyataan-pernyataan. Sebagai alat pembuat pernyataan tersebut adalah kata-kata atau bahasa. (Berger dan Luckmann, 1991:34-46)

Demikian pula sebuah berita, ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Hal ini terjadi karena media bekerja mengumpulkan, memilih-milih, dan

menyebarkan informasi dan citra kepada khalayak berupa paket berita ataupun iklan, maka pada dasarnya media bekerja mengkonstruksi realitas. Artinya media menyajikan realitas dengan konstruksi tertentu kepada khalayak. Selanjutnya, khalayak membuat interpretasi-interpretasi tertentu terhadap apa yang telah dikonstruksi oleh media. (Pawito, 2009:40)

Terdapat dua penekanan karakteristik penting pada pembuatan konstruksi realitas. *Pertama*, menekankan bagaimana politik pemaknaan dan bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas politik. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan. *Kedua*, memandang kegiatan konstruksi sebagai proses yang terus menerus dan dinamis. (Eriyanto, 2008:40).

Konstruksi realitas terbentuk bukan hanya dari cara wartawan memandang realitas tapi kehidupan politik tempat media itu berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu mempengaruhi cara media massa tersebut mengonstruksi realitas (Hamad, 2004:55). Dalam konteks teks media, konsep citra dianggap relevan untuk mengetahui citra Barack Obama dalam kunjungan kenegaraan ke Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* model Gamson dan Modigliani dengan paradigma konstruksionis. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah kategori berita *headline* (halaman muka) yang menyangkut kunjungan Obama ke Indonesia edisi 11 Nopember 2010 pada surat kabar Jawa Pos dan Media Indonesia. Data penelitian yang telah dikumpulkan, selanjutnya dianalisis lebih mendalam dengan menggunakan metode analisis *framing* model Gamson

dan Modigliani (1989:3-4) untuk mengetahui tiga pokok penting yaitu *Core Frame*, *Framing Devices*, dan *Reasoning Devices*. Formula *framing* ini dapat membantu peneliti untuk melihat bahasa secara mikro, terutama dalam menganalisis kalimat-kalimat yang menonjolkan istilah-istilah yang menuju pada penggambaran kunjungan Obama, dan didukung dengan foto atau gambar.

Dari perangkat-perangkat tersebut maka akan tampak bagaimana media mengemas berita kunjungan Obama ke Indonesia, memperlihatkan posisi media, serta menunjukkan perspektif media (*media package*) dalam memandang Obama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Pemberitaan Surat Kabar Jawa Pos dan Media Indonesia*

Jawa Pos dan Media Indonesia menurunkan judul berita yang secara radikal berbeda. Jawa Pos memilih menyentuh emosi khalayak dengan menggunakan judul “40 Kata Bahasa Indonesia, 27 Kali Aplaus”. Judul ini seolah ingin mengatakan bahwa Obama adalah bagian dari Indonesia. Sedangkan “27 Kali Aplaus” seolah menunjukkan bahwa Obama adalah pemimpin politik yang menarik dan memikat.

Sedangkan Media Indonesia memilih judul “Obama Bawa Retorika Fischer Bawa Proyek”. Judul ini bertolak belakang dengan Jawa Pos. Jika judul berita Jawa Pos memperlihatkan keterpesonaannya pada penampilan Obama, maka judul berita Media Indonesia justru memperlihatkan keprihatinannya terhadap Obama karena hanya memamerkan kepiawaian beretorika.

### *Citra Obama dalam Frame Jawa Pos*

Jawa Pos mengemas citra Obama sebagai seorang pemimpin politik yang pantas ditonjolkan Berikut ini cara Jawa Pos dalam mengemas citra Obama:

Tabel 1. Citra Obama dalam *Frame* Jawa Pos

<b>Core Frame: Obama memikat dan menghargai perbedaan</b>	
<b>Framing Devices</b>	<b>Reasoning Devices</b>
<i>Metaphors</i> : Pidato Obama seperti air yang mampu mencairkan kebekuan	<i>Roots</i> : Obama dua kali menyebutkan penghormatan pada filosofi Bhineka Tunggal Ika.
<i>Catchphrases</i> : Kerukunan beragama adalah jiwa Indonesia	<i>Appeals to Principles</i> : Obama bangga karena Istiqlal dirancang arsitek Kristen.

<b>Framing Devices</b>	<b>Reasoning Devices</b>
<i>Exemplars</i> : Sejarah AS dan Indonesia memiliki harapan yang sama tentang penghormatan perbedaan	<i>Consequences</i> : Obama adalah presiden yang menghargai perbedaan agama dan suku
<i>Depictions</i> : Obama tampil mengalir dan lugas, sedangkan SBY tampil kaku.	
<i>Visual Images</i> : Gambar Obama melambaikan tangan ditemani istrinya yang memakai kerudung bersama Imam Besar Istiqlal Ali Mustafa Yaqub di Masjid Istiqlal. Ketiganya tampak tersenyum	

**Core Frame (Bingkai Inti).** Dalam pandangan Jawa Pos, Obama adalah seorang tokoh atau pemimpin politik yang memikat masyarakat, termasuk bagi pelajar akademisi, dan politisi. Penonjolan Jawa Pos terhadap Obama ini bahkan dikemas dalam tiga paragraf awal. Salah satunya bisa dicermati pada paragraf pertama sebagai berikut:

*Presiden Amerika Serikat (AS) Barack Obama berhasil memikat massa yang memadati Balairung Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat, kemarin (10/11).*

Jawa Pos juga mengkonstruksi Obama sebagai presiden yang menghargai perbedaan agama, sebagaimana paragraf tiga berikut ini:

*“Assalamu ‘alaikum... Salam sejahtera... Pulang kampung nih,” ucap Obama mengawali pidato disambut aplaus dan teriakan audiensi.*

Kalimat yang dikutip Jawa Pos tersebut seolah ingin menyentuh emosi masyarakat Indonesia yang *notebene* mayoritas Islam. Kata “Assalamualaikum” adalah ucapan yang terbiasa digunakan masyarakat Indonesia – terutama umat Islam – setiap kali bertemu orang lain. Demikian pula dengan ucapan “salam sejahtera” yang terbiasa dipakai pada saat mengawali sambutan atau pidato, terutama bagi masyarakat non-muslim. Bahasa “pulang kampung” pun tak luput dari pemberitaan Jawa Pos untuk menunjukkan bahwa Obama adalah bagian dari Indonesia.

### **Framing Devices (Perangkat Pembingkai).**

Untuk mendukung bingkai inti, perangkat pembingkai bisa dikaji melalui perangkat-perangkat *metaphors*, *catchphrases*, *exemplars*, *depictions*, dan *visual images*.

*Metaphors*: Jawa Pos menggunakan metafora “seperti air”. Metafora ini digunakan Jawa Pos untuk menggambarkan bahwa pidato Obama seperti air yang bisa mencairkan suasana audiensi, sebagaimana dilansir Jawa Pos pada paragraf berikut:

*Gesture (sikap) yang ditampilkan presiden pertama keturunan Afrika di AS itu mencairkan suasana audiensi yang mayoritas pelajar, akademisi, dan politisi.*

Kata mencairkan seolah ingin mengungkapkan bahwa Obama ibarat air yang yang mampu mencairkan suasana Indonesia yang dianggap beku dan kaku.

*Catchphrases*: Jawa Pos menggunakan jargon “kerukunan beragama adalah jiwa Indonesia”. Hal ini terlihat dalam paragraf sebagai berikut:

*Sebab, masjid yang digunakan beribadah jutaan umat Islam itu sejatinya dirancang arsitek Kristen. “Benar-benar seperti itulah jiwa Indonesia.*

Pemilihan jargon ini seolah ingin menyentuh nasionalisme Indonesia yang sesungguhnya memiliki jiwa kerukunan beragama.

*Depictions:* Jawa Pos menggunakan fakta berupa kalimat "Obama tampil mengalir dan lugas, sedangkan SBY tampil kaku". Penggunaan kalimat ini seolah ingin menegaskan bahwa Obama adalah presiden yang mampu memikat massa, bahkan lebih memikat dari presiden Indonesia sendiri.

*Visual Images.* Jawa Pos menggunakan gambar lambaian tangan Obama ditemani istrinya yang memakai kerudung bersama Imam Besar Istiqlal Ali Mustafa Yaqub di Masjid Istiqlal. Ketiganya tampak tersenyum seolah menjadi simbol kerukunan agama sebagaimana bingkai inti pemberitaan.

*Reasoning Devices (Perangkat Penalaran).* Perangkat ini terbagi menjadi tiga perangkat yaitu *roots*, *appeals to principle* dan *consequences*.

*Roots.* Untuk membuktikan bahwa Obama menghargai perbedaan, Jawa Pos menggunakan kalimat "Obama dua kali menyebutkan penghormatan pada filosofi Bhineka Tunggal Ika". Dengan kalimat tersebut khalayak tidak bisa menyangkal lagi bahwa Obama adalah pemimpin yang menghargai perbedaan.

*Appeals To Principle.* Jawa Pos menggunakan pernyataan kebanggaan Obama terhadap masjid Istiqlal yang dirancang oleh arsitek Kristen. Bagi Obama, fakta tersebut menunjukkan bahwa Istiqlal merupakan monumen kerukunan beragama. Sikap Obama tersebut cukup membuktikan bahwa Obama menghormati dan menghargai perbedaan

*Consequences:* Dari kedua perangkat tersebut, maka bisa dikatakan bahwa Obama adalah presiden yang *concern* dalam menghargai dan menghormati perbedaan agama dan suku.

### Citra Obama dalam Frame Media Indonesia

Media Indonesia mengemas Obama dengan cara membandingkan dengan presiden Austria Heinz Fischer yang pada saat bersamaan berkunjung ke Indonesia. Media ini cenderung memojokkan Obama.

Tabel 2. Citra Obama dalam Frame Media Indonesia

<b>Core Frame: Obama hanya pandai retorika saja</b>	
<b>Framing Devices</b>	<b>Reasoning Devices</b>
<i>Metaphors:</i> Kunjungan Obama ibarat pulang kampung	<i>Roots:</i> Langkah konkret menuju peningkatan investasi yang disampaikan Obama tidak dijabarkan.
<i>Catchphrases:</i> Kunjungan kenegaraan mestinya membawa hasil konkret	<i>Appeals to Principles:</i> Kunjungan Obama hanya sekedar sebagai hiburan
<i>Exemplars:</i> Memang, jika dibandingkan dengan AS, nilai perdagangan Austria di Indonesia tergolong kecil.	<i>Consequences:</i> Kunjungan Obama tidak membawa hasil konkret
<i>Depictions:</i> Obama lebih banyak menyampaikan janji serta bernostalgia melalui pidato	
<i>Visual Images:</i> Gambar Obama mendongak keatas ditemani istrinya dan Imam Besar Istiqlal Ali Mustafa Yaqub di Masjid Istiqlal. Mimik muka ketiganya serius. Di bawahnya ada grafis kerja sama Indonesia-Austria.	

*Core Frame (Bingkai Inti).* Media Indonesia melihat Obama sebagai presiden yang hanya pandai retorika saja tanpa ada hasil konkret sebagaimana presiden Austria Heinz Fischer. Kunjungan Obama terkesan hanya mengumbar janji dan nostalgia melalui retorika. Hal ini berbeda dengan Fischer yang menawarkan 13 proyek kerja sama ekonomi melalui investasi untuk pembangunan infrastruktur dalam berbagai bidang kepada Indonesia. Jika kunjungan Obama hanya ditemani istri dan para staf kepresidenan, maka Fischer 53 didampingi pelaku bisnis dan menteri ekonomi.

*Framing Devices (Perangkat Pembingkai).* Untuk melihat perangkat pembingkai, peneliti menganalisis melalui perangkat-perangkat sebagai berikut:

*Metaphors.* Media Indonesia menggunakan metafora "kunjungan pulang kampung" untuk menggambarkan bahwa kunjungan Obama tak ubahnya hanya pulang kampung tanpa membawa hasil konkret.

*Catchphrases:* Untuk mendukung bingkai inti, Media Indonesia secara tersirat mengatakan bahwa kunjungan kenegaraan mestinya membawa hasil konkret. Namun kenyatannya, Obama justru bermain dalam retorika saja.

*Exemplars:* Untuk menguatkan bingkai inti, Media Indonesia menggunakan rujukan sejarah bahwa AS memang lebih menguntungkan secara ekonomi bagi Indonesia, bahkan sejak 2005 Indonesia selalu surplus. Maka bisa jadi, karena alasan tersebut, proyek yang di bawah Fischer dianggap tidak signifikan dibanding Obama. Pembingkai ini tampak dalam paragraf berikut ini:

*Memang, jika dibandingkan dengan AS, nilai perdagangan Austria di Indonesia tergolong kecil.*

*Depictions.* Untuk memojokkan Obama, Media Indonesia menggunakan kalimat "Obama lebih banyak menyampaikan janji serta bernostalgia melalui pidato". Kalimat bernada menyudutkan ini seolah ingin menegaskan bahwa kunjungan Obama tidak punya makna apa-apa, khususnya terhadap perekonomian Indonesia.

*Visual Images.* Media Indonesia memilih gambar Obama yang sedang mendongak ke atas ditemani istrinya dan Imam Besar Istiqlal Ali Mustafa Yaqub di Masjid Istiqlal. Mimik muka ketiganya digambarkan secara serius. Di bawahnya terdapat grafis kerja sama Indonesia-Austria. Secara kontras, Media Indonesia juga menampilkan gambar Fischer. Akan tetapi dengan wajah tersenyum dan tangan melambai. Hal ini semakin menguatkan bahwa kunjungan Obama tak lebih hanya menonjolkan penampilannya saja.

*Reasoning Devices (Perangkat Penalaran).* Untuk mengetahui bagaimana penalaran-penalaran tentang peristiwa kunjungan Obama dijalankan Media Indonesia, maka peneliti mengkaji melalui tiga perangkat yaitu *roots*, *appeals to principle* dan *consequences*.

*Roots.* Untuk membuktikan bahwa Obama hanya menjual retorika, maka Media Indonesia mengatakan bahwa langkah konkret menuju peningkatan investasi di Indonesia tidak dijabarkan Obama. Dia juga tidak membawa menteri dan pengusaha sebagaimana yang dilakukan Fischer. Dengan fakta tersebut, jelas bahwa kenapa Media Indonesia berani mengatakan bahwa Obama hanya mengumbar janji dan sekedar bernostalgia melalui pidato saja.

*Appeals to Principles:* Dengan melihat fakta-fakta tersebut, Media Indonesia berani mengklaim bahwa kunjungan Obama hanya sekedar sebagai penghibur masyarakat Indonesia,

Klaim tersebut bukan dimaksudkan untuk memuji Obama tapi justru sebagai sindiran atas kunjungan Obama yang dinilai tidak membawa keuntungan bagi Indonesia.

*Consequences:* Penalaran-penalaran tersebut menunjukkan secara jelas bahwa kunjungan Obama tidak membawa hasil konkret sebagaimana layaknya seorang presiden negara, khususnya presiden Austria Heinz Fischer.

## SIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan tersebut menunjukkan bahwa Jawa Pos dan Media Indonesia mengemas kunjungan Barack Obama ke Indonesia secara radikal berbeda sesuai ideologi yang mendasarinya. Keduanya memiliki kecenderungan tertentu dengan melakukan penonjolan pada aspek-aspek tertentu pula.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Jawa Pos mengemas citra Obama sebagai presiden yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Obama juga dipandang sebagai presiden yang *concern* dalam mewujudkan kerukunan, menghormati serta menghargai perbedaan agama maupun suku.

Sebaliknya, Media Indonesia justru mencitrakan Obama sebagai presiden yang bisa mengumbar janji dan bernostalgia melalui retorikanya. Media Indonesia melihat, tidak ada hasil konkret dari kunjungan Obama sebagaimana kunjungan Presiden Austria Heinz Fischer yang membawa 13 proyek kerjasama bidang ekonomi.

## RUJUKAN

- Berger, Peter L dan Thomas Luckmann. 1991. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books.
- Eriyanto. 2008. *Analisis Framing*. Cetakan V. Yogyakarta:LkiS.
- Gamson, William A. dan Modigliani. *Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach*”, dalam *Jurnal of Sociology*, Vol. 95, Number 1, Juli 1989.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik:Media Massa dan Kampanye Pemilihan*.Yogyakarta: Jalasutra.

## Surat Kabar

Jawa Pos, 11 November 2010

Media Indonesia, 11 November 2010

INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA  
kom  
SURABAYA