

FRAMING SBY DALAM PEMBERITAAN TELEVISI INDONESIA

SBY FRAMING IN TELEVISION NEWS INDONESIA

Amri Dunan

Pengajar pada Sekolah Tinggi Multi Media "MMTC", Yogyakarta
Balitbang SDM Kemkominfo RI
E-mail: amri_dunan@yahoo.co.id

diterima: 5 Januari 2014 | direvisi: 12 Maret 2014 | disetujui: 5 April 2014

Abstract

Controversies news about the President Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) becomes a contentious issue in the Indonesian media. This article describes and analyzes the framing of SBY verbally and nonverbally in the news of Metro TV and TV One during in 2013. This research uses framing analysis "Television News" model (Dunan & Adnan, 2013) and the inductive qualitative analysis with matrix method (Van Gorp, 2010). This study revealed three media perspectives are SBY as an individual, politician, and the president. News media broadcasting tend to bias and ambiguous when interprets SBY as the president who is also a politician or vice versa. Bias of SBY's framing tends to be influenced political ideological basis of the television media owner.

Keywords: media framing, President, television news, verbal and non verbal

Abstrak

Kontroversi pemberitaan mengenai Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menjadi isu yang hangat dalam media massa Indonesia. Artikel ini menggambarkan dan menganalisis *framing* SBY secara verbal dan nonverbal dalam pemberitaan Metro TV dan TV One sepanjang tahun 2013. Penelitian ini menggunakan analisis *framing* "Berita Televisi" (Dunan & Adnan, 2013), secara induktif kualitatif dengan *matrix method* (Gorp, 2010). Kajian ini menunjukkan terdapat tiga perspektif media yaitu SBY sebagai pribadi, politikus, dan presiden. Media cenderungewartakan dengan bias dan *ambigu* ketika mentafsirkan SBY sebagai presiden yang juga politikus maupun sebaliknya. Bias *framing* SBY cenderung pula dipengaruhi landasan ideologi politik dari pemilik media televisi.

Kata-kata kunci: mediaframing, Presiden, berita televisi, verbal dan nonverbal

Pendahuluan

Tahun 2013 merupakan "tahun politik" karena partai politik di Indonesia cenderung melakukan konsolidasi menjelang Pemilu 2014. Istilah "tahun politik" sendiri acapkali dipopulerkan oleh Presiden SBY seperti pada Sidang Kabinet 17 Oktober 2012 di kantor Presiden, Jakarta. Pada saat itu, SBY minta kepada jajaran Kabinet Indonesia Bersatu kedua (KIB II) untuk fokus bekerja dan mengutamakan tugas negara diatas segalanya (Purna, 2012). Hal itu mengingat sebagian besar menteri dalam KIB II berasal dari kader maupun anggota partai politik. Akan tetapi pada "tahun politik" justru SBY menjadi sorotan khalayak massa (Dionisius, 2013) karena posisinya sebagai Presiden dan juga sebagai ketua umum Partai Demokrat. SBY kerap kali mengeluhkan pemberitaan media massa yang memojokkan dirinya dan Partai Demokrat dengan hanya bersumber dari *Short Message Service* (SMS) ataupun *Black Berry Messenger* (BBM).

Pada akhir Oktober 2013 kembali SBY mengeluhkan bocornya SMS-nya ke media massa yang akhirnya menjadi konsumsi khalayak massa. Pertanyaan

dan keluhan SBY tersebut terjadi karena adanya proses *framing* yang dilakukan media massa khususnya televisi. Karena pada era politik televisi dan televisi politik saat ini kecenderungan adanya tren dan fenomena bahwa gaya pembicara cenderung melebihi substansi, masalah pribadi melebihi isu, dan emosi melebihi informasi. Terlebih saat ini sebagian besar media dimiliki konglomerat media yang juga politisi. Diantaranya adalah Metro TV dan TV One yang dimiliki Aburizal Bakrie yang merupakan ketua Partai Golkar dan Surya Paloh sebagai ketua Partai Nasdem.

Kedua televisi berita ini acapkali melakukan proses framing SBY secara berseri dan mendalam. Namun, Herman dan Chomsky (2002: 303) mengatakan bahwa sikap berat sebelah sebuah organisasi media tidak hanya melindungi kepentingan pemilik media tetapi merampok peluang publik untuk mengetahui peristiwa yang sebenarnya. Implikasi proses *framing* berpengaruh besar terhadap persepsi publik.

Fenomena ini mendorong munculnya sejumlah pertanyaan; Apakah *frame* Metro TV dan TV One terhadap SBY? Apakah SBY melakukan *individual framing* dalam statemen yang diungkapkan? Landasan

ideologi dan faktor apa yang mempengaruhi proses framing SBY? Proses *framing* yang dilakukan oleh Metro TV dan TV One cenderung dipengaruhi faktor sistem pers dan sistem penyiaran televisi, faktor kepemilikan media, faktor rutinitas media, dan faktor wartawan, dengan menggunakan strategi *framing* verbal dan nonverbal (Dunan, 2013: 44).

Framing secara nonverbal merupakan penekanan pada strategi penyajian elemen *visual* seperti pergerakan dan sudut (*angle*) kamera, grafik, maupun kartun ataupun penekanan elemen *audio* seperti intonasi, *atmosfer*, dan *sound-bite* (Dunan & Adnan, 2013: 4-5). Oleh itu, artikel ini menggambarkan dan menganalisis *framing* SBY secara verbal dan nonverbal dengan tujuan untuk mengidentifikasi *frame* Metro TV dan TV One. Selain itu, bertujuan mengetahui landasan ideologi dan faktor apa yang mempengaruhi proses *framing* SBY.

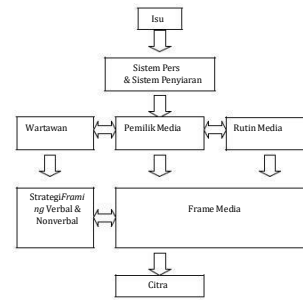
Tinjauan Pustaka

Teori Framing

Bryant dan Miron (2004) menemukan bahwa teori *framing* merupakan teori yang paling sering dipergunakan para peneliti di dalam jurnal-jurnal kajian komunikasi massa sejak abad-21. Sebelumnya, ada yang menyebut *framing* sebagai paradigma (Reese: 2001), *fractured* paradigma (Entman: 1993) multiparadigma (D'Angelo: 2002), perspektif (Entman, 1993), konsep (Gamson, 1989; Tewksbury, Jones, Peske, Raymond, & Vig, 2000). Sementara *framing* disebut juga sebagai teori efek media (Scheufele, 1999), kategorisasi (Gitlin, 1980; Bateson, 1955), dan *framing* sebagai pendekatan analisis (Tankard, 2001; Reese 2001; Pan & Kosicki, 1993).

Analisis *Framing* juga disebut sebagai metodologi (Dunan, 2013: 75; Dunan & Adnan, 2013: 4). Gamson dan Mogdiliani (1989: 3-4) mengatakan *frame* sebagai pusat pengorganisasian ide yang menciptakan sebuah peristiwa menjadi relevan dengan menekankan suatu isu. Penulis justru cenderung tertarik dengan "pengorganisasian ide" yaitu ide yang terdiri dari *frame* verbal dan nonverbal.

Untuk itu, penulis mendefinisikan analisis *framing* merupakan gabungan antara *frame* verbal dan nonverbal yang saling memperkuat satu sama lain untuk memperkuat makna *frame* media dalam mengkonstruksi citra tertentu (Dunan, 2013: 224). Untuk memudahkan memahami kajian ini, Gambar 1 dibawah ini merupakan gambaran kompleksitas dari berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi proses *framing* SBY dalam Metro TV dan TV One.



Gambar 1. Kerangka Kerja Teori

Faktor Pemilik Media, Sistem Pers, Sistem Penyiaran dan Framing

Menurut McChesney (2004b) pemilik media cenderung mempengaruhi isi pemberitaan. Berbagai kebijakan media televisi, baik yang tersurat maupun tersirat menjadi panduan bagi wartawan televisi maupun produser berita. Faktor pemilik media semakin kuat dalam proses *framing* karena perubahan sistem pers dan sistem penyiaran. Memang, pada sistem penyiaran demokratis kecenderungan *frame* media memiliki ciri-ciri adanya ruang publik untuk mengkritisi pemerintah dengan menghasilkan *frame* yang memperkuat posisi publik (Dunan, 2013: 50).

Media yang hidup dalam sistem pers yang demokratis cenderung melebur dengan ranah sistem pers liberal dan sebaliknya. Hallin (1996) mengatakan media dalam pasaran bebas cenderung berbentuk "sphere of legitimate controversy." Dalam kondisi ini, media cenderung menekankan persepektif mereka dengan isu atau peristiwa berlandaskan ideologi politik dan ekonomi yang dinutnya.

Menurut Curran dan Gurevitch (1991) peranan media sebagai *watchdog* terhadap pemerintahan sebenarnya bukan semata-mata untuk kepentingan publik tetapi juga buat kepentingan pemilik media. Media sebagai bagian dari sistem ekonomi memiliki hubungan yang erat dengan sistem politik (Baran & Davis, 2006; Herman & Chomsky, 2002; McQuail, 2000). Ukuran media, kepemilikan media, dan pemasang iklan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi produksi berita (Herman & Chomsky, 1988; Bogart, 1995; Altschul, 1995; Hallin, 1996; Bagdikian, 1992).

Kajian Parenti (1993) dan Bogart (1995) menghubungkan peranan pemilik media, pemasang iklan dan isi berita juga tak kalah menariknya. Parenti (1993) menemukan bahwa pengaruh pemilik media terhadap isi berita cukup signifikan. Sedangkan Bogart (1995) menemukan bahwa pemasang iklan memiliki tanggung jawab besar atas terjadinya penyimpangan isi berita. Menurut Herman dan Chomsky (2002: 1) pada negara-negara yang menganut pasar bebas memiliki media yang memenuhi kepentingan warga kalangan atas karena pemilik media mampu menentukan isi pesan yang disampaikan ke khalayak massa.

Sementara itu, Mosco (2006: 91) mengungkapkan bahwa konglomerasi media memiliki kemampuan dalam produksi dan pendistribusian media massa dengan isi media yang di tentukan. Dampaknya, terjadi ketidakseimbangan isi media karena mengabaikan kepentingan publik. Kelompok oposisi atau kalangan termarginalkan cenderung tidak mendapatkan publisitas media. Karena kelompok ini tidak memiliki media yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas (Murdock & Golding, 2000).

Faktor Rutinitas Media dan Framing

Dalam rutinitas media wartawan televisi dituntut memproduksi berita yang singkat, padat, menarik, aktual, faktual, dan jelas dalam waktu yang singkat. Shoemaker dan Reese (1996) mengatakan prosedur dari organisasi media menjadi panduan bagi wartawan televisi dalam produksi berita. Durasi berita televisi terbatas dari 30 detik hingga 60 detik, khususnya untuk *hard news*. Proses *framing* juga dipengaruhi oleh aktivitas dalam rutin media. Sebagian besar wartawan mengaku pembuatan keputusan terhadap suatu berita juga dipengaruhi interaksi dengan produser berita maupun rekan kerja (Weaver et al., 2007). Proses *framing* yang dilakukan wartawan televisi juga tidak lepas dari faktor pemilik media.

Faktor Wartawan dan Framing

Adegan dan *visual* dalam berita televisi memiliki potensi besar untuk mempengaruhi emosi ataupun mendapatkan simpati khalayak massa (Grabber et al., 2008). Namun, penyayangan berita televisi selama 30 detik sama dengan yang dimuat surat kabar enam kolom (Chermak, 1994). Wartawan televisi cenderung memiliki waktu terbatas dibandingkan wartawan surat kabar. Oleh itu, wartawan televisi cenderung memilih dengan menonjolkan suatu peristiwa dan mengaburkan fakta yang lain (Entman, 1993), sejak berada di lapangan. Menurut Minsky (1975: 211), apabila seseorang menghadapi situasi baru, ia cenderung memiliki *frame* dalam ingatannya. Struktur itu menjadi *framework* yang dipedomani wartawan ketika melakukan interaksi dengan narasumber.

Strategi Framing Verbal dan Nonverbal

Tuchman (1980: 104-132) menjelaskan penggunaan simbol atau bahasa yang tertentu dapat menentukan format naratif dan makna yang tertentu. Dalam penerapan strategi *framing* penyajian *visual* dan *audio* ini, dikembangkan juga teori skema yang diperkenalkan Bordwell (1985: 34) dalam kajian perfilman—yang tertarik dalam proses pentafsiran naratif yang tergambar dalam tatacara skema yang diterapkan pada penonton.

Bordwell (1985) mengatakan bahwa membedakan tatacara skema tersebut kepada empat "*motivasi*": informasi audio-visual yang didorong oleh

relevansi cerita (motivasi komposisi), sesuatu yang diterima akal (motivasi realistik), konvensi generik (motivasi transtektual), estetika (motivasi seni) dalam prosedurnya. Dalam pengertian ini, "*framing*" untuk film tidak menandakan *visual* bermakna tunggal maupun *frame* naratif, tetapi gabungan informasi melalui audio dan visual dengan strategi naratif yang berinteraksi secara dinamik dengan pengetahuan penonton.

Sifat khusus aktivitas penonton, terutama peranan pikiran yang dibawah alam sadar berdasarkan skrip dan skema, menjadi keraguan utama kognitif dan kajian film naratif. Skema berfungsi seiring dengan pemrosesan informasi. Skema ditafsirkan sebagai struktur pengetahuan yang berasal dari memori seseorang (Fiske & Taylor, 1984). Teori skema pada dasarnya mengatakan bahwa manusia menyeleksi informasi dengan pengetahuan dan kepercayaan yang ada pada diri mereka (Azjen & Fishbein, 1975; Brewer & Nakamura, 1984).

Wartawan mempunyai skema sebagai dasar untuk memilih, misalnya memilih *visual* seseorang yang sedang melaksanakan aksi unjuk rasa. Ini kerana *visual* demonstran yang berteriak sambil membawa poster merupakan gambaran stereotip kalangan oposisi. Subjek analisis *framing* biasanya melibatkan bagaimana skema publik dapat ditampilkan dalam berita dengan pengemasan pesan tertentu.

Prinsipnya, *frame* melibatkan pemilihan dan penonjolan. Penggunaan *frame* dalam media membantu pentafsiran masalah dan membawa perhatian kepada beberapa isu sementara mengaburkan isu lain (Entman, 1993). Pada level yang umum, *framing* merujuk pada suatu perubahan halus dalam penyajian berita melalui *visual*. Framing melalui *visual* berbeda dengan framing melalui tulisan dalam surat kabar.

Sifat-sifat istimewa *visual* dalam *visual framing*, menurut Messaris dan Abraham (2001: 220)—*iconicity*, *indexicality* dan *implicitness* sintaksis—menjadikan *visual* sebagai alat yang berarti dalam proses *framing* untuk menjelaskan ideologi dalam suatu pesan. Messaris dan Abraham (2001: 215) menyatakan *visual framing* dapat menyampaikan pesan yang tidak dapat dilakukan dalam *verbal framing*. Dalam konteks *visual framing*, kehadiran *visual* membantu dalam mentafsirkan peristiwa dalam suatu berita (Entman, 1993). Ini bertentangan dengan pendapat sejumlah peneliti lainnya yang mengatakan bahwa *visual* tidak bersifat neutral (Hulteng, 1985; Tagg, 1988).

Dalam peliputan berita wartawan cenderung melakukan proses *framing* dalam *visual*. Mereka mungkin mengikuti panduan proses produksi berita untuk menghasilkan laporan yang objektif, tetapi mereka cenderung dapat menyampaikan framenya sendiri kepada penonton (Entman, 1993). Kaszmirzak (2001) memandang elemen *visual* merupakan bahasa yang menghasilkan dan menyampaikan pemikiran serta gambaran tentang realitas, malah bahasa ini terdiri dari simbol yang berasal dari konteks mereka.

Messariss dan Abraham (2001: 216) menyatakan bahwa hubungan antara sebahagian besar perkataan dengan maknanya adalah kemurnian sebuah konvensi masalah sosial, sedangkan hubungan antara gambar dengan makna didasarkan pada kesamaan atau analogi. Menurut mereka, visual yang berkualitas merupakan petunjuk secara langsung, bukan dibangun sebagai wujud realitas yang sesungguhnya (Messaris & Abraham, 2001: 217). *Visual* merupakan sistem yang mewakili pentafsiran banyak orang tentang suatu pemikiran dan gambaran mengenai suatu realitas. *Visual* dapat ditafsirkan sebagai kemampuan untuk membangun makna daripada suatu citra tertentu (Giorgis, Jhonson, Bonomo, Colbert, 1999: 146), yang membentuk komunikasi lebih efektif seperti dalam proses belajar mengajar.

Menurut Giorgis et al., (1999: 146), definisi *visualframing* sebagai kemampuan untuk melakukan proses *framing* melalui gambar. Literasi visual tidak terbatas pada komposisi gambar, grafik, malah termasuk juga elemen-elemen seperti *angle camera* dan tapi juga faktor kedekatan subjek dengan penonton (Kazmierczak, 2001). Meyrowitz (1986) menyatakan bahwa efektifitas penggunaan elemen-elemen itu penggunaannya berdasarkan pada pengalaman dalam dunia yang sebenarnya. Misalnya *angle camera* digunakan dengan berbagai cara dalam analisis *visual* seperti penggunaan sudut rendah (*low angle*) memiliki makna bahwa subjek memiliki kekuasaan, besar, atau terkesan agung.

Penggunaan *level shoot* biasanya digunakan dalam kalangan rekan kerja dan biasa digunakan oleh wartawan untuk mengambil visual wartawan lainnya. Pengambilan visual dengan *high angle* digunakan bagi menunjukkan seseorang itu lebih kecil atau lemah. Menurut Berger (1981), *eye level* atau lurus dianggap sebagai sudut pandang yang neutral, sedangkan pengambilan gambar dari sudut pandang atas (*hight angle*) dianggap sebagai negatif dan pengambilan gambar dari sudut pandang bawah (*low angle*) dianggap sebagai positif.

Banyak telah ditulis tentang makna estetika pengambilan *visual* dengan *low angle* versus *hight angle* dalam literasi *visual*. Zettl (1973: 227) menjelaskan bahwa *angle camera* dari di atas dan di bawah mata dapat membangkitkan reaksi estetika yang kuat dalam suatu penyajian. Ada yang menganggap *angle camera* dengan posisi mata berada di atas bermakna superior dan terkesan inferior jika subjek berada di bawah posisi mata. Penggunaan terpilih seperti pengambilan *close up*, *medium shots*, dan *long shots* juga dapat membentuk persepsi yang berbeda-beda. Visual yang diambil secara dekat seperti komposisi *close up* misalnya mendorong persepsi penonton lebih merasakan hubungan pribadi dengan orang yang digambarkan (Meyrowitz, 1986).

Aspek *angle camera* ini dianggap penting dalam penelitian *visual framing* (Grabe, 1996; Moriarty & Popovich, 1991) karena manipulasi visual sering dilakukan dalam mengubah persepsi dan penilaian

penonton sehingga gambar yang dibentuk tidak lagi neutral (Waldman & Devitt, 1998).

Menurut Entman (1993), dengan pengulangan dan memperkuat pesan dengan *visual* dalam ide tertentu, *frame* dapat menyalurkan makna secara berkesinambungan dan mudah diingat. (Entman, 1991; Fahmy and Wanta, 2007a). Ini didukung kajian Garcia (1987) yang menemukan bahwa pembaca biasanya melihat *visual* terbesar dalam satu halaman berita, kemudian baru melihat yang lain.

Wanta (1988) juga menemukan bahwa peletakan *visual* yang lebih besar mendorong minat pembaca terhadap cerita tersebut. Oleh itu, tema *visual* yang berlebihan dan menonjol merupakan petunjuk kehadiran *visual framing*. Komunikasi *visual* ini merupakan satu proses menghantar dan menerima pesan yang menggunakan literasi *visual* (Messaris, 1994).

Dalam penelitian *framing* terhadap visual yang berkaitan dengan liputan demonstrasi telah sering dilakukan (Arpan et al., 2006; Gitlin, 1980). Visual demonstiran yang anarki misalnya cenderung dipilih dibandingkan dengan aksi unjuk rasa yang aman. Aksi yang dramatis dapat menimbulkan keinginan penonton untuk menyaksikan peristiwa tersebut.

Peristiwa tentang konflik atau kerusuhan yang biasanya hanya beberapa menit cenderung menjadi pilihan para wartawan untuk mengabadikannya dalam *visual* dan menjadikan sebuah berita. Persepsi penonton televisi cenderung lebih kuat dibandingkan dengan persepsi masyarakat yang menyaksikannya secara langsung dilokasi kejadian (McLeod & Detenber, 1999). Menurut Baran & Davis (1995: 271), informasi yang memiliki *visual* lebih mudah dimengerti dibandingkan dengan informasi verbal.

Domke et al., (1997: 733) mengatakan bahwa dampak *visual* bagi seseorang kandidat dalam televisi dan foto di surat kabar lebih meyakinkan pemilih dibandingkan kata-kata ataupun tulisan. Kazmierczak (2001) menyatakan bahwa visual merupakan sistem yang representatif dan signifikan untuk menciptakan dan menyampaikan isi penggambaran tentang sebuah kenyataan.

Dengan kata lain, komunikasi secara visual merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan menggunakan gambar. Teknik gerakan kamera (*moving camera*) biasanya digunakan dalam media hiburan. Meskipun demikian, terdapat peneliti yang melihat teknik itu dapat menarik perhatian penonton ke dalam adegan (Zettl, 1978). Young dan Bruce (1986) misalnya yang meneliti berfokuskan gerakan kamera dilakukan untuk mengetahui fungsi pergerakan kamera televisi dalam penyajian informasi tertentu.

Kajian Salomon dan Cohen (1977) misalnya mengidentifikasi perbedaan proses belajar mengajar dengan lima penyajian cerita yang sama, tetapi dengan versi penekanan dan teknik penyutradaraan yang berbeda. Temuan juga menunjukkan bahwa anak-anak yang dijelaskan dengan penyajian melalui komposisi

gambar *close-up* cenderung belajar lebih baik dibandingkan mereka yang melihat versi penyajian dengan komposisi yang jauh seperti *long shot*. Banyak peneliti menemukan bahwa grafik menjadi perhatian penonton dan membawa penonton lebih dekat dengan suatu peristiwa (Fahmy dan Johnson, 2007b; Pfau et al., 2006; Zelizer, 2004).

Kajian Findahl dan Hoijer (1976) menemukan bahwa keterangan grafik (*superimposed*) sebagai kata kunci secara signifikan meningkatkan ingatan terhadap item berita. Ini didukung dengan kajian Coldevin (1975) yang menemukan grafik dapat memperkuat makna pesan dan menghasilkan ingatan yang lebih baik dibanding versi tanpa grafik dalam siaran berita yang sama. Pezdek dan Stevens (1984) yang mengkaji program *Sesame Street*, menguji hubungan antara anak-anak memproses informasi melalui saluran audio dan video televisi.

Mereka menyimpulkan bahwa dalam program televisi biasa, saluran video tidak mengganggu informasi audio, tetapi bahan-bahan visual lebih berpengaruh dan lebih berkesan. Munsterberg (1970) dalam Have (2008:13) mengungkapkan bahwa seni musik memainkan perasaan dan emosi, kenangan dan ketertarikan terhadap sesuatu yang tidak dapat digambarkan dengan kata-kata. Musik melekat pada seseorang melalui keadaan subjektif/objektif, situasi dramatis dan simpati penonton dan memberikan efek emosional.

Samovar dan Porter (1991) membagikan mesej nonverbal kepada dua kategori. Kategori pertama terdiri daripada penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa manakala yang kedua melibatkan ruang, waktu, dan diam. Perilaku nonverbal dilihat sesuatu yang penting dalam penilaian penonton, maka tayangan yang menampilkan pengirim pesan dengan ekspresi wajah yang positif akan dikaitkan dengan penilaian kredibilitas yang tinggi (Burgoon, Birk, & Pfau, 1990), malah pengirim pesan juga dianggap dapat dipercaya dan ia dianggap memiliki karakter dan integritas yang baik.

Pengirim pesan yang disampaikan dengan ekspresi yang negatif akan dinilai sebaliknya (Boone & Buck, 2003). Namun dalam kajian yang meliputi perilaku nonverbal selain ekspresi wajah, kredibilitas seseorang akan meningkat jika mereka terlihat lebih dekat dengan orang-orang yang mengamatinya, dalam posisi tubuh yang lebih santai, ketika melakukan kontak mata, mengangguk, tersenyum, dan sedang menunjuk (Coker & Burgoon, 1987; Helmsley & Doob, 1978).

Para politisi di dunia saat ini cenderung mempelajari strategi untuk tampil didepan umum agar memiliki perilaku nonverbal yang dapat meraih simpati dari khalayak massa maupun media massa. Perilaku nonverbal tersebut dapat diartikan pula sebagai *individual framing* (framing individu). Karena perilaku nonverbal tersebut diperolehnya berdasarkan

pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman yang melalui proses latihan tertentu.

Metodologi

Paradigma dan Framing

D'Angelo (2002) menemukan bahwa dalam kajian analisis *framing* dapat menggunakan multi paradigma, yaitu paradigma konstruktivis, kognitif, dan kritis. Dalam kajian analisis *framing* yang menggunakan paradigma konstruktivis cenderung dapat membangun suatu teori. Sedangkan paradigma kognitif menghubungkan bagaimana pengaruh *frame* individu dengan *frame* berita. Sementara, analisis *framing* dengan paradigma kritis dapat menelisik sejauh mana rutinitas media dan nilai-nilai profesional wartawan meningkatkan iklim demokrasi bagi individu maupun kelompok masyarakat (D'Angelo, 2002: 145).

Gamson dan Mogdiliani (1989) menggunakan paradigma konstruktivis dalam kajiannya yang menghubungkan antara opini publik dengan fenomena nuklir. Mereka meneliti empat jenis media massa yaitu berita televisi, majalah, kartun, dan kolom opini surat kabar. Perubahan dalam teks media itu dijadikan acuan dalam mentafsirkan hasil survey opini publik tentang tenaga nuklir. Dalam penelitian lanjutan, mereka menyarankan agar dikembangkan metode untuk memahami kemas media sehingga dapat diketahui dengan cara apa dan bagaimana proses *framing* dilakukan (Gamson & Mogdiliani, 1989: 36).

Dunan (2013: 77-78) menggunakan dua paradigma sekaligus yaitu paradigma konstruktivis dan paradigma kritis seperti yang dilakukan Reese (2010). Analisis *framing* dengan menggunakan paradigma konstruktivis dipergunakan untuk mengidentifikasi keterikatan wartawan Metro TV, TV One, dan TVRI dengan nilai-nilai profesionalisme dalam melakukan proses *framing* terhadap citra Malaysia dalam kasus Ambalat, TKI, dan Seni Budaya. Paradigma konstruktivis diterapkan pula untuk melakukan validasi terhadap analisis *framing* "Berita Televisi" sebagai metodologi penelitian (Dunan, 2013: 224-225). Sementara, paradigma kritis dipergunakan untuk mengungkap kekuasaan dan ideologi yang mengendalikan siaran berita Metro TV, TV One, dan TVRI.

Dalam kajian "*Framing* SBY dalam Televisi Indonesia" juga digunakan dua paradigma sekaligus, yaitu paradigma konstruktivis dan kritis. Paradigma konstruktivis dipergunakan untuk mengkonstruksi *frame* verbal dan nonverbal dalam mengidentifikasi *frame* media Metro TV dan TV One. Sedangkan paradigma kritis, mengungkap latar belakang ideologi dalam praktek jurnalisme media khususnya proses *framing* SBY di media Metro TV dan TV One di alam demokrasi saat ini

Metode Kualitatif VS Kuantitatif

Bogdan dan Biklen (1982) mengatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan pada posisi netral dan peneliti sebagai instrumennya. Penelitian kualitatif cenderung bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan merupakan gambar dan kata-kata, bukannya angka-angka. Sementara, Riffe, Lacy, dan Fico (1998) mengatakan analisis isi secara kuantitatif dilakukan secara sistematis dengan memberikan simbol komunikasi yang diberikan angka-angka sesuai kaedah pengukuran yang sah. Siaran berita televisi cenderung bersifat simbolik yaitu terdapat makna-makna tersembunyi dibalik audio dan visual yang ditayangkan.

Mulyana (2008: 4-5) mengatakan penyelidikan kualitatif dianggap lebih sesuai digunakan untuk meneliti kehidupan manusia. Penelitian kualitatif hanya sesuai untuk mengukur fenomena tunggal, seragam dan statik ataupun fenomena alam, tetapi tidak berguna untuk penelitian berkaitan manusia.

Sesuai dengan permasalahan penelitian untuk mengetahui apa, mengapa, dan bagaimana *framing* SBY dicitrakan oleh Metro TV dan TV One, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Demikian juga faktor-faktor yang mempengaruhi proses *framing* SBY berhubungan dengan kehidupan manusia, seperti faktor wartawan, rutinitas media, maupun pemilik media. Selain itu, data-data yang dikumpulkan merupakan kata-kata dan gambar sesuai sifat pendekatan kualitatif yaitu deskriptif.

Analisis Framing "Berita Televisi"

Analisis *framing* "Berita Televisi" merupakan gabungan antara *frame* verbal dan nonverbal yang saling memperkuat satu sama lain untuk memperkuat makna *frame* media dalam mengkonstruksi citra tertentu (Dunan, 2013: 224). Metode ini dikembangkan dari model Gamson dan Mogdilian (1989) serta prosedur analisis secara induktif kualitatif Van Gorp (2005/2010). Analisis *framing* "Berita Televisi" ini menggunakan *matrix method* (Van Gorp, 2010). *Frame* media adalah penggabungan hasil analisis *framing* verbal dan analisis *framing* nonverbal yang terdiri dari empat perangkat (devices) yaitu perangkat *framing* verbal, perangkat penalaran verbal, perangkat *framing* nonverbal, dan perangkat penalaran nonverbal.

Perangkat *framing* verbal terdiri dari *metaphors*, *catchphrases*, *exemplar*, dan *depiction*. Sementara, perangkat penalaran verbal meliputi *roots*, *appeals to principle*, dan *consequences*. Sedangkan perangkat *framing* nonverbal terdiri dari strategi penyajian suara yaitu *parabahasa*, *illustrasi*, dan *atmosphere* dan strategi penyajian gambar yaitu *moving camera*, *angle camera*, grafik, dan kartun.

Sementara untuk perangkat penalaran nonverbal meliputi *roots*, *appeals to principle*, dan *consequences* (Dunan & Adnan, 2013: 4-5). Tabel 1 dibawah ini merupakan contoh *frame* media yang merupakan hasil

penggabungan analisis *framing* secara verbal dan analisis *framing* secara nonverbal terhadap berita berjudul "WNI di New York Protes Pemberian Penghargaan SBY" yang ditayangkan Metro TV pada tanggal 31 Mei 2013. Berita ini menayangkan aksi unjuk rasa Warga Negara Indonesia (WNI) di New York, Amerika Serikat yang menolak penghargaan "World Statesman Award" dari organisasi nirlaba *Appeal of Conscience Foundation* yang diperuntukkan kepada SBY. *Frame* Metro TV terhadap isu ini adalah "Intoleransi Beragama".

Tabel 1.
Frame Media Merupakan Proses Penggabungan Frame Verbal dan Nonverbal

Frame Metro TV: Intoleransi Beragama		
Verbal: elindungi Kelompok oritas	Frame Nonverbal: SBY Gagal Wujudkan Toleransi Beragama	
Perangkat penalaran verbal <i>Roots:</i> Karena SBY dianggap tidak berhasil dalam ciptakan toleransi antar umat beragama, WNI di New York unjuk rasa	Perangkat <i>framing</i> nonverbal <i>Parabahasa:</i> Penekanan intonasi penyiar berita dalam lead berita pada kata-kata "SBY bukan negarawan dunia", "tidak layak", "tidak berhak" <i>Sound bite:</i> berisikan frame bahwa SBY gagal melindungi warga minoritas dari aksi kekerasan	Perangkat Penalaran Nonverbal <i>Roots:</i> Akibat SBY dianggap tidak berhasil melindungi kelompok agama minoritas, maka tidak layak mendapat penghargaan <i>Appeals to principle:</i> pesan moralnya agar Pemerintah RI dan SBY dapat melindungi dan mewujudkan harmoni antara kelompok mayoritas dengan minoritas
<i>Appeals to principle:</i> pesan moralnya agar SBY peduli terhadap eksistensi kelompok minoritas	<i>Moving camera:</i> komposisi gambar menunjukkan citra negative SBY dan ekspresi kekecewaan demonstran	<i>Consequ-ences:</i> Dampak yang diinginkan dari frame SBY lebih peduli untuk ciptakan kerukunan dan toleransi antar umat beragama
<i>Consequ-ences:</i> Dampak yang diinginkan dari <i>frame</i> adanya toleransi Antar umat beragama di Indonesia	<i>Grafik:</i> Pemunculan Topik berita pada lead berita: Penolakan Penghargaan Presiden dan topik Warga Nilai SBY tidak layak dapat Penghargaan dalam bagian tengah dan akhir berita	

Sebelum menggabungkan *frame* verbal dan *frame* nonverbal seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, pemberian makna *frame* secara verbal dan nonverbal terus dilakukan dengan *frame* matrik secara induktif kualitatif. Penggabungan *frame* secara verbal dan nonverbal dilakukan untuk memudahkan pemberian nama *frame* media televisi. Proses ini dilakukan dengan mencari persamaan motivasi dan makna daripada kedua jenis *frame* itu.

Pemberian nama *frame* memang merupakan tugas peneliti (Tankard, 2001; Van Gorp, 2010). Metode interpretasi dengan paradigma konstruktif dilaksanakan dengan metode perbandingan sebagai prinsip metodologi. Proses *coding* secara induktif baik analisis *framing* secara verbal dan nonverbal dilakukan dengan *frame* matrik dengan tahapan meliputi pemberian kode terbuka, pengaturan kode sesuai makna, seleksi kode, sejak dari awal hingga akhir (Glaser & Strauss, 1971; Van Gorp, 2010).

Dengan memasukkan kata "video SBY" pada mesin pencari (pada tanggal 24 Oktober 2013) dalam website Metro TV yaitu, www.Metrotvnews.com

ditemukan 90 siaran berita di Metro TV tentang SBY dari 1 Januari 2013 hingga 24 Oktober 2013. Hal serupa dilakukan juga pada waktu yang sama dalam website www.tvonenews.tv dan ditemukan sedikitnya terdapat 103 siaran berita SBY.

Selain penelusuran dokumentasi visual, dilakukan juga penelusuran dokumentasi yang berhubungan dengan sejarah berdiri Metro TV dan TV One dan perkembangannya hingga saat ini. Sesuai dengan semangat paradigma konstruktif maka dilakukan metode perbandingan dengan mereduksi data-data dengan melakukan kategorisasi. Kategorisasi ini dilihat

dari cara pandang atau persepektif dalam proses *framing* SBY. Ditemukan 3 perspektif yang dilakukan Metro TV dan TV One dalam melakukan *framing* SBY

yaitu SBY sebagai pribadi, SBY sebagai politikus, dan SBY sebagai presiden. Dalam dokumen visual Metro TV terdapat 36 siaran berita SBY sebagai pribadi, 20 siaran berita SBY sebagai politisi, dan 34 siaran SBY sebagai presiden. Sementara, dalam dokumen visual yang tersimpan dalam website TV One, terdapat 16 siaran berita SBY sebagai pribadi, 26 siaran berita SBY sebagai politisi, dan 60 siaran berita SBY sebagai presiden. Menjadi fokus penelitian *framing* SBY ini, yakni isu Akun Facebook Presiden, isu Bunda Putri, dan isu Gempa Aceh. Dalam isu "Akun Facebook" disini merupakan berita khas yang mengangkat sisi lain dari kehidupan pribadi SBY yang cenderung ingin berkomunikasi dengan banyak orang, khususnya masyarakat Indonesia. Sementara isu "Bunda Putri" tampak persepektif wartawan ataupun media melihat sosok SBY sebagai politisi yang cenderung tidak jauh dari berbagai intrik dan kontroversi politik dan sebagainya. Sedangkan isu "Gempa Aceh" terlihat cara pandang wartawan dan media yang memposisikan SBY sebagai seorang kepala negara yang berkunjung ke rakyatnya. Itulah argumen mengapa ketiga isu utama tersebut dimasukkan dalam perspektif wartawan terhadap SBY sebagai pribadi, politisi, atau presiden.

Hasil Dan Pembahasan

Frame Matrik Verbal dan Nonverbal

Pada bagian ini menganalisis *framing* SBY secara verbal dan nonverbal dengan tujuan untuk mengidentifikasi frame Metro TV dan TV One terhadap citra SBY. Dengan menggunakan metode analisis *framing* "Berita Televisi" juga untuk mengetahui landasan ideologi dan faktor apa yang mempengaruhi proses *framing* SBY dalam pemberitaan Metro TV dan TV One.

Untuk menjawab permasalahan penelitian (*research questions*), kajian ini secara induktif mengkonstruksi frame matriks, karena bahagian terakhir dari langkah induktif adalah menghasilkan frame matriks (Gamson & Lasch, 1983, Van Gorp, 2005). Terdapat 3 isu utama yang menjadi fokus penelitian *framing* SBY ini, yakni isu Akun Facebook Presiden, isu Bunda Putri, dan isu Gempa Aceh.

Dalam isu "Akun Facebook" disini merupakan berita khas yang mengangkat sisi lain dari kehidupan pribadi SBY yang cenderung ingin berkomunikasi dengan banyak orang, khususnya masyarakat Indonesia. Sementara isu "Bunda Putri" tampak persepektif wartawan ataupun media melihat sosok SBY sebagai politisi yang cenderung tidak jauh dari berbagai intrik dan kontroversi politik dan sebagainya. Sedangkan isu "Gempa Aceh" terlihat cara pandang wartawan dan media yang memposisikan SBY sebagai seorang kepala negara yang berkunjung ke rakyatnya. Itulah argumen mengapa ketiga isu utama tersebut dimasukkan dalam perspektif wartawan terhadap SBY sebagai pribadi, politisi, atau presiden.

Framing SBY Dalam Isu "Akun Facebook"

Pada isu "Akun Facebook", baik Metro TV dan TV One cenderung menyentuh sisi lain dari figur SBY yakni sebagai pribadi yang terbuka. Metro TV dan TV One cenderung lebih dominan menggunakan strategi *framing* secara nonverbal dibandingkan strategi *framing* verbal. Pada tayangan berita Metro TV pada tanggal 6 Juli 2013 berjudul "Setelah Twitter, SBY Miliki Akun Facebook" digunakan strategi *framing* nonverbal yaitu parabahasa pada *lead* berita. Penyiar berita dengan ekspresi positif yaitu dengan melakukan *eye contact* sambil tersenyum, mengangkat alis keatas, serta menyampaikan *lead* dengan intonasi pada kalimat; "Setelah sukses dengan akun twitter-nya, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono kali ini memiliki akun Facebook".

Selain itu strategi penyajian visual dengan menggunakan grafik sebanyak 5 kali pemunculan dalam berita tersebut cukup efektif dalam memperkuat frame nonverbal. Grafik yang dimunculkan antara lain *Super Imposed* (SI); Facebook SBY, Peluncuran dilakukan di Istana Bogor, Facebook Pribadi SBY Resmi Diluncurkan, dan SBY Ingin Lebih Mudah Berkomunikasi serta Twitter SBY Memiliki 2 Juta Pengikut. Strategi Penyajian Visual juga dilakukan dengan pengambilan gambar SBY yang sedang tersenyum dengan *low angle*. Tabel 2 merupakan frame matrik dari frame Metro TV terhadap isu Akun Facebook.

Tabel 2.
Frame Metro TV terhadap SBY dalam isu "Akun Facebook"

Frame Metro TV: SBY Disukai Rakyat		
Frame Verbal:	Frame Nonverbal:	
ekat Dengan Rakyat	SBY Terbuka Dengan Rakyat	
Perangkat	Perangkat	Perangkat
al Penalaran Verbal	Framing	Penalaran
	Nonverbal:	Nonverbal
<i>Roots:</i>	Parabahasa:	<i>Roots:</i>
Karena SBY ingin dekat Dengan rakyatnya	Intonasi pada lead berita untuk citrakan positif Akun Facebook SBY	Karena SBY figure yang terbuka dengan rakyatnya
<i>Appeal to Principle:</i>		<i>Appeal to principle:</i>
Pesan moralnya SBY figur yang disukai rakyatnya	Grafik: Lima judul ditampilkan dalam berita memperkuat citra positif SBY	Pesan moral bahwa SBY dekat dengan rakyatnya
ikut <i>Consequences:</i>	<i>Angle camera:</i>	<i>Consequences:</i>
Dampak yang diharapkan masyarakat Indonesia semakin banyak yang simpati dengan SBY	<i>Low Angle SBY</i> yang sedang tersenyum	Dampak yang diharapkan Semakin banyak Penggemar SBY di Indonesia

Tabel 2 merupakan langkah terakhir dari prosedur analisis *framing* "Berita Televisi" (Dunan, 2013), yaitu penggabungan hasil analisis *framing* secara verbal dan nonverbal. Frame verbal dan nonverbal digabungkan menjadi frame media, yaitu frame Metro TV terhadap SBY dalam isu "Akun Facebook". Frame Metro TV adalah "SBY Disukai Rakyat".

Sementara TV One dalam beritanya pada tanggal 6 Juli berjudul "Komentar Warga Soal Akun Media Sosial Presiden SBY" melakukan *framing* SBY cenderung mengedepankan strategi penyajian visual yaitu melalui *sound bite*. TV One melakukan *news statement* yaitu dengan menampilkan elemen pernyataan sebagai frame-frame dalam pemberitaannya. Dalam frame verbalnya tampak terdapat *catchphrases* yaitu adanya kalimat yang kontradiksi, yaitu ada masyarakat yang setuju dan ada yang tidak setuju terhadap akun Facebook SBY.

Tabel 3.
Frame TV One terhadap SBY dalam isu "Akun Facebook"

Frame TV One: Kontroversi Facebook SBY		
Frame Verbal:	Frame Nonverbal:	
Kontra Facebook SBY	Keterbukaan VS Curahan hati	
Perangkat	Perangkat	Perangkat
bal Penalaran Verbal	Framing	Penalaran
	Nonverbal	Nonverbal
<i>Roots:</i>	<i>Sound bite:</i>	<i>Roots:</i>
ada Karena anak muda tidak semuanya setuju SBY interaksi secara informal	Kontradiksi Opini publik tentang akun facebook SBY	Adanya pro kontra di publik pengguna media sosial
<i>Appeal to Principle:</i>	Parabahasa:	<i>Appeal to Principle:</i>
SBY figure yang ingin dekat dengan kalangan Pemuda	Intonasi pada lead berita pada kata-kata "hal wajar"	Facebook SBY diragukan semata demi publik
<i>Consequences:</i>	; "curahan hati saja".	<i>Consequences:</i>
bahwa akun Facebook belum tentu efektif sebagai media SBY	Ada frame kontras.	bahwa SBY hendaknya mawas diri dalam gunakan media Facebook

Dari frame matrik pada Tabel 3 menunjukkan frame verbal TV One adalah "Pro Kontra Facebook SBY" sedangkan frame nonverbalnya yaitu "Keterbukaan VS Curahan Hati". Penggabungan frame verbal dan nonverbal tersebut menghasilkan frame media. Untuk itu, frame TV One terhadap SBY pada isu "Akun Facebook" adalah "Kontroversi Facebook SBY".

Framing SBY Dalam Isu "Bunda Putri"

Pada isu "Bunda Putri", Metro TV dan TV One cenderung menggunakan cara pandang terhadap SBY sebagai politisi dibandingkan sebagai seorang presiden. Hal tersebut terlihat pada strategi *framing* penyajian visual dan audio yang mengkonstruksi kontradiksi antara SBY dan Lutfi Hasan Ishaq (LHI) yang merupakan politisi, mantan Presiden Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Namun, ada hal yang tak kalah menarik, dalam pernyataannya yang disiarkan Metro TV dan TV One ini, SBY juga melakukan individual *framing* terhadap pesan yang disampaikan melalui media massa. Tampak SBY berkali-kali menunduk melihat catatannya yang dipegangnya atau melihat tablet Ipad berada di mejanya sebelum menyampaikan cerita lebih lanjut. Itu berarti secara tidak langsung "alur cerita" berkaitan isu "Bunda Putri" yang dipaparkan telah melalui proses seleksi untuk menonjolkan sesuatu isu dan mengaburkan isu yang lain (Entman, 1993). Kemudian, media massa, khususnya Metro TV dan TV One "menangkap" *framing* tersebut dan kemudian melakukan re-framing melalui siaran beritanya. Dalam melakukan *framing* SBY dalam isu "Bunda Putri" Metro TV menggunakan strategi penyajian visual dengan *moving camera* dan grafik. Sementara TV One cenderung fokus dengan "permainan" grafik dalam mengkonstruksi konflik antara SBY VS LHI ini. Tabel 4 menjelaskan proses penggabungan frame verbal dan frame nonverbal dari berita yang ditayangkan Metro TV dalam program Headline News pada tanggal 10 Oktober 2013 berjudul "SBY: Seribu Persen Luthfi Bohong".

Tabel 4.
Frame Metro TV terhadap SBY dalam Isu "Bunda Putri"

Frame Metro TV: SBY VS LHI			
Frame Verbal:		Frame Nonverbal:	
SBY Jujur, LHI Bohong		Bunda Putri terkait Suap Import Daging	
Perangkat Framing Verbal	Perangkat Penalaran Verbal	Perangkat Framing Nonverbal	Perangkat Penalaran Nonverbal
<i>Catchphrases:</i>	<i>Roots:</i>	Grafik:	<i>Roots:</i>
"hal yang luar biasa" Pada lead berita	Karena Nama Bunda Putri dan SBY Disebut LHI	"Suap Import Daging" pada lead dan badan berita. "SBY Bantah Kenal Bunda Putri"	Karena Bunda Putri diduga terkait Kasus import Daging sapi
<i>Metaphors:</i>	<i>Appeal to Principle:</i>	<i>Moving Camera:</i>	<i>Appeal to Principle:</i>
Orang dekat	Pesan moral agar Bunda Putri juga diperiksa KPK	Suasana dalam sidang LHI dan Fatonah dipengadilan	Pesan moral dari frame agar Bunda Putri juga di periksa kasus import daging sapi
	<i>Consequences:</i>	Sound Bite:	<i>Consequences:</i>
	Citra SBY Negatif Karena Diduga orang dekatnya juga terlibat kasus import daging sapi	Tentang SBY dan Sengman	Dampak yang diharapkan dari frame agar SBY dicitrakan Negatif di publik karena Bunda Putri dan Sengman diduga Orang dekat SBY

Dari frame matrik di atas menunjukkan bahwa frame verbal Metro TV adalah "SBY Jujur, LHI Bohong". Sedangkan frame nonverbal Metro TV adalah "Bunda Putri Terkait Suap Impor Daging". Penggabungan frame verbal dan nonverbal tersebut menghasilkan frame Metro TV dalam isu "Bunda Putri" yaitu "SBY VS LHI". Sebagaimana yang disebutkan diatas bahwa dalam pemberitaan isu "Bunda Putri" ini telah terjadi *individual framing* yang dilakukan SBY. Tercatat SBY menyajikan frame-frame dari elemen metaphors antara lain munculnya ungkapan: "seribu persen " bohong... "dua ribu persen" Luthfi bohong... dan "pejabat kecengan".

Dalam parabahasa, SBY juga menggunakan repetisi kalimat dengan menekankan intonasi pada kata-kata "saya tidak tahu" berulang-ulang dengan gestur jari sedang menunjuk dan melambai. Coker & Burgoon (1987) menemukan bahwa adanya gestur seperti *eye contact* dan jari sedang menunjuk menggambarkan kredibilitas pengirim pesan. Sikap itu cenderung lebih dapat dipercaya oleh penonton. Sementara TV One dalam program Kabar Siang pada tanggal 11 Oktober 2013 menayangkan isu "Bunda Putri" dengan judul berita "SBY: Pernyataan Luthfi Hasan Bohong". Berbeda dengan Metro TV, TV One menonjolkan isu "Bunda Putri" seperti framing yang disampaikan SBY bahwa berdasarkan informasi pihak terkait "Bunda Putri" diduga istri pejabat di Kementerian Pertanian RI. Tabel 5 dibawah menggambarkan proses penggabungan frame verbal dan nonverbal untuk memperkuat frame media yaitu frame TV One tentang isu "Bunda Putri"

Tabel 5.

Frame TV One terhadap SBY dalam Isu "Bunda Putri"

Frame TV One : SBY Korban VS LHI Pendusta			
Frame Verbal:		Frame Nonverbal:	
LHI Berbohong Soal Bunda Putri	Perangkat <i>Framing</i> Verbal	SBY Tidak Kenal Bunda Putri	Perangkat <i>Framing</i> Nonverbal
Perangkat <i>Framing</i> Verbal	Penalaran Verbal	Parabahasa:	Penalaran Nonverbal
Catchphrases: "2000 persen Berbohong"	Roots: Karena LHI terdakwa maka berbohong	Intonasi lead berita "SBY Marah ...2000 persen"	Roots: Karena SBY tidak kenal Bunda Putri
	<i>Appeal to Principle:</i> SBY jujur dan LHI berbohong	Grafik: tercatat ada enam kali pemunculan judul sesuai dengan pernyataan SBY	<i>Appeal to Principle:</i> SBY jadi korban karena LHI bohong
	<i>Consequences:</i> Citra positif SBY dan negatif LHI		<i>Consequences:</i> Citra positif SBY sebagai korban

Frame Matrik pada tabel 5 diatas menunjukkan frame verbal TV One adalah "LHI Berbohong Soal Bunda Putri" dan frame nonverbalnya yaitu "SBY Tidak Kenal Bunda Putri". Penggabungan frame verbal dan nonverbal tersebut menghasilkan frame TV One dalam isu "Bunda Putri" adalah "SBY Korban VS LHI Pendusta". Dari frame-frame yang ada terlihat TV One cenderung selaras dengan *individual framing* yang dikonstruksi SBY dengan penayangan sejumlah grafik selama tayangan berita. Grafik tersebut antara lain; "SBY: Pernyataan Luthfi Hasan Bohong", "Presiden Bantah Tudingan LHI",

"Presiden Tidak Kenal Bunda Putri", "Bunda Putri Istri Pejabat Kementan", Luthfi Hasan 2000 Persen Bohong", "Presiden: Saya Bukan Pejabat Kecengan'. Keberadaan strategi *framing* dengan penyajian visual berbentuk grafik itu cenderung memperkuat makna elemen-elemen *individual framing* yang diungkapkan SBY dalam keterangan persnya.

Frame SBY dalam Isu "Gempa Aceh"

Pada isu "Gempa Aceh" baik Metro TV dan TV One menggunakan cara pandang terhadap SBY sebagai layaknya seorang Presiden, seorang Kepala Negara. Asumsi tersebut tampak jelas pada strategi *framing* verbal dan nonverbal, yang menonjolkan kata-kata, visual maupun suara yang mempersepsikan positif, superior, wibawa, dan kehangatan seorang Bapak bangsa yang sedang mengunjungi rakyatnya yang sedang tertimpa musibah.

Individual framing yang melekat pada gestur SBY ketika sedang menyapa, menyalami, maupun merangkul korban cenderung menjadi *visual framing* yang sepertinya tidak ingin dilewatkan para wartawan Metro TV dan TV One. Tabel 6 merupakan penggabungan frame verbal dan nonverbal dari tayangan berita pada tanggal 9 Juli 2013 yang berjudul "SBY: Fokus Pada Relokasi Korban di Aceh Tengah".

Tabel 6.

Frame Metro TV terhadap SBY dalam Isu "Gempa Aceh"

Frame Metro TV : SBY Peduli Rakyatnya		
al:	Frame Nonverbal:	
g jawab	SBY peduli korban gempa	Perangkat
enalaran Verbal	Perangkat <i>Framing</i> Nonverbal	Penalaran Nonverbal
	<i>Moving Camera:</i>	Roots:
peduli maka rban segera	Komposisi gambar mendukung pencitraan positif SBY sebagai Kepala Negara	Karena SBY dekat dan peduli dengan seluruh rakyatnya
<i>inciple:</i>	<i>Sound bite:</i> Kepedulian SBY terhadap korban Gempa	<i>Appeal to Principle:</i> SBY merupakan Kepala Negara yang peduli dengan rakyatnya
es:	Parabahasa: Intonasi penyiar pada lead berita mendukung pencitraan SBY	<i>Consequences:</i> Adanya citra positif Bagi SBY

Frame matrik pada Table 6 menunjukkan bahwa frame verbal Metro TV terhadap SBY dalam isu "Gempa Aceh" adalah "SBY Bertanggungjawab" dan frame nonverbalnya yaitu "SBY Peduli Korban Gempa". Penggabungan frame verbal dan nonverbal menjadi frame Metro TV (frame media) terhadap SBY dalam isu "Gempa Aceh" yaitu "SBY Peduli Rakyatnya". Strategi framing yang paling menonjol dalam Tabel 6 adalah

menggunakan elemen *moving camera*. Dengan *moving camera* menggambarkan *individual framing* yang dilakukan SBY sebagai Presiden ketika menyalami tangan, menepuk bahu, hingga duduk sejajar dengan para korban gempa.

Hal serupa juga yang tergambar pada frame TV One terhadap SBY dalam isu "Gempa Aceh". Ketika TV One melakukan *framing* terhadap SBY, terlihat dominan dalam menggunakan strategi penyajian visual yaitu dengan elemen *moving camera*. Tabel 7 menggambarkan frame verbal dan nonverbal TV One terhadap SBY dalam siaran beritanya pada tanggal 9 Juli 2013 yang berjudul "Presiden SBY Kunjungi Pengungsi".

Tabel 7.

Frame TV One Terhadap SBY dalam Isu "Gempa Aceh"

Frame TV One : SBY Bantu Pengungsi			
Frame Verbal:		Frame Nonverbal:	
SBY Peduli Korban Gempa	SBY Pemimpin Rakyat	SBY Pemimpin Rakyat	SBY Pemimpin Rakyat
Perangkat	Perangkat	Perangkat	Perangkat
at	Penalaran	<i>Framing</i>	Penalaran
<i>Framing</i>	Verbal	Nonverbal	Nonverbal
Verbal			
<i>Depictio</i>	<i>Roots:</i>	<i>Moving</i>	<i>Roots:</i>
n:	Karena SBY	<i>Camera:</i>	Karena SBY
SBY	Pemimpin	Komposis	peduli
kunjungi	Bangsa	I gambar	kesulitan
i	yang peduli	menduku	rakyatnya
pengungsi	rakyat	ng	
si	<i>Appeal to</i>	<i>Appeal</i>	<i>to/Principle:</i>
	<i>Principle:</i>	SBY	SBY
	SBY	ketika	menupakan
	memikirkan	kunjungi	Presiden
	n	pengungsi	yang peduli
	keberlangsungan	<i>Sound</i>	dengan
	hidup	<i>bite:</i>	para
	Rakyat	Kepedulian	pengungsi
	yang susah	n SBY dan	
	pemerint	<i>Consequenc</i>	<i>es:</i>
	ah	terhadap	Adanya
	<i>Consequenc</i>	korban	citra
	<i>es:</i>	Gempa	semakin
	Pencitraan	SBY dan	baik bagi
	Positif bagi	Pemerintah	SBY
	SBY dan	Parabaha	
	Pemerintah	sa:	
		Intonasi	
		pada lead	
		dan isi	
		berita	
		menduku	
		ng	
		pencitraan	
		n	
		SBY	

Frame matrik pada table 7 menggambarkan perpaduan antara frame verbal dan non verbal menjadi suatu frame media. Frame verbal TV One adalah "SBY Peduli Korban Gempa" dan frame media nonverbal "SBY Pemimpin Rakyat". Dengan demikian maka frame TV One terhadap SBY dalam isu "Gempa Aceh" adalah "SBY Bantu Pengungsi".

Framing SBY dan Ideologi Politik

Berdasar hasil analisis *framing* "Berita Televisi" diatas menunjukkan bahwa *framing* SBY dalam isu "Akun Facebook", "Bunda Putri", dan isu "Gempa Aceh" cenderung memiliki motif politik dibandingkan motif ekonomi ataupun motif sosial. Dibalik kata-kata dan simbol visual memiliki makna-makna sesungguhnya. Sebagai contoh pada isu "Bunda Putri", Metro TV menggunakan elemen *moving camera* yaitu visual dokumentasi persidangan terdakwa LHI dan Fatonah. Ketika statement SBY ditampilkan, ketika itu juga

dimunculkan visual LHI yang sedang disumpah dan bersaksi di pengadilan tipikor Jakarta.

Bersamaan itu pula dimunculkan elemen grafik yaitu superimposed judul "Suap Impor Daging". Pengemasan ini memperkuat makna bahwa dibawah sumpah dalam persidangan LHI mengatakan tentang "Bunda Putri" orang dekat SBY. Dalam siaran Metro TV itu, pernyataan SBY tentang "Bunda Putri" yang diduga merupakan istri dari salah satu Dirjen di Kementan, dihilangkan atau tidak ditayangkan.

Jika dilihat pada elemen *Consequences* dampak yang diharapkan dari frame-frame yang ada untuk mencitrakan negatif sosok SBY. Hal sebaliknya dilakukan TV One pada berita itu. Pernyataan SBY di re-frame TV One untuk memperkuat frame-frame yang ada dalam pernyataan tersebut dengan menggunakan grafik judul. Sebagai contoh ketika SBY mengatakan "konon katanya Bunda Putri adalah istri salah seorang Dirjen di Kementan..." ketika itu pula TV One memunculkan grafik judul "Bunda Putri Istri Pejabat Kementan". Pada lead berita TV One menegaskan pernyataan SBY bahwa Luthfi Hasan duaribu persen bohong diperkuat dengan strategi penyajian visual dengan elemen grafik "SBY: Pernyataan Luthfi Bohong". Keterangan grafik secara signifikan meningkatkan ingatan penonton pada item berita (Findahl & Hoijer, 1976). Sementara pada akhir berita, Metro TV menggunakan elemen *sound bite* yang memiliki motivasi mencitrakan negatif SBY dengan menguraikan adanya rumor tentang kedekatan seorang pengusaha bernama Sengman dengan SBY.

Jika melihat uraian di atas jelas bahwa Metro TV dan TV One cenderung memiliki motif politik ataupun berlandaskan ideologi politik dalam melakukan proses *framing* SBY dalam berbagai isu yang ada. Ideologi politik pemberitaan Metro TV dan TV One merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan pemilik media (*media ownership*). Karena peranan media sebagai *watchdog* sebenarnya bukan semata-mata untuk kepentingan publik tetapi juga untuk kepentingan pemilik media (Curran & Gurevitch, 1991).

Metro TV yang dimiliki Surya Paloh merupakan ketua Partai NasDem yaitu partai oposisi saat ini. Surya Paloh dikenal sebagai figur yang memiliki rasa nasionalisme memiliki pengaruh yang besar terhadap frame wartawan Metro TV ketika melakukan proses *framing* berita (Dunan & Adnan, 2013: 6-7). Ideologi pemilik media memasuki alam bawah sadar wartawan melalui adanya misi dan visi maupun panduan produksi berita yang ditetapkan organisasi media.

Demikian pula TV One yang dimiliki ketua Partai Golkar Aburizal Bakrie. Ideologi politik Aburizal Bakrie secara tidak langsung maupun langsung memasuki proses *framing* dalam siaran beritanya. Sebagai contoh dalam program acara Metro TV dan TV One setiap hari menayangkan iklan politik partai politiknya masing. Itu juga merupakan wujud dari *framing* politik yang dilakukan pemilik media sesuai dengan ideologi pemilik media, yaitu ideologi politik.

Kaitan antara *framing* media dengan ideologi media terlihat jelas. Surya Paloh sebagai ketua Partai NasDem cenderung memposisikan diri sebagai oposisi pemerintahan SBY. Sementara Ketua Partai Golkar Aburizal Bakrie yang tergabung dalam Sekretariat Gabungan (Setgab) yang merupakan koalisi Pemerintahan SBY cenderung berpihak dengan SBY dalam isu "Bunda Putri".

Adanya pemihakan tersebut merupakan refleksi dari realitas kehidupan pers yang hidup dalam dua alam yaitu pers demokratis dan liberal saat ini. Media cenderung menekankan persepektifnya dalam merepresentasikan isu atau peristiwa berlandaskan ideologi politik dan ekonomi yang dianut pemilik medianya.

Penutup

Berdasarkan data yang ditemukan dari hasil analisis *framing* "Berita Televisi" di ditemukan bahwa ada perbedaan frame Metro TV dan TV One terhadap SBY dalam isu "Akun Facebook", "Bunda Putri", dan isu "Gempa Aceh".

Secara umum Perbedaan terlihat ketika media melihat SBY dari persepektif SBY sebagai seorang politisi terlihat bias. Namun ketika melihat sosok SBY sebagai Presiden seutuhnya tidak bias. Sedangkan ketika menggunkan dari perspektif SBY sebagai pribadi cenderung ambigu

Ketika memandang SBY sebagai politisi dalam isu "Bunda Putri", Metro TV cenderung melakukan *framing* negatif terhadap citra SBY. Sementara TV One cenderung melakukan *framing* positif terhadap SBY. Frame Metro TV dan TV One terhadap SBY hasil analisis *framing* secara verbal dan nonverbal.

Metro TV dan TV One cenderung menggunakan strategi *framing* nonverbal dengan strategi penyajian visual dan audio dibandingkan dengan penggunaan strategi *framing* verbal. Melalui strategi *framing* secara verbal dan nonverbal ditemukan bahwa dibalik kata-kata, visual, dan audio yang diedit sedemikian rupa terdapat motif politik yang berdasarkan ideologi pemilik medianya.

Framing media tersebut dipengaruhi ideologi politik pemilik media yakni Surya Paloh dan Aburizal Bakrie khususnya ketika media menggunakan persepektif SBY sebagai politisi. Ini bisa disebut pula sebagai *framing* politik media, dimana tarik menarik kepentingan politik menjadi bagian dari proses *framing* tersebut. Tidak mengherankan jika saja produksi berita yang dihasilkan cenderung bias dan ambigu serta tidak mendasar.

Fenomena ini seperti yang digambarkan Hallin (1986) bahwa berita yang dihasilkan cenderung bersifat personal, stereotipe, menekankan pada aksi dan visual dan tidak kontekstual. Namun, ditemukan pula satu hal yang menarik, ternyata dalam penyampaian pernyataan

maupun bersikap didepan kamera, SBY cenderung melakukan *individual framing*. Individual framing yang sering dilakukan SBY adalah dengan menggunakan metaphors (ungkapan) maupun melalui perilaku nonverbalnya. Hal tersebut sah-sah saja di zaman politik televisi dan televisi politik saat ini. Namun diharapkan *individual framing* yang disuguhkan merupakan *framing* yang berisikan nilai-nilai luhur, agamis dan bermanfaat bagi publik, bukan untuk demi kepentingan popularitas belaka.

Daftar Pustaka

- Altschull, J.H. (1984). *Agents of power: the role of the news media in human affairs*. New York, London: Longman.
- Arpan, L. M., Baker, K., Lee, Y., Jung, T., Lorusso, L., & Smith, J. (2006). News coverage of social protest and the effects of photographs and prior attitudes. *Mass Communication & Society*, 9 (1), 1-20.
- Bagdikian, B. (1997). *The media monopoly* (5th ed.). Boston: Beacon Press.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (1995). *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2006). *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Becker, H. S. (2007). *Writing for social scientists* (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Benford, R. D. & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: an overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Free Press.
- Berger, A. A. (1981). Semiotics and TV. In R. R. Adler (Ed.) *Understanding television: essays on television as a social and culture force* (pp. 91-114). New York: Praeger.
- Berry, C. (1983). A dual effect of pictorial enrichment in learning from television news: Gunter's data revisited. *Journal of Educational Television*, 9 (3), 171- 174.
- Brewer, W. F., & Nakamura, G. V. (1984). The nature and functions of schemas. In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition* (Vol. 1, pp. 119-160). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bryant, J. & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Bogart, L. (1995). *Commercial culture: the media system and the public interest*. Oxford: Oxford University Press.
- Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative research for education: an introduction to theory and method*. Boston: Allyn and Bacon.
- Boone, R. T., & Buck, R. (2003). Emotional expressivity and trustworthiness: The role of nonverbal

- behavior in the evolution of cooperation. *Journal of Nonverbal Behaviour*, 27(3), 163-182.
- Bordwell, David (1985). *Narration in the fiction film*. London: Routledge.
- Burgoon, J. K., Birk, T., & Pfau, M. (1990). Nonverbal behaviors, persuasion, and credibility. *Human Communication Research*, 17 (1), 140-169.
- Calabrese, A. & Sparks, C. (Eds.). (2004). *Towards a political economy of culture: capitalism and communication in the twenty-first century*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Chermak, S. (1994). Body count news: how crime is presented in news media. *Justice Quarterly*, 11(4), 561-582.
- Chomsky, Noam. (1999). *Profit over people: neoliberalism and global order*. New York: Seven Stories Press.
- Coldevin, G. (1975). Spaced, massed and summary treatments as review strategies for ITV production. *AV Communication Review*, 23, 289-30.
- Cooker, D. A., & Burgoon, J. K. (1987). The nature of conversational involvement and nonverbal encoding patterns. *Human Communication Research*, 13(4), 463-494.
- Curran, J. & Gurevitch, M. (Eds.). (1991). *Mass media and society*. London: Edward Arnold.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), 870-888.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dionisius, Y. (2013, Juni 02). *Masyarakat tidak setuju SBY rangkap jabatan*. Retrieved from <http://www.pedomannnews.com/politik-hukum-dan-keamanan/21974-masyarakat-tidak-setuju-sby-rangkap-jabatan>
- Dunan, A. (2013). *Analisis pemingkanaan citra Malaysia dalam televisyen Indonesia berkaitan dengan Kes Ambalat, TKI, dan Seni Budaya*. (Unpublished doctoral thesis). Universiti Malaya, Malaysia.
- Dunan, A. & Adnan, H. M. (2013). Bingkai Malaysia dalam pemberitaan televisyen di Indonesia. *Malaysian Journal of Media Studies*, 14(2), 1-12.
- Domke, D., Fan, D., Fibision, M., Shah, M.V., Smitha, S. S., & Watts, M.D. (1997). News media, candidates and issues, and public opinion in 1996 presidential campaign. *Journalism and Mass Communication Studies*, 67, 399-417.
- Edwardson, M., Grooms, D., & Proudlove, S. (1981). Talking news information gain from interesting video vs. talking heads. *Journal of Broadcasting*, 25 (17), 15-24.
- Entman, R. M. (1991). Framing United-States coverage of international news-contrast in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, 41 (4), 6-27.
- Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fagley, N. S. & Miller, P. M. (1997). Framing effects and arenas of choice: your money or your life? *New Century Education*, Piscataway, 71,355-373.
- Fahmy, S. & Wanta, W. (2007a). What photo journalists think others think? The perceived impact of news photographs on public opinion formation. *Visual Communication Quarterly*, 14(1), 16-31.
- Fahmy, S., Kelly, J. & Kim, Y.S. (2007b). What Hurricane Katrina revealed: A visual analysis of the hurricane coverage by news wires and US newspapers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 84(3), 546-561.
- Findahl, O. & Hoijer, B. (1976). *Fragments of reality: an experiment with news and TV news*. Stockholm: Swedish Broadcasting Corporation.
- Fink, E. J., and Gantz, W. (1996). A content analysis of three mass communication research tradition: Social science, interpretive studies, and critical analysis. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73 (1), 114-134.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gamson, W. A. (1989). News as framing: Comments on Graber. *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 157-161.
- Gamson, W. A., and Lasch, K. E. (1983). The political culture of social welfare policy. In S.E. Spiro & E. Yuchtman-Yaar (Eds.), *Evaluating the welfare state: social and political perspectives* (pp.397-415.) New York: Academic Press.
- Gamson, William A. & Andre Mogdiliansi. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Garcia, M. R. (1987). *Contemporary newspaper design: a structural approach* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Giorgis, C., Jhonson, N.J., Bonomo, A., Colbert, C., Conner, A., Kauffman, G., & Kulesza, D. (1999). Visual literacy. *Reading Teacher*, 53 (2), 146-153.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Glasser, B. G., & Strauss, A. L. (1971). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine-Atherton.
- Golding, P. & Murdock, G. (1991). Culture, communications, and political economy. In J.Curran & M. Gurevitch (Eds.) pp. 15-32, *Mass media and society*. London: Edward Arnold.
- Graber, D. A., McQuail, D., & Norris, P. (2008). Introduction. In D. A. Graber, D. McQuail & P. Norris (Eds.), *The politics of news: The news of politics* (pp. 1-19). Washington, DC: CQ Press.
- Graber, D. (1990). Seeing in membering: How visual contribute to learning from television news. *Journal of Communication*, 40 (3), 134-155.
- Hallin, D.C. (1986). *The uncensored war: the media and Vietnam*. New York: Oxford University Press.

- Have, I. (2008). Background music and background feelings: background music in audio-visual media. *The Journal of Music and Meaning*, 6, Section 6,5 (print version), 1-21.
- Helmsley, G. D., & Doob, A. T. (1978). The effect of looking behavior on perceptions of a communicator's credibility. *Journal of Applied Social Psychology*, 8, 136-144.
- Herman, E.S. & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent*. New York: Pantheon Books.
- Hibbing, J. R., & Theiss-Morse, E. (1998). The media's role in public negativity toward congress. *American Journal of Political Science*, 42, 475-98.
- Hulteng, J. L. (1985). *The messenger's motives: ethical problems of the news media* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ibnu, P. (2012, November 06). 2013 tahun politik. Retrieved from <http://www.setkab.go.id/artikel-6274-2013-tahun-politik.html>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kazmierczak, E.T. (2001). A semiotic perspective on aesthetic preferences, visual literacy, and information design. *Information Design Journal*, 10(2), 176-187.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B.C. (2002). *Qualitative communication research methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mason, J. (2002). *Qualitative researching* (2nd ed.). London: Sage Publications Ltd.
- McChesney, R.W. (2004b). The political economy of international communications. In P. N. Thomas, & Z. Nain (Eds.), *Who owns media? Global trends and local resistance* (pp.3-22). Penang, Malaysia: Southbound.
- McChesney, R. W. (2000). *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. New York: The New Press.
- McLeod, D. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effect of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49 (3), 3-23.
- McQuail, D. (2000). *Mass communication theory*. (4th ed.). London: Sage.
- Messaris, P. (1994). *Visual literacy: image, mind & reality*. Boulder, CO: Westview Press.
- Messaris, P. & Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. In S. D. Reese, O.H. Gandy & Grant, A.E., *Framing public life: perspectives on media and understanding of the social world* (p.215-226). Philadelphia: Taylor & Francis.
- Meyrowitz, J. (1988). Multiple media literacies. *Journal of Communication*, 81(1), 96-108.
- Minsky, M. (1975). A framework for representing knowledge. In P. H. Winston (ed.), *The psychology of computer vision* (p.211-77). New York: McGraw-Hill.
- Moriarty, S. E., & Popovich, M. N. (1991). News magazine visuals and the 1988 presidential election. *Journalism Quarterly*, 68 (3), 371-380.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication: rethinking and renewal*. London: Sage.
- Murdock, G. & Golding, P. (2000). Culture, communications, and political economy. In J. Curran & M. Gurevitch (eds.), *Mass media and society* (pp. 70-92). London: Arnold.
- Neundorf, K. A. (2002). *The content analysis handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: an approach to news discourse. *Political Communication*, 10 (1), 55-75.
- Parenti, M. (1993). *Inventing reality: the politics of news media*. St. Martin's Press.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd.ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Inc.
- Pezdek, K. & Stevens, E. (1984). Children's memory for auditory and visual information on television. *Developmental Psychology*, 20(1-3), 212-218.
- Pfau, M., Haigh, M., Fifrick, A, Holl D., Tedesco, A., Cope, J. et al. (2006). The effects of print news photographs of the casualties of war. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(1), 150-168.
- Reese, S.D. (2001). Prologue-framing public life: a bridging model for media research. In S.D. Reese, O.H. Gandy & A.E. Grant, *Framing public life: perspectives on media and understanding of the social world* (pp.7-31). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Reese, S. D. (2007). The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57 (1), 148-54.
- Reese, S. D. (2010). Finding frames in a web of culture: the case of the war on terror. In P. D'Angelo and J. A. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives* (pp.17-42). Madison Avenue, New York : Routledge.
- Reese, S. D. & Buckalew, B. (1995). The militarism of local television: the routine framing of the Persian Gulf War. *Critical Studies in Mass Communication*, 12(1), 40-59.
- Reese, S. D., & Lewis, S. (2009). Framing the war on terror: internalization of policy by the U.S. press. *Journalism: Theory, Practice, Criticism*, 10(6).
- Riffe, Daniel, Lacy, S., & Fico, F.G. (1998). *Analyzing media messages*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rosen, J. (1999). *What are journalists for?* New Haven, CT: Yale University Press.
- Rosenstiel, T. & Kovach, B. (2007). *Elements of journalism: what news people should know and the public should expect*. New York: Crown Publishing.
- Salomon, G., & Cohen, A. A. (1977). Television formats, mastery of mental skills, and the acquisition of knowledge. *Journal of Educational Psychology*, 69, 612-619.

- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49, 104–22.
- Schiller, H. I. (1991). Not yet the post-imperialist era. *Critical Studies in Mass Communications*, 8, 13-28.
- Shoemaker, P., & Reese, S. (1996). *Mediating the message: theories of influence on mass media content* (2nd ed.). White Plains, NY: Longman Publishers.
- Siebert, F., Peterson, T., & Schramm, W. (1963). *Four theories of the press*. Chicago: University of Illinois Press.
- Sigelman, L. (1973). Reporting the news: an organizational analysis. *American Journal of Sociology*, 79(1), 132-151.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (1990). *Basic of qualitative research: grounded theory procedure, and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S.D. Reese, O.H. Gandy & A.E. Grant, *Framing public life: perspectives on media and understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Tannen, D. & Wallat, C. (1987). Interaction frames and knowledge schemas in interaction: examples from a medical examination/interview. *Social Psychology Quarterly*, 50, 205–217.
- Thompson, R. & Malone, C. (2003). *The broadcast journalism handbook*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Tuchman G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20, 485-508.
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjective out of framing analysis. In P. D'Angelo and J. A. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives* (pp.85-109). Madison Avenue, New York: Routledge.
- Wanta, W. (1988). The effects of dominant photographs: an agenda-setting experiment. *Journalism Quarterly*, 65 (1), 107–111.
- Weaver, D., et al. (2007). *The American journalist in the 21st Century: U.S. news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah, NJ: Erlbaum Associates.
- Young, A., and Bruce, V. (1986). Understanding face recognition. *British Journal of Psychology*, 77 (3), 305-327.
- Zelizer, B. (2004). When war is reduced to a photograph, In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting war: journalism in war time*. New York: Routledge, 116–134.
- Zettl, H. (1978). The rare case of television aesthetics. *Journal of the University Film Association*, 30, 3-8.
- Zettl, H. (1973). *Sight, sound, motion: applied media aesthetics*. Belmont, Calif.: Wadsworth Publishing.

