

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN REKLAMASI TELUK BENOA DI SURAT KABAR HARIAN KOMPAS DAN BALI POST EDISI JUNI 2013-DESEMBER 2014

FRAMING ANALYSIS OF NEWS ABOUT BENOA BAY RECLAMATION IN KOMPAS AND BALI POST DAILY NEWSPAPER EDITION JUNE 2013 – DECEMBER 2014

Ni Wayan Primayanti¹
Reni Nuraeni, S.Sos., M.Si²
Rana Akbari Fitriawan, S.Sos., M.Si³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Email: primayanti31@gmail.com¹, renz_ns@yahoo.com², ranaakbarifitriawan@gmail.com³

Abstrak

Keterpusatan pembangunan daerah pariwisata di bagian selatan Pulau Bali memunculkan kebutuhan terhadap infrastruktur untuk menunjang kegiatan pariwisata. Namun pengembangan ini terhalang oleh keterbatasan lahan, sehingga memunculkan ide untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan di daerah pasang surut Teluk Benoa dengan melakukan reklamasi. Pengeluaran izin prinsip pemanfaatan daerah kawasan Teluk Benoa oleh Gubernur Bali menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat Bali. Sebagai media massa cetak, Kompas dan Bali Post turut berperan memberitakan polemik yang terjadi mengenai isu reklamasi Teluk Benoa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembingkai berita reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif. Analisis framing dilakukan dengan model analisis Robert M. Entman. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pembingkai berita dari kedua media tersebut. Kompas memilih sikap tidak memihak dan memunculkan dampak reklamasi dalam dua sisi. Sedangkan Bali Post sebagai media lokal Bali yang mempertahankan nilai-nilai budaya Bali, mengambil sikap menolak reklamasi dengan cenderung memberitakan sisi negatif reklamasi Teluk Benoa.

Kata Kunci: Framing, Robert M. Entman, Reklamasi, Bali Post, Kompas

Abstract

Centralising Southern Bali for tourism development needs some infrastructure provisions to support its activities. However, it is struggling with limited range area so a solutive way that Benoa Bay reclamation needed to be carried on remains possible. Therefore, governor's letter of permit for this reclamation has been published yet soon after the announcement, the balinese become pro and cons. Due to that fact, this issue is emerged by The national and local printed media, Kompas and Bali Post to publics. Concerning to this publication, this research aims to describe how Kompas and Bali Post report the news related to Benoa Bay reclamation. The method used is qualitative approach by using constructionist paradigm and Robert M. Entman's framing model. As the result, there are different framing report from both media including Kompas's independent news bringing up two-sides reclamation impact and Bali Post's rejection against this way to preserve Balinese valuable culture and avoid the impact to the environtment.

Keywords: Framing Analysis, Robert M. Entman, Reclamation, Bali Post, Kompas

¹ Mahasiswa

² Dosen

³ Dosen

1. Pendahuluan

Perkembangan pariwisata di Bali saat ini lebih terkonsentrasi di Bali selatan. Jika ditelusuri^[1], pariwisata pun lebih banyak terpusat di wilayah Bali Selatan, yang dikenal dengan sebutan Sarbagita (Kota Denpasar, Kabupaten Badung, Gianyar, dan Tabanan). Dua pertiga ekonomi Bali didominasi oleh wilayah selatan. Tak kurang dari Rp 44 triliun kegiatan ekonomi berputar di wilayah ini. Kesenjangan antar daerah terjadi. Hal ini dikarenakan letaknya yang dekat dengan Bandar Udara Ngurah Rai, terutama daerah pesisir yang menjadi daya tarik kuat wisatawan.

Keterpusatan pembangunan daerah pariwisata di bagian selatan Pulau Bali ini, memunculkan kebutuhan terhadap infrastruktur pembangunan pariwisata. Namun pengembangan ini terhalang oleh keterbatasan lahan, sehingga memunculkan ide untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan di daerah pasang surut Teluk Benoa.

Berawal dari niat PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI) untuk mereklamasi Teluk Benoa mendapat tanggapan positif oleh pemerintah kabupaten Badung. Beberapa alasan yang menjadikan pemerintah daerah mempertimbangkan pemikiran untuk mereklamasi Teluk benoa adalah isu tentang alih fungsi lahan di Bali yang membuat daratan pulau Bali menjadi semakin sempit. Hingga muncul serangkaian kebijakan Gubernur Bali, mulai dari terbitnya SK Nomor 2138/02-CL/HK/2012 (tentang Rencana Pemanfaatan dan Pengembangan Kawasan Perairan Teluk Benoa) yang diduga dilakukan secara diam-diam pada 26 Desember 2012, lantas mendapat penolakan dari masyarakat, baik dari individu, LSM, Akademisi, dan Anggota DPRD.

Selanjutnya menerbitkan Surat Keputusan Gubernur Bali Nomor 1727/01-B/HK/2013 tentang Izin Studi Kelayakan Rencana Pemanfaatan, Pengembangan dan Pengelolaan Wilayah Perairan Teluk Benoa (sering disebut sebagai SK Reklamasi Jilid 2) sekaligus mencabut SK Gubernur Nomor 2138/02-C/HK/2012 (sering disebut SK Reklamasi Jilid 1).

Memiliki lokasi strategis pada jantung Pariwisata Bali, yakni penghubung daerah Nusa Dua, Tanjung Benoa dan Sanur, apalagi setelah dibangun Jalan Tol Bali Mandara yang menjadi penghubung ketiga daerah ini membuat Teluk Benoa menjadi perebutan lokasi investasi, kegiatan pelayanan umum atau infrastruktur penting lainnya. Pihak PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI) menyatakan apabila reklamasi ini berhasil akan menyerap tenaga kerja yang cukup besar di masa mendatang, hal ini sebagai dampak langsung perkembangan ekonomi dari suatu pembangunan yang berwawasan kesejahteraan.

. Alasan kuat mengapa pemerintah bersikeras melakukan reklamasi, karena banyaknya terdapat pulau-pulau kecil di Teluk Benoa, seperti Pulau Pudut yang memerlukan revitalisasi karena abrasi yang semakin parah. Alih fungsi lahan di Bali yang membuat deretan Pulau Bali menjadi semakin sempit, sehingga Teluk Benoa dipandang pas untuk dibuatkan daratan baru sebagai objek wisata terpadu.

Reklamasi tidak hanya berdampak pada kemajuan ekonomi masyarakat Bali, tapi alam dan budaya yang hidup dimana reklamasi akan dilakukan. Masyarakat Bali mengenal istilah *Tri Hita Karana* yang menjadi pedoman pembangunan di Bali, yakni hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan sesama manusia dan manusia dengan lingkungan atau alam. Inilah yang menjadi pedoman masyarakat Bali untuk mengelola sumber daya alam Bali, dan laut adalah wujud alam yang harus dilindungi. Adanya reklamasi dikhawatirkan akan berdampak kepada lingkungan, karena Teluk Benoa adalah kawasan konservasi dimana didalamnya, Mangrove, Padang Lamun, dan tumbuhan air lainnya tumbuh subur. Fungsi Mangrove sendiri adalah untuk melindungi garis pantai dari abrasi atau pengikisan, serta meredam gelombang besar termasuk tsunami. Kawasan Teluk Benoa juga digunakan sebagai sistem penyangga terumbu karang, yang menjadi tempat hidup biota laut. Terganggunya keseimbangan alam inilah yang ditakutkan oleh masyarakat Bali yang kontra dengan reklamasi Teluk Benoa.

Dalam pemberitaan yang dilakukan oleh media lokal maupun nasional, penolakan keras dilakukan oleh komunitas yang mengatasnamakan Forum Rakyat Bali (ForBALI) bersama Jerinx, drummer dari band Superman Is Dead (SID) asal Bali, serta didukung oleh Sekaa Teruna Teruni (STT) yang terdapat di bale banjar setiap desa adat di Bali. Komunitas Lingkungan Hidup juga aktif melakukan kampanye menolak reklamasi Teluk Benoa yang dapat membahayakan keseimbangan alam Bali. Warga yang menolak reklamasi Teluk Benoa melakukan demo di kantor Gubernur Bali, dan beberapa wilayah di Kota dan Kabupaten yang ada di Bali.

Atas dasar perbedaan penafsiran dan pertimbangan masalah lingkungan, sosial dan ekonomi itulah penulis tertarik untuk meneliti pbingkaiian yang dilakukan oleh media massa terutama surat kabar dalam pemberitaan reklamasi Teluk Benoa. Banyaknya Pro dan kontra mengiringi reklamasi Teluk Benoa inilah yang membuat isu ini memiliki nilai berita. Dalam studi ini peneliti meneliti pemberitaan di koran nasional Harian Kompas dan koran lokal yaitu, Bali Post. Pemilihan media massa ini dilakukan dengan mempertimbangkan perbedaan sudut pandang kedua koran tersebut dalam memberitakan reklamasi Teluk Benoa Bali. Adanya perbedaan sudut pandang tersebut yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul: **Analisis Framing Pemberitaan Reklamasi Teluk Benoa Di Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post edisi Juni 2013-Desember 2014**. Adapun fokus peneltian ini adalah bagaimana pbingkaiian berita reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post edisi 27 Juni 2013 hingga 31 Desember 2014.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin communis yang berarti "sama", communico, communicatio, atau communicare yang berarti "membuat sama" [9]. Definisi menempatkan komunikasi sebagai kontrol sosial dimulai oleh Carl I. Hoveland (1948) yang kemudian dikemukakan juga antara lain oleh Shannon dan Weaver (1949) dan oleh Schacter (1961). Hoveland merumuskan: "komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lainnya", sedang Schacter menulis: "komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan". Baik Shannon dan Weaver menerima unsur penyampaian dan penggunaan lambang dengan memberi tekanan pada tujuan mempengaruhi^[2].

2.2 Komunikasi Massa

Yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) disini ialah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditunjukkan untuk umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung Bioskop^[6].

Rakhat^[1] merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi: "komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima serentak dan sesaat".

2.3 Media Massa

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula^[3]. Adapun media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan^[15].

Bungin^[3] juga menerangkan media massa sebagai institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan: (a) sebagai institusi pencerah masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi, (b) selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat, (c) Terakhir media massa sebagai media hiburan.

Menurut Ardianto^[1] media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media online (internet).

2.4 Surat Kabar Sebagai Media Massa Cetak

Surat kabar adalah media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa lainnya, paling banyak dan paling luas penyebarannya dan paling dalam daya mampunya dalam merekam kejadian sehari-hari sepanjang sejarah di negara manapun di dunia^[6].

Menurut Agee (et. al), secara kontemporer surat kabar memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media adalah: (1) to inform (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia); (2) to comment (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita); (3) to provide (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media). Sedangkan fungsi sekunder media, adalah: (1) untuk kampanye proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu; (2) memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun dan cerita-cerita khusus; (3) melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak^[1].

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkungannya, maka kategorisasinya adalah surat kabar lokal, regional, dan nasional. Ditinjau dari bentuknya, ada bentuk surat kabar biasa dan tabloid. Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan, ada surat kabar berbahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa daerah^[1].

2.5 Konstruksi Realitas Media Massa

Dalam penjelasan ontologi konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu^[3]. Berger dan Luckmann^[3] menerangkan realitas sosial adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil konstruksi sosial.

Substansi "teori konstruksi sosial media massa" adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang

terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis^[3]. Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas”^[3].

2.6 Berita dalam Sudut Pandang Konstruktivis

Istilah “news”, berasal dari bahasa Inggris yang berarti “berita”, berasal dari “new” (baru) dengan konotasi pada hal-hal yang baru. dengan arti segala yang baru merupakan informasi yang penting bagi khalayak. Dengan kata lain, semua hal yang baru merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (news)^[15].

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita berat (hard news) dan berita ringan (soft news). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga^[14].

Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Disini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai^[7].

2.7 Proses Produksi Berita

Sumandiria^[14] menyebutkan bahwa proses pencarian dan penciptaan berita itu dimulai di ruang redaksi melalui forum rapat proyeksi. Istilah lain dari rapat proyeksi adalah rapat perencanaan berita, rapat peliputan, atau rapat rutin wartawan di bawah koordinasi koordinator liputan (korlip). Rapat biasanya diselenggarakan sore atau malam hari, dihadiri seorang atau beberapa redaktur. Dalam rapat proyeksi, setiap reporter atau wartawan mengajukan usulan liputan. Usulan liputan ini dinyatakan dalam lembar kertas proyeksi yang tersedia. Forum rapat redaksi memutuskan, apakah usulan liputan reporter itu disetujui, ditunda atau ditolak.

Menurut Fishman^[7], ada dua kecenderungan studi bagaimana proses produksi berita dilihat. Pandangan pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita (selectiity of news). Dalam bentuknya yang umum pandangan ini seringkali melahirkan teori seperti gatekeeper. Intinya, proses produksi berita adalah proses seleksi. Seleksi ini dari wartawan di lapangan yang akan memilih mana yang penting dan mana yang tidak, mana peristiwa yang bisa diberitakan dan mana yang tidak. Setelah berita itu masuk ke tangan redaktur, akan diseleksi lagi dan disunting dengan menekankan bagian mana yang perlu dikurangi dan bagian mana yang perlu ditambah.

Pendekatan kedua adalah pendekatan pembentukan berita (creation of news). Dalam perspektif ini, peristiwa itu bukan diseleksi, melainkan sebaliknya, dibentuk. Wartawanlah yang membentuk peristiwa: mana yang disebut peristiwa dan mana yang tidak. Peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi, melainkan dikreasi oleh wartawan. Dalam perspektif ini, yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana wartawan membuat berita. Titik perhatian terutama difokuskan dalam rutinitas dan nilai-nilai kerja wartawan yang memproduksi berita tertentu.

2.8 Nilai Berita

Sumandiria^[14] menyebutkan kriteria umum nilai berita menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, dan Don Ranly dalam News Reporting and Editing menunjuk kepada sembilan hal, yakni keluarbiasaan, kebaruan, akibat, aktual, kedekatan, informasi, konflik, orang penting dan kejutan. Beberapa pakar lain menyebutkan, ketertarikan manusiawi (humanity) dan seks (sex) dalam segala dimensi dan manifestasinya, juga termasuk ke dalam kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan dengan saksama oleh para reporter dan editor media massa.

2.9 Hierarchy Pengaruh Media

Teori Hierarchy Pengaruh Media untuk pertama kali diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese. Teori ini menjelaskan mengenai pengaruh terhadap isi media oleh pengaruh internal maupun eksternal. Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese dalam bukunya *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, menyatakan ada lima faktor yang kemudian membentuk konsep pengaruh media. Adapun kelima faktor tersebut adalah pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh organisasi media (*organizational level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), pengaruh rutinitas media (*media routines*), dan pengaruh ideologi (*ideology level*)^[12].

1. Level Pengaruh Individu Pekerja Media

Faktor latar belakang dan karakteristik dari seorang pekerja media menurut Shoemaker dan Reese dibentuk oleh beberapa faktor yaitu masalah gender atau jenis kelamin dari jurnalis, etnis, orientasi seksual, faktor pendidikan dari sang jurnalis dan dari golongan manakah jurnalis tersebut, orang kebanyakan atau golongan elit^[12].

2. Level Rutinitas Media

Rutinitas media berasal dari kendala yang menyangkut tiga tahap, melalui pertanyaan-pertanyaan berikut, (1) apa yang akan diterima oleh konsumen (penonton), (2) mampukah media mengolah suatu produksi, (3) dan produk apa yang bersedia dari sumber^[12].

Menurut Reese ada beberapa nilai berita yaitu faktor pentingnya sebuah pemberitaan (*Importance*), faktor kemanusiaan (*Human interest*), faktor konflik atau kontroversi pada sebuah pemberitaan (*conflict/controversy*), faktor ketidakhiasan sebuah berita yang diberitakan (*the unusual*), faktor keaktualan sebuah berita (*timeliness*), dan terakhir faktor kedekatan sebuah pemberitaan dengan audiens (*proximity*)^[12].

3. Level Pengaruh Organisasi

Pada bagian ini disebutkan adanya hal penting terkait dengan kebijakan organisasional. Hal paling krusial dalam industri media saat ini adalah kepemilikan (*ownership*). Shoemaker dan Reese menyatakan tidak ada keraguan bahwa pemilik dalam media berbasis pasar memiliki kekuasaan pasar mutlak atas konten dan dapat meminta apa yang ingin mereka masukkan atau keluarkan. Ada banyak bukti tertentu yang memperlihatkan bahwa kekuasaan ini digunakan^[8].

4. Level Pengaruh Luar Organisasi Media

Kelompok kepentingan (*interest group*), dalam istilah lain sering disebut sebagai level ekstra media. Yang dimaksud dalam bahasan ini adalah hal yang biasanya terkait dengan posisi pemerintah dan wilayah pengambil kebijakan, di dalamnya termasuk regulasi dan kode etik yang menyelubungi keberadaan ataupun operasi media^[10].

Shoemaker dan Reese juga menyebutkan, hubungan antara media dan masyarakat sering kali diperantarai oleh serangkaian luas kelompok tekanan yang lebih atau kurang informal, tetapi terorganisasi yang berusaha memengaruhi secara langsung apa yang dilakukan media, terutama dengan berusaha menetapkan batasan terhadap apa yang dipublikasikan. Terdapat banyak contoh akan badan-badan mapan, seperti badan keagamaan, badan pekerja, atau badan politik yang mengajukan keluhan dan melakukan lobi tentang beraneka isu; sering kali berhubungan dengan masalah moralitas, bias yang dianggap politis, atau representasi minoritas^[8].

5. Level Pengaruh Ideologi

Shoemaker dan Reese melihat ideologi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi isi media. Ideologi diartikan sebagai suatu mekanisme simbolik yang berperan sebagai kekuatan pengikat dalam masyarakat. Tingkat ideologi menekankan pada kepentingan siapakah seluruh rutinitas dan organisasi media itu bekerja^[12].

Hal ini tidak terlepas dari unsur nilai, kepentingan dan kekuatan atau kekuasaan apa yang ada dalam media tersebut. Kekuasaan tersebut berusaha dijalankan dan disebarkan melalui media sehingga media tidak dapat lagi bersifat netral dan tidak berpihak. Media bukanlah ranah netral di mana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang sama dan seimbang^[13]. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa media berfungsi sebagai perpanjangan tangan dari kelompok pemegang kekuasaan dan kekuatan dalam masyarakat. Nilai yang dianggap penting bagi pemegang kekuasaan disebarkan melalui media sehingga isi media mencerminkan ideologi pihak yang berkuasa itu^[12].

2.10 Analisis Framing Robert M. Entman

Entman melihat Framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat isu menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas^[7].

Dalam konsepsi Entman^[7], Framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Wartawan memutuskan apa yang akan ia beritakan, apa yang diliput dan apa yang harus dibuang, apa yang ditonjolkan dan apa yang harus disembunyikan kepada khalayak. Konsepsi mengenai Framing dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. Adapun empat perangkat framing Entman, yaitu pendefinisian

masalah (*define problem*), memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*), membuat pilihan moral (*make moral judgement*), dan menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memandang berita, terutama surat kabar atau koran adalah hasil dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas, dimana media massa menjadi agen konstruksi. Media bukanlah saluran yang bebas, ia subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Media secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak^[7].

Berdasarkan paradigma konstruktivis yang menggunakan analisis framing, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungannya erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyidikan^[5].

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah surat kabar nasional dan lokal, yaitu Kompas dan Bali Post. Kedua media cetak ini dipilih karena secara berkala memberitakan isu reklamasi Teluk Benoa, yang mulai bulan Juni 2013 hingga Desember 2014. Sedangkan unit analisisnya ialah berita yang terdapat pada Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post, masing-masing berjumlah lima berita.

4. Pembahasan

4.1 Peningkatan Pemberitaan Reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Kompas

Secara umum, Kompas terlihat sangat berhati-hati dalam melakukan pemberitaan mengenai reklamasi. Tiga dari lima berita yang dimuat Kompas memandang reklamasi sebagai sebuah alternatif masalah ekologi yang sedang dihadapi Teluk Benoa saat ini. Disamping itu, reklamasi memiliki prospek yang cukup baik dari segi ekonomi dan pariwisata. Namun, pada dua berita yang lain Kompas melihat reklamasi sebagai sebuah ancaman yang berdampak pada rusaknya alam serta dapat menghilangkan mata pencaharian nelayan di sekitar Teluk Benoa. Kompas memaparkan dampak baik dan buruk reklamasi Teluk Benoa dari segi lingkungan, ekonomi dan pariwisata dan tidak semata-mata berpihak kepada masyarakat lokal ataupun pemerintah daerah atas isu ini.

Kompas melihat penyebab masalah reklamasi ini dalam dua garis besar. Pertama timbulnya wacana reklamasi Teluk Benoa disebabkan oleh alam, yakni abrasi yang makin parah dan rusaknya mangrove oleh sampah, dan kedua, timbulnya polemik dari rencana reklamasi dikarenakan munculnya izin prinsip yang dikeluarkan Gubernur Bali kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI).

Kompas tidak gamblang menyalahkan pemerintah mengeluarkan surat keputusan mengenai pemanfaatan kawasan Teluk Benoa, karena daerah tersebut memang perlu dilakukan revitalisasi. Hanya saja keputusan pemerintah yang dianggap tergesa-gesa memicu timbulnya polemik pada masyarakat Bali. Ditambah Gubernur Bali yang tidak mau mencabut izin prinsip yang telah ia keluarkan.

Kompas mengambil keputusan moral dengan menghimbau masyarakat Bali menunggu hasil kajian benar-benar selesai dan mencari solusi bersama-sama untuk menghentikan polemik yang selama ini terjadi. Kompas menyatakan bahwa Reklamasi tidak selamanya berdampak negatif apabila dilakukan tepat sasaran, yakni pada pulau yang memang membutuhkan perhatian khusus seperti Pulau Pudut.

Kompas menekankan penyelesaian bahwa Pulau Pudut lah yang justru membutuhkan perhatian serius, karena untuk membangun pulau-pulau buatan akan menimbulkan masalah baru seperti banjir dan naiknya arus laut. Walau Kompas menyertakan hasil wawancaranya dengan Gubernur Bali yang menyatakan bahwa reklamasi bukan untuk merusak lingkungan melainkan penyelamatan lingkungan, Kompas juga memberi pertimbangan lain dimana kawasan Teluk Benoa dan Nusa Dua mengalami kelebihan hotel. Dalam masterplan PT TWBI, kawasan hasil reklamasi Teluk Benoa nantinya akan dibangun hotel dan tempat wisata modern lainnya.

4.2 Peningkatan Pemberitaan Reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Bali Post

Bali Post melihat masalah reklamasi Teluk Benoa sebagai sesuatu hal negatif. Ini terlihat dari kelima berita yang dipilih, Bali Post tidak pernah mengangkat atau menampilkan dampak positif reklamasi. Bali Post meringkai reklamasi sebagai masalah hukum, kehancuran lingkungan, pariwisata, ekonomi bahkan moral.

Bali Post melihat isu reklamasi Teluk Benoa adalah sebuah keputusan yang salah dari pemerintah daerah Bali. Bali Post memilih isu penolakan rencana reklamasi dari sekian banyak fakta-fakta yang ada di lapangan. Bali Post banyak menyoroti perlawanan rakyat Bali yang tidak setuju dengan adanya reklamasi. Bali Post mengkonstruksi reklamasi sebagai sebuah ancaman sehingga yang terlihat di masyarakat bahwa reklamasi sama sekali tidak mendatangkan dampak baik. Jika benar-benar dilakukan,

reklamasi justru akan mengancam lingkungan alam Bali dalam jangka waktu yang panjang, seperti yang telah dilakukan di Serangan. Hingga kini pulau tersebut nasibnya masih menggantung.

Bali Post melihat penyebab masalah sehingga adanya wacana rencana reklamasi Teluk Benoa ini adalah investor dan Pemerintah Provinsi Bali, utamanya Gubernur Bali Made Mangku Pastika serta Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang saat itu masih menjabat. Bali Post selalu memunculkan sosok Gubernur Bali, Made Mangku Pastika sebagai aktor utama penyebab reklamasi dalam tiap berita yang diterbitkan.

Sebagai surat kabar yang memiliki ideologi untuk mempertahankan Ajeg Bali, dimana didalamnya terdapat kearifan lokal dan nilai-nilai yang hidup dan berkembang di Bali, Bali Post menampilkan itu dalam berita-beritanya. Bali Post ingin menyadarkan orang Bali agar kembali kepada hakikat, dimana segala sesuatu yang dilakukan untuk pembangunan harus berpedoman dan berlandaskan pada Tri Hita Karana. Dan apabila sekarang konsep ada yang mengganggu, sekalipun itu pemerintah yang mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang tidak pro terhadap lingkungan, masyarakat harus protes.

Saat Bali Post melihat reklamasi sebagai sebuah hal yang dapat merusak alam Bali dengan berkedok pada kemajuan ekonomi dan pembangunan pariwisata, Bali Post memperlihatkan keputusan moral yang diambil dari adanya reklamasi dengan memberikan argumen bahwa jika reklamasi benar-benar dilaksanakan pariwisata yang tumbuh di Bali akan berbasis kepada seks, drugs, dan gambling. Bali menjadi destinasi wisata nasional bahkan internasional bukan berdasar banyaknya tempat wisata modern, tapi budaya dan adat yang masih kental hidup di Bali.

Bali Post mengambil menekankan penyelesaian bahwa SK gubernur mengenai pemanfaatan kawasan Teluk Benoa harus dicabut. Semua pelanggaran mengenai keluarnya izin prinsip yang tidak sah harus diproses secara hukum. Termasuk adanya indikasi kasus suap, disini Bali Post memberikan argumen, seharusnya masyarakat melaporkan kasus ini pada pihak kepolisian. Atau sebaliknya, ada inisiatif dari kepolisian dan kejaksaan untuk melakukan penyelidikan. Pihak penegak hukum harus objektif dengan melakukan penyelidikan tanpa pandang bulu.

5. Simpulan

Berdasarkan analisis dalam bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan beberapa hal mengenai perbedaan pembedaan pemberitaan reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post edisi Juni 2013 sampai Desember 2014. Simpulan ini sekaligus menjawab tujuan awal penelitian, yaitu mengetahui pembedaan berita reklamasi Teluk Benoa di Surat Kabar Harian Kompas dan Bali Post.

1. Kompas sangat berhati-hati dalam membingkai isu reklamasi Teluk Benoa. Kompas selalu memperlihatkan reklamasi dalam dua sisi, pro dan kontra. Terlihat dari bagaimana Kompas mendefinisikan masalah reklamasi Teluk Benoa sebagai masalah ekologi dan ekonomi serta melihat reklamasi dalam dua sisi, yakni positif dan negatif. Kompas melihat penyebab reklamasi Teluk Benoa dalam dua garis besar, pertama timbulnya wacana reklamasi Teluk Benoa disebabkan oleh alam, yakni abrasi yang makin parah dan rusaknya mangrove oleh sampah. Kedua, timbulnya polemik dari rencana reklamasi dikarenakan munculnya izin prinsip yang dikeluarkan Gubernur Bali kepada PT. Tirta Wahana Bali Internasional (TWBI). Kompas menyatakan keputusan moral dengan menghimbau masyarakat Bali menunggu hasil kajian benar-benar selesai dan mencari solusi bersama-sama untuk menghentikan polemik yang selama ini terjadi. Penyelesaian yang ditekankan Kompas yaitu Pulau Pudut lah yang justru membutuhkan perhatian serius, karena abrasi hebat yang bisa menyebabkan pulau tersebut tenggelam.
2. Bali Post membingkai isu reklamasi Teluk Benoa dengan memunculkan banyak fakta-fakta mengenai dampak negatif reklamasi Teluk Benoa. Bali Post mengambil sikap menolak rencana reklamasi Teluk Benoa. Ini terlihat dari bagaimana Bali Post mendefinisikan masalah reklamasi sebagai masalah hukum dan masalah moral. Bali Post melihat pemerintah daerah Bali, khususnya Gubernur Bali mengeluarkan izin prinsip yang cacat hukum dan terkesan tergesa-gesa. Bali Post juga melihat reklamasi sebagai masalah moral, karena prihatin dengan masyarakat Bali yang kini mudah tergoda rayuan investor. Bali Post memperkirakan penyebab masalah reklamasi Teluk Benoa dikarenakan izin prinsip yang dikeluarkan dengan tergesa-gesa oleh Gubernur Bali. Dalam pemberitaannya Bali Post selalu memunculkan aktor, yakni Gubernur Bali sebagai dalang terjadinya reklamasi Teluk Benoa. Sedangkan Bali Post mengambil keputusan moral dengan meminta agar orang Bali kembali kepada hakikatnya, dimana segala sesuatu yang dilakukan untuk pembangunan harus berpedoman dan berlandaskan pada Tri Hita Karana. Bali Post menekankan penyelesaian bahwa SK gubernur mengenai pemanfaatan kawasan Teluk Benoa harus dicabut. Semua pelanggaran mengenai keluarnya izin prinsip yang tidak sah harus diproses secara hukum. Bali Post juga menghimbau sudah seharusnya warga Bali sudah seharusnya melakukan introspeksi diri, jangan tergoda akan meteri hingga akhirnya merusak alam dan lingkungan Bali.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah, 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Arifin, Anwar. 2010. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- [3] Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [5] Denzin, Norman K dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [6] Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [7] Eriyanto. 2012. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Group.
- [8] McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [9] Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [10] Putra, Dedi Kurnia Syah. 2015. *Komunikasi CSR Politik: Membangun Reputasi, Etika dan Estetika PR Politik*. Jakarta: Kharisma Putra Utama
- [11] Rini, Yuliani dkk. 2013. "Potensi Ekonomi Sisi Buram Di Balik Pesona Bali". Kompas, 16 Mei 2013.
- [12] Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. USA: Longman.
- [13] Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS Group.
- [14] Sumadria, Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [15] Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.