

FRAMING PORTAL BERITA DALAM ISU AKULTURASI KAMPUNG KNG BOGOR

Sinta Paramita¹

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

ABSTRAK

Berita tidak dipandang lagi hanya sebagai sebuah informasi, tetapi berita juga merupakan bentuk kritik atau kontruksi sosial yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini mengkaji cara berita membingkai kasus pada masyarakat Kampung KNG Bogor. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ks.com dan TsBr.com. Berdasarkan analisis keseluruhan, dalam memberitakan isu akulturasi Kampung KNG Bogor Ks.com terlihat lebih menekankan kepada personalisasi dari individu yang terlibat. Framing personalisasi merupakan pandangan atau perspektif dari personal atau individu yang terlibat. Ks.com kurang menonjolkan tentang moral, etika, atau hukum dalam berita yang mengandung akulturasi tersebut. Namun demikian Ks.com juga menggambarkan bahwa untuk masuk kedalam masyarakat akulturasi tersebut harus melewati beberapa konflik dalam kehidupan sosial. Sementara itu, framing TsBr.com dalam memberitakan isu akulturasi Kampung KNG Bogor terlihat lebih menonjolkan sisi moral, etika, dan hukum. Berita TsBr.com lebih menggambarkan bahwa untuk masuk ke dalam masyarakat akulturasi tersebut harus melewati beberapa masalah tentang moral, etika, dan hukum.

Kata Kunci: framing, berita, akulturasi

1. PENDAHULUAN

Salah satu daerah, yaitu PNC dikenal sebagai daerah yang banyak menawarkan berbagai tempat berwisata. Keindahan alam dan udara yang sehat membuat PNC menjadi destinasi pariwisata baik lokal maupun internasional. Terletak di pegunungan membuat PNC menjadi tempat wisata yang menawarkan banyak hiburan bagi wisatawan. PNC menjadi destinasi favorit pariwisata bagi wisatawan dari salah satu daerah di Asia, yaitu wilayah TT. Berdasarkan data statistik kunjungan turis TT ke Indonesia yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengalami peningkatan.

Ada turis dari TT yang datang ke PNC tidak hanya berwisata tetapi juga menetap dan tinggal di daerah tersebut. Kampung SMI atau Kampung KNG di PNC Bogor terkenal dengan sebutan Kampung AB. Kampung ini menjadi salah satu wilayah favorit bagi turis TT. Perkembangan turis TT serta merta merubah budaya di PNC Cisarua Bogor. Perubahan tersebut mudah kita temui di pinggir jalan, toko, rumah makan, tempat hiburan dan lain-lain banyak yang menggunakan bahasa AB. Daerah tersebut muncul sebagai bentuk nyata dari akulturasi budaya.

Akulturasi merupakan proses pembelajaran bagaimana untuk hidup dalam budaya yang baru (Samovar, 2014). Lebih dalam lagi Berry (dalam Samovar, 2014) menjelaskan akulturasi sebagai proses dari perubahan budaya dan psikologis yang terjadi sebagai akibat dari hubungan antara dua atau lebih kelompok budaya dan anggotanya, dalam tahap individu, hal ini melibatkan perubahan dalam perilaku seseorang. Perlu diketahui pada dasarnya kampung KNG dihuni oleh etnis Sunda, namun belakangan ini etnis AB ramai berkunjung untuk berwisata. Interaksi terus menerus yang terjadi menghasilkan akulturasi budaya sekitar.

Istilah akulturasi budaya secara epistemologis berasal dari Bahasa Inggris yaitu

acculturation. Menurut Koentjaraningrat (1990) konsep akulturasi merujuk pada suatu proses sosial yang terjadi apabila terdapat sekelompok manusia yang telah memiliki budaya tertentu dan dihadapkan pada elemen-elemen kebudayaan asing. Sebagai akibatnya unsur-unsur kebudayaan asing tersebut diterima oleh individu dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri. Akan tetapi proses sosial ini tidak menghilangkan kepribadian kebudayaan asli (Koentjaraningrat, 1990, h. 91). Lebih lanjut Koentjaraningrat mengatakan bahwa terdapat unsur-unsur universal yang merupakan isi dari semua kebudayaan yang ada di dunia ini, yaitu: sistem religi dan upacara keagamaan, sistem dan organisasi kemasyarakatan, sistem pengetahuan, bahasa, kesenian, sistem mata pencaharian hidup, serta sistem teknologi dan peralatan.

Alo Liliweri (2002) lebih lanjut menulis bahwa komunikasi antarbudaya menurut Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya berbeda suku bangsa, berbeda etnik atau kelas sosial. Sementara Lustig dan Koester mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, interpretatif, transaksional, dan kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang yang memiliki perbedaan derajat kepentingan sehingga memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan (Liliweri, 2002, h. 12).

Dari fenomena yang terjadi di Kampung KNG, media massa khususnya portal berita mengemas dinamika akulturasi budaya Kampung KNG dalam sebuah berita, isu-isu negatif sering kali dilontarkan portal berita tentang keberadaan etnis AB di Kampung KNG. Isu kawin kontrak atau wisata seksual sering menjadi sasaran media massa dalam melihat fenomena Kampung KNG. Portal berita yang digunakan untuk melihat fenomena tersebut adalah *TsBr.com* dan *Ks.com*. Alasan memilih *Ks.com*, portal berita tersebut bisa ditinjau dari kredibilitas. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana portal berita nasional mengemas fenomena sosial kampung KNG ke dalam sebuah berita. Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana *framing Ts.Br.com* dalam Memberitakan Isu Budaya AB di Cisarua Bogor dan bagaimana *framing Ks.com* dalam Memberitakan Isu Budaya AB di Bogor.

Peter L. Berger sebagai seorang yang berlatar belakang sosiologi menjelaskan realitas sosial sebagai sebuah kenyataan dan pengetahuan. Berger juga menjelaskan bahwa memahami kenyataan berarti memahami gejala-gejala sosial dalam kehidupan sehari-hari dan menyeluruh dengan segala aspek (kognitif, psiko-motoris, emosional, dan intuitif). Kenyataan sosial akan ditemukan dari pengalaman intersubjektif. Intersubjektif merupakan kehidupan masyarakat tertentu yang dibentuk secara terus-menerus. Konsep intersubjektif merujuk kepada dimensi struktur kesadaran umum dan kesadaran individu dalam suatu kelompok khusus yang sedang berinteraksi dan berintegrasi (Berger, 1990, h. 17). Secara sederhana wartawan mengkonstruksi realitas sosial untuk dijadikan sebuah informasi. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, internalisasi, dan obyektifikasi.

Konstruksi sosial, dalam pandangan Berger (1990), tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun berjalan di ruang sarat dengan kepentingan-kepentingan. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri individu dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia bisa dikatakan sebagai wartawan yang sedang mencari berita. Kemudian internalisasi adalah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau

organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya, bisa digambarkan sebagai profesi wartawan yang terikat dengan norma kode etik wartawan dan terikat dengan media dimana wartawan tersebut bekerja. Sedangkan obyektifitas adalah interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan. Berhubungan dengan konstruksi realitas Sudibyo (2006, h. 56) mengatakan bahwa media bukanlah ranah yang netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang sama dan seimbang.

Media justru bisa menjadi subjek yang mengkonstruksi realitas berdasarkan penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan kepada khalayak. Media berbeda dalam mendefinisikan realitas. Sudibyo (2006) menambahkan, ada dua peran yang dimainkan media dalam mengkonstruksi realitas. Pertama, media sebagai sumber kekuatan hegemoni. Artinya media memiliki otoritas untuk memilih informasi apa saja yang akan di jadikan berita. Kekuatan media tersebut pada akhirnya mampu menguasai kesadaran khalayak. Kedua, media sebagai sumber legitimasi. Artinya, media dapat memupuk kekuasaannya agar tampak berita-berita yang disiarkan terlegitimasi atau disetujui kebenarannya. Oleh sebab itu kemungkinan bias informasi akan dapat terjadi.

Lebih lanjut Niklas Luhman (2003) menambahkan cara media massa mengkonstruksi realitas sosial. Dalam buku *the reality of the mass media*, Luhman mengatakan bahwa adanya penggandaan realitas yang dilakukan media massa dalam menyebarkan informasi.

"Doubling of reality, the excerpt from reality in which the second world is constituted is marked visually or acoustically (books, screen plays, etc.) This external frame then releases a world in which a fictional reality of its own applies. Viewers are able to observe beginning and end (unlike in their own life) because they experience things beforehand and still do afterwards. Transition from real reality to fictional reality. This world of the imagination, because it does not have to coordinate the social behaviour of the observers, does not need any game rules. Instead it needs information. The reader or viewer has to be put in a position very quickly to form a memory which fits the story, which is tailored to it. And he or she can only do this if provided with sufficient familiar details along with the pictures or the texts...etc" (Luhman, 2003, h. 3).

Secara singkat, Luhman (2003) menyatakan bahwa orang dapat membuat realitas fiktional yang dituangkan secara visual atau akustik melalui buku atau film dan sebagainya. Realitas fiktional itu dibuat melalui framing eksternal, yang menghasilkan dunia imajinasi. Dalam berimajinasi, pembaca atau pemirsa tidak perlu peduli dengan lingkungan sosialnya, dan karenanya tidak ada peraturan-peraturan yang perlu ditaati; mereka hanya membutuhkan informasi. Pembaca atau pemirsa perlu segera diposisikan untuk membentuk memori yang sesuai dengan cerita tersebut; dan hal itu hanya dapat dilakukan jika diberi gambar atau teks yang dapat memberikan detail yang cukup familiar.

Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1955 (Sobur, 2002, h.161). Ia mengatakan bahwa framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang akan diambil, kemudian bagaimana ditonjolkan dan dihilangkan. Hal tersebut membuat berita begitu manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subyek sebagai suatu yang legitimasi, obyektif, alamiah, wajar atau tak terelakkan (Imawan, 2000, h. 54-67).

Menurut Urs Dahiden dalam sejarah framing diinterpretasikan secara beragam. Framing dimaknai berbeda-beda dalam berbagai kelompok obyek kajian. Misalnya dalam psikologi, framing dimaknai sebagai skema, sedangkan dalam konteks ilmu informasi, skema merupakan instrumen representasi pengetahuan. Sosiolog Ervin Goffman yang lebih fokus pada obyek kajian komunikasi interpersonal dan komunikasi langsung memaknai framing sebagai pendefinisian tentang situasi yang sedang terjadi dan menjawab pertanyaan *“what is it that’s going on here?”* dalam konteks ilmu politik frame dimaknai sebagai bentuk dari sistem kepercayaan seperti diungkapkan oleh Gerhards/Rucht sebagai berikut: *“we define a belief system as a configuration of idea and attitudes in which the elements are bound together by some form of constraint or functional interdependence”* (Hermin, 2008, h. 2).

Dalam konteks studi media, keberagaman perspektif coba diatasi oleh Dahiden (dalam Hermin, 2008, h. 3) dengan menawarkan serangkaian kategori frame yang menurutnya dapat dijadikan frame yang muncul dalam penelitian mengenai sebuah tema. Kategori ini merupakan meta-analisis-proposional yang merupakan bangunan kategori berdasarkan hasil dari serangkaian 37 penelitian. Basis frame yang dimaksud adalah sebagaimana yang dicantumkan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1. Basis Frame dari Urs Dahiden

konflik	kepentingan antara kelompok sosial yang beragam
Ekonomi	Tema diurai dari perspektif ekonomi
Kemajuan	Tema dijelaskan dari konteks kemajuan dan perspektif ilmu pengetahuan
Moral, Etika, Hukum	Tema dibahas dan didiskusikan dari perspektif moral etika, dan hukum
Personalisasi	Tema dijelaskan dari perspektif personal dari Individu

Sumber: Hermin, 2008, h. 3.

Dengan alasan bahwa penelitian ini beranggapan kecenderungan umum fenomena media dan konflik, maka metode framing yang diterapkan Dahinden didesain sedemikian rupa untuk mencapai tujuan tersebut. Kemudian analisis framing juga termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini merupakan posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkan, kemudian Robert N. Entman mendefinisikan framing sebagai berikut:

“to frame is to select some aspect of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation or treatment recommendation” (Entman).

Entman menjelaskan bahwa dalam membuat kerangka framing dengan cara menyeleksi dan memberi perlakuan tertentu terhadap aspek dari sebuah peristiwa yang akan diteliti dalam teks berita. Hal ini bisa dianggap sebagai cara promosi masalah tertentu, interpretasi kausal, evaluasi moral atau memberi rekomendasi atas peristiwa yang terjadi. Pada dasarnya Entman menjelaskan bahwa framing merupakan kegiatan pemberi definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi terhadap peristiwa yang diwacanakan. Konsepsi mengenai framing dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa

dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. Berikut ini adalah empat penjelasan Entman mengenai konsepsi framing.

Pertama, pedefinisian masalah (*define problems*) elemen ini merupakan frame yang paling utama. Frame tersebut menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Bagaimana peristiwa tersebut dipahami secara berbeda dan dan bingkai yang berbeda ini menyebabkan realitas yang berbeda.

Kedua, memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*) merupakan framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab ini bisa berupa apa (*what*), tetapi bisa berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Ketiga, membuat keputusan moral (*make moral judgement*) adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika suatu masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Keempat, menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah framing dengan menggunakan konsep Dahinden. Dengan melihat *Define problems, diagnose causes, make moral judgement, treatment recommendation* Pada sebuah teks berita. Penelitian ini bersifat kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran dan pemahaman bagaimana suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi. Fokus penelitian ini adalah *Tribunnewsbogor.com* dan *Ks.com*. dengan mencari berita –berita terkait isu akulturasi kampung KNG Cisarua Bogor sepanjang tahun 2015-2016.

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan juga data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil observasi teks pada berita dan lapangan. Selain itu penelitian ini juga diperoleh data dengan cara pengumpulan studi pustaka yang relevan dalam penelitian ini. Studi pustaka diperoleh melalui berbagai sumber, mulai dari sumber buku sampai dengan sumber *online*. Melakukan analisis data satu persatu terhadap framing substansi dengan menggunakan coding sheet yang digunakan peneliti. Dari sinilah akan dapat diamati bagaimana wartawan menyusun peristiwa akulturasi di Kampung KNG dalam bentuk berita. Dari hasil coding sheet tersebut peneliti mulai menganalisis teks dan gambar, kemudian menyajikannya data tersebut dalam bentuk kalimat. Kemudian peneliti membandingkan antara *TsBr.com* dan *Ks.com* berdasarkan temuan-temuan yang didapat dalam hasil framing. Setelah itu peneliti melakukan analisis terhadap kedua berita konflik tersebut dengan menggunakan pendekatan teoritis dan konsep yang sudah. Dijabarkan pada kerangka pemikiran. Terakhir semua proses terlewati penelitian ini akan menyajikan data hasil pengamatan berupa kalimat dan gambar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Framing *Ks.com* yang berjudul “Turis AB Serbu PNC, Musim Kawin Kontrak Dimulai” lebih menekankan pada *frame* konflik yang ditandai dengan munculnya pemberitaan yang menjelaskan bahwa kedatangan turis TT ke kawasan PNC membawa dampak negatif

secara sosial bagi warga sekitar, salah satunya adalah melakukan kawin kontrak dengan biaya antara Rp 5 juta sampai Rp 10 juta. Fenomena kawin kontrak ini termasuk dalam kategori konflik nilai budaya dan moral yang bertentangan dengan norma dan budaya bangsa Indonesia. Selain kawin kontrak, konflik lain yang disebabkan oleh kedatangan turis TT adalah memunculkan aksi kriminalitas. Pernyataan tersebut didukung oleh *frame* personalisasi dari Kapolsek CSR AKP HH. Kedua permasalahan tersebut juga dapat dikaitkan dalam *frame* moral, etika, dan hukum. Untuk *frame* hukum terlihat ketika pihak kepolisian telah menggelar razia dan memperketat pengawasan terhadap perilaku para wisman AB tersebut.

Selain *frame* konflik, *frame* ekonomi juga tampak dominan dalam pemberitaan di atas. Hal itu ditunjukkan pada berita tentang kedatangan turis TT meningkatkan perekonomian warga Kampung KNG, seperti penyewaan sejumlah tempat penginapan dan rental mobil semakin laku. Warga juga memanfaatkan kesempatan tersebut dengan membuka usaha makanan asal TT sehingga dapat menambah penghasilan warga sekitar. Selain itu, *frame* ekonomi juga ditandai dengan adanya berita tentang turis AB yang berlibur di kawasan PNC bisa menghabiskan Rp 3-5 juta per hari untuk berbelanja, makan, minum, transportasi, dan lain-lain.

Sementara itu, hal-hal yang bersifat sampingan bisa dilihat pada *frame* kemajuan yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah kedatangan wisatawan asing ke kawasan PNC, Kabupaten Bogor. Sedangkan *frame* personalisasi yang digunakan cenderung berisi pendapat dari narasumber yang merupakan warga Kampung KNG, sekretaris HPI Kabupaten Bogor, dan Kapolsek CSR AKP HH. *Framing* berita *Ks.com* yang berjudul “Dari KNG Aspal sampai Kampung AB” lebih menekankan pada *frame* kemajuan yang terjadi di sekitar kawasan PNC. Perkembangan industri pariwisata dari TT di kawasan PNC juga mengiringi kemajuan pembangunan infrastruktur daerah dan berbagai fasilitas wisata, seperti: hotel, vila, restoran, transportasi, salon, toko cinderamata dan lain-lain. kekhawatiran akan terjadinya pergeseran nilai budaya Indonesia yang secara perlahan mulai terkikis.

Dari *frame* moral, etika, dan hukum yang ingin ditampilkan adalah keprihatinan terhadap perilaku warga sekitar yang memprotes tindakan aparat kepolisian dalam melakukan razia kepada turis TT terkait perempuan (pekerja seks). Protes dilakukan dengan alasan turis yang berkunjung ke kawasan PNC menjadi berkurang sehingga usaha mereka pun sepi pengunjung. Sementara itu, besar penghasilan yang diperoleh warga sekitar dari kedatangan turis TT dapat dilihat melalui *frame* ekonomi yang menyebutkan bahwa harga sewa penginapan berkisar Rp 800.000 – Rp 1.500.000 per malam. Penukaran uang ke rupiah bisa tembus Rp 500 juta per hari. Secara keseluruhan, perputaran uang diperkirakan mencapai Rp 1,5 miliar per hari, yang 70% diantaranya hanya berputar di Warung KNG. Selanjutnya pada *frame* kemajuan terlihat pada berita yang mengangkat tentang popularitas PNC sebagai destinasi wisata para turis asal TT sehingga muncul berbagai tempat usaha di kawasan tersebut.

Framing berita *Ks.com* yang berjudul “Hamil 3 Bulan Nekat Kawin Kontrak” lebih menekankan pada *frame* ekonomi. Hal ini ditunjukkan pada bingkai berita tentang alasan para wanita melakukan kawin kontrak adalah mereka membutuhkan uang untuk menghidupi keluarganya. Masalah perekonomian yang sulit menjadi penyebab utama para wanita tersebut terpaksa terjun ke ‘dunia gelap’. Berdasarkan pemberitaan di atas, jumlah uang yang diterima dari hasil kawin kontrak tersebut cukup besar yaitu berkisar 5-7 juta

per minggu. Jumlah pendapatan akhir yang diterima oleh si wanita tergantung pada lamanya waktu kontrak pernikahan dan dipotong 30% untuk Mami.

Selanjutnya bingkai berita yang dominan pada pemberitaan di atas adalah *frame* personalisasi dari para wanita yang menjalani kawin kontrak yang mengemukakan opininya atas kawin kontrak yang harus ia jalani untuk mendapatkan uang agar bisa membiayai kehidupan keluarganya. Selain itu, ada pula pembingkaiian berita berdimensi personalisasi dari Camat CSR yang menunjukkan keprihatinan dirinya melihat kenyataan bahwa wanita yang menjalani kawin kontrak itu berasal dari luar Kecamatan CSR.

Sementara itu dari *frame* moral, etika, dan hukum ditandai dengan adanya sanksi bagi para wanita yang tertangkap oleh pihak berwajib, yaitu dengan menulis data diri dan surat pernyataan tidak akan kembali lagi menghuni kawasan PNC untuk menjajakan diri dan melakukan kawin kontrak serta diberikan bimbingan rohani agar mereka secara sadar siap memperbaiki kesalahannya dan kembali ke jalan yang benar. Sedangkan dari segi hukum, dalam pemberitaan tersebut menjelaskan bahwa para wanita yang hendak melangsungkan kawin kontrak dengan turis TT itu tertangkap razia petugas gabungan Desa TU, Kepolisian Sektor CSR, dan Koramil CSR.

Framing berita *Ks.com* yang berjudul “Kadang Tukang Ojek Pun Jadi Penghulu” lebih menekankan pada *frame* moral, etika, dan hukum yang ditandai dengan adanya pemberitaan tentang tujuan kedatangan turis asal TT ke PNC selain berlibur adalah untuk berkencan dengan wanita pribumi hingga melakukan kawin kontrak. Pelaksanaan kawin kontrak hanya dilakukan dengan uang mahar antara Rp 2,5 juta dan Rp 3 juta dan dinikahkan oleh ‘penghulu palsu’, maka ‘sahlah’ bagi melakukan hubungan suami istri. Setelah masa perkawinan selesai, si wanita akan diceraikan. Dari aspek moralitas, fenomena ini sangat memprihatinkan. Kawin kontrak ini seakan hanya untuk mencari kesenangan para lelaki saja tanpa melihat akibatnya untuk seorang wanita. Bahkan dalam aspek hukum, kawin kontrak tersebut sulit dibuktikan karena tidak ada perjanjian tertulis di atas kertas bahwa pasangan telah melakukan kawin kontrak.

Selain *frame* moral, etika dan hukum, pemberitaan di atas juga menggunakan *frame* personalisasi dari seorang warga biasa yang tinggal di Desa TU. Ia sudah banyak mengenyam seluk beluk kehidupan warga TT di kawasan PNC sehingga ia mampu menjelaskan apa yang terjadi di sana. Di balik keprihatinan aspek moral yang ditonjolkan, berita ini juga menampilkan *frame* ekonomi yang menekankan pada dampak positif kedatangan turis TT terhadap perekonomian warga di kawasan PNC yang semakin membaik, terutama bagi para pelaku usaha. Turis asing tersebut memberikan keuntungan ekonomi bagi warga sekitar karena mereka membutuhkan pelayanan akomodasi, transportasi, makanan, hiburan, dan pelayanan lainnya.

Framing berita *TsBr.com* yang berjudul “Banyak Janda Muda Korban Kawin Kontrak di PNC” lebih menekankan pada *frame* konflik yang ditandai dengan adanya pro-kontra dari masyarakat terhadap praktik kawin kontrak tersebut yang masih menjadi perdebatan hingga sekarang ini. Hal itu terlihat pada *frame* personalisasi yang digunakan dalam berita di atas. Sebagian pihak menilai praktik tersebut tidak merugikan, karena wanita yang menjalani kawin kontrak perekonomiannya bisa terbantu. Tapi sebagian orang menilai, kawin kontrak justru lebih banyak merugikan khususnya wanita.

Dalam pemberitaan di atas juga menggunakan *frame* ekonomi yang terlihat dari penjelasan

mengenai status perekonomian wanita yang melakukan kawin kontrak pada umumnya berasal dari kalangan menengah bawah. Dengan iming-iming bayaran mulai dari Rp 5 - 20 juta, para orang tua rela melepas anaknya untuk dikawinkan secara siri dengan pria TT. Selanjutnya dari *frame* moral, etika, dan hukum ditonjolkan berita tentang wanita yang menjalani kawin kontrak biasanya memiliki rentang usia antara 16 - 20 tahun. Keadaan tersebut dapat merusak moral generasi muda dimana yang seharusnya mereka lakukan di usia demikian adalah belajar serta menuntut ilmu demi masa depan mereka yang lebih baik. *Framing* berita *TsBr.com* yang berjudul “Ini Kisah Susi Yang 11 Kali Kawin Kontrak di PNC” lebih menekankan pada *frame* ekonomi. Hal ini ditunjukkan pada bingkai berita tentang perekonomian yang sulit menjadi penyebab utama para wanita bersedia melakukan kawin kontrak dengan turis asal TT. Jumlah pendapatan yang diterima oleh si wanita juga cukup besar tergantung dari lamanya waktu kontrak pernikahan, tetapi juga harus dipotong bayaran untuk Mami. Selain itu, dalam bingkai ekonomi juga ditandai pada bingkai pemberitaan tentang dengan uang mahar antara Rp 2,5 – 3 juta dan adanya ‘amil palsu’ yang cukup dibayar Rp 250.000, maka ‘sahlah’ perkawinan kontrak tersebut.

Selain *frame* ekonomi, *frame* moral, etika, dan hukum juga ditonjolkan dalam berita di atas. Dari aspek moral sungguh memprihatinkan bahwa seorang wanita di kawasan PNC sudah menjalani kawin kontrak sebanyak 11 kali di usianya yang masih muda yaitu 18 tahun. Kesadaran akan nilai-nilai moral juga masih rendah karena si wanita tidak merasa dirinya bersalah telah melakukan kawin kontrak yang bertentangan dengan hukum dan agama. Sementara dari aspek hukum, pada berita di atas ditunjukkan bahwa petugas gabungan Desa TU dan pihak kepolisian melakukan razia dan berhasil menangkap delapan orang wanita yang hendak melakukan kawin kontrak di sebuah vila.

Selanjutnya *frame* personalisasi dalam berita di atas menggunakan individu-individu sebagai bingkai beritanya. Yang pertama dari wanita yang menjalani kawin kontrak berpendapat bahwa para lelaki turis TT yang datang ke kawasan PNC membutuhkan penyaluran seks sehingga muncullah istilah kawin kontrak. Yang kedua dari warga biasa yang sudah banyak mengenyam seluk beluk kehidupan turis TT di kawasan PNC dan ia membenarkan bahwa praktik kawin kontrak itu sudah terjadi sejak puluhan tahun yang lalu dan didominasi oleh warga AB. Selain itu, *frame* konflik yang muncul pada berita di atas terlihat pada dampak dari pernikahan dini yang dilakukan oleh Susi yang bersedia menjalani kawin kontrak di usia remajanya membuatnya *stress* karena berhenti sekolah dan ditinggalkan oleh ‘suaminya’ dapat memicu terjadinya konflik batin.

Framing berita *TsBr.com* yang berjudul “Transaksi Kawin Kontrak Dilakukan di Hotel Berbintang” lebih menekankan pada *frame* moral, etika, dan hukum. Hal ini ditunjukkan pada bingkai berita tentang orang tua mereka sendiri yang mengantarkan dan menemani anak perempuannya untuk melakukan kawin kontrak dengan turis TT di dalam kamar hotel. Pada umumnya, orang tua adalah pelindung bagi anak-anaknya tetapi dalam kasus ini orang tua justru mendukung anak melakukan perbuatan yang bertentangan dengan moral di masyarakat karena tekanan ekonomi. Secara hukum, perkawinan kontrak seperti itu juga tidak sah karena selama ini orang yang mengawinkan lebih banyak palsu.

Selanjutnya bingkai berita berdimensi individu menggunakan *frame* personalisasi dari seorang warga biasa yang mengetahui tentang seluk beluk praktik kawin kontrak tersebut. Ia menjelaskan bahwa praktik kawin kontrak saat ini lebih banyak dilakukan di daerah asal wanita yang akan dinikahinya, misalnya di CJR atau SKBM. Melalui perantara agen, turis AB itu dibawa ke wanita yang akan dinikahinya, kemudian di depan orang tua si wanita

dan disaksikan para saksi dan adanya amil, maka kawin kontrak pun dilaksanakan. Sedangkan pada *frame* ekonomi ditunjukkan pada berita mengenai adanya transaksi kawin kontrak yang biasanya dilakukan di hotel berbintang.

Framing berita *TsBr.com* yang berjudul “Penggemar Kawin Kontrak di PNC Dari Pengusaha Sampai Tentara” lebih menekankan pada *frame* ekonomi. Hal ini ditunjukkan pada bingkai berita tentang berbagai tingkatan ekonomi dan profesi para turis TT yang datang ke PNC untuk berlibur dan bersenang-senang di kawasan berhawa sejuk itu. Kedatangan turis asing tersebut membawa keuntungan ekonomi kepada para pelaku usaha di PNC, salah satunya pemilik vila. Selain itu, bingkai berita ekonomi dalam berita di atas juga ditandai adanya dengan uang mahar antara Rp 2,5 – 3 juta dan ‘amil palsu’ yang cukup dibayar Rp 250.000, para pasangan sudah bisa melakukan kawin kontrak.

Sementara itu pada *frame* moral, etika, dan hukum ditandai dengan adanya pemberitaan tentang tujuan kedatangan turis asal TT ke PNC selain berlibur adalah untuk berkencan dengan wanita pribumi hingga melakukan kawin kontrak. Setelah masa perkawinan selesai, si wanita akan diceraikan. Dari aspek moralitas, fenomena ini sangat memprihatinkan karena kawin kontrak ini seakan hanya untuk mencari kesenangan para lelaki saja tanpa melihat akibatnya untuk seorang wanita. Bahkan dalam aspek hukum, kawin kontrak tersebut sulit dibuktikan karena tidak ada perjanjian tertulis di atas kertas bahwa pasangan telah melakukan kawin kontrak. Sedangkan dari *frame* konflik, adanya keinginan untuk terhindar dari tuduhan perzinahan dan tidak mampu menahan hawa nafsu menjadi benih awal munculnya konflik dalam masyarakat Indonesia yang menentang praktik kawin kontrak tersebut.

Dalam pemberitaan di atas juga menggunakan *frame* personalisasi dari individu yang merasakan langsung fenomena kawin kontrak yang berlangsung di kawasan PNC. Menurutnya, praktik kawin kontrak ini sudah terjadi sejak puluhan tahu lalu dan turis asal TT yang berlibur ke PNC bukanlah orang sembarangan di negaranya, yaitu mulai dari pengusaha, karyawan swasta, pegawai pemerintah, atlet bahkan tantara. Hampir 80% mereka adalah orang hebat di negaranya, sedangkan 20% lainnya merupakan warga biasa. Sementara itu, hal-hal yang bersifat sampingan bisa dilihat pada *frame* kemajuan yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah kedatangan wisatawan asing ke kawasan PNC. *Framing* berita *TsBr.com* yang berjudul “Kapolsek CSR: Kawin Kontrak Itu Pakai Urat, Bukan Surat” lebih menekankan pada *frame* moral, etika, dan hukum. Operasi penertiban yang dilakukan oleh pihak kepolisian menunjukkan bahwa adanya upaya hukum yang dijalankan untuk mengurangi praktik kawin kontrak tersebut. Selain itu, penegasan akan adanya penangkapan langsung terhadap para pelaku jika ada laporan dari warga juga termasuk dalam tindakan hukum untuk memberikan efek jera terhadap para pelaku yang terlibat dalam pernikahan yang tidak sah itu. Upaya tersebut diungkapkan secara langsung oleh Kapolsek CSR, Oleh karena itu, *frame* personalisasi yang digunakan dalam pemberitaan di atas mengambil sudut pandang dari kepolisian yang merupakan bagian dari instansi pemerintah daerah.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis keseluruhan bahwa *Ks.com* dalam memberitakan isu akulturasi Kampung CSR Bogor terlihat lebih menekankan kepada personalisasi dari individu yang terlibat. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab 2, personalisasi merupakan pandangan atau perspektif dari personal atau individu yang terlibat. Kemudian *Ks.com* kurang

menonjolkan tentang moral, etika, atau hukum dalam berita yang mengandung akulturasi tersebut. Namun demikian Ks.com juga menggambarkan bahwa untuk masuk kedalam masyarakat akulturasi tersebut harus melewati beberapa konflik dalam kehidupan sosial. Dalam *framing TsBr.com* dalam memberitakan isu akulturasi Kampung CSR Bogor terlihat lebih menonjolkan sisi moral, etika, dan hukum. Berita *TsBr.com* lebih menggambarkan bahwa untuk masuk kedalam masyarakat akulturasi tersebut harus melewati beberapa masalah tentang moral, etika, dan hukum.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang didanai dari Universitas Tarumanagara melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut mengucapkan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungannya. Juga penghargaan kepada seluruh narasumber yang telah memberi kontribusi sangat besar bagi penelitian ini.

REFERENSI

- Abrar, A. N. (2005). *Penulisan berita*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Berger, L. P. (1990). *Tafsir sosial atas kenyataan risalah tentang sosiologi pengetahuan*. Jakarta: LP3ES
- Eriyanto (2011). *Analisis framing konstruksi, ideologi, dan politik media*. Bantul: LKIS Yogyakarta.
- Eriyanto (2008). *Analisis wacana pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.
- Luhman, N. (2000). *The reality of the mass media*. Cambridge: Polity Press.
- Paramita, S. (2013). *Konstruksi berita konflik mesuji dan Lampung Selatan Di TV One (Analisis Framing Berita Konflik Mesuji Dan Berita Konflik Lampung Selatan Dalam Siaran Tv One 2011-2012)*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sobur, A. (2002). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Shoemaker, P. & Reese, S.D. (1996). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. 2nd Ed. New York, NY: Longman.
- Wahyuni, H. I. (2008). Kecenderungan “framing” media massa Indonesia dalam meliput bencana sebagai media event. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11(3). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Politik Universitas Gajah Mada.