

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kasus simulasi SIM yang melibatkan antara KPK dan POLRI dalam memperebutkan kewenangan dalam menyelidiki kasus seolah-olah menjadi makanan empuk bagi awak media. Terlebih dalam perebutan ini juga melibatkan SBY untuk segera mengambil sikap. Berbagai wacana telah dipublikasikan mengenai SBY terkait kasus ini. Langkah SBY yang sepertinya menunda-nunda dalam memberikan sikap menjadi “barang bagus” bagi media. Dari masing-masing media memberikan wacana menurut kepentingan masing-masing media.

Konflik KPK-Polri bermula ketika penyidik KPK menemukan fakta ada yang tidak beres pada dalam tubuh Polri terkait proses pengadaan mesin simulasi SIM. Kopol Baswedan yang merupakan anggota dari tim penyidik KPK juga bagian dari anggota Polri. Penyidik KPK menemukan adanya indikasi penggelapan dana yang dilakukan oleh petinggi Polri. Namun niat hati ingin memberantas korupsi, kopol Baswedan malah digrebeg oleh kepolisian dengan dalih bahwa kopol Baswedan terlibat dalam kasus yang terjadi 4 (empat) tahun yang lalu. Dari penggrebekan inilah berawalnya konflik antara KPK-Polri. Polri ingin menuntaskan kasus yang melibatkan kopol Baswedan, namun dipihak KPK ingin

mempertahankan kompol Baswedan sebagai bagian dari tim penyidik. Selain itu Polri juga ingin mengambil alih dalam penanganan kasus simulasi SIM. Sehingga KPK-Polri terlibat dalam perebutan kewenangan dalam penanganan kasus simulasi SIM. Dalam konflik KPK-Polri tersebut tentunya sikap SBY menjadi hal penting guna menyelesaikan masalah yang melibatkan dua lembaga hukum Indonesia tersebut. Mengingat KPK dan Polri merupakan lembaga yang berada dalam naungan langsung dari seorang presiden. Sikap SBY tersebut menjadi perbincangan hangat yang dilaporkan oleh berbagai media.

Informasi yang dipublikasikan oleh media merupakan kepentingan dari pemilik media. Hal ini sangatlah wajar, karena media di Indonesia dikuasai oleh beberapa orang saja. Dari orang-orang tersebut ada yang mempunyai kepentingan bisnis, sosial ataupun politik. Sehingga beberapa media seolah-olah membuat berita yang menyudutkan pihak tertentu. Namun hal ini memang sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Robert N Entman yaitu penyeleksian materi informasi atau berita yang dipublikasikan oleh media. Penyeleksian tersebut berdasarkan kepentingan masing-masing pemilik media. (Eriyanto, 2005:185-186)

Media yang ada di Indonesia ini hanyalah milik dari segelintir orang saja. Sehingga semua yang ditampilkan media sesuai dengan kepentingan masing-masing pemilik. Dunia politik juga tak luput menjadi kepentingan konglomerasi media. Sebagai contoh Aburizal Bakrie yang berkibar dengan Viva Group mampu mendongkrak citranya sebagai tokoh politik. Surya Paloh dengan Media Indonesia

(MI)-nya juga berhasil membangun sebuah parpol. Dengan singkat parpol bentukan Surya Paloh menjadi populer di telinga masyarakat. Terlebih lagi sekarang MI bergabung dengan MNC Group. Seolah-olah pola pikir masyarakat Indonesia, Surya Paloh-lah yang membentuknya.

Konglomerasi media adalah sebuah fakta yang tidak bisa disangkal pada masa ini. Sebenarnya fungsi utama media merupakan informasi hiburan, edukasi, dan persuasi. Namun dengan adanya konglomerasi media, tayangan atau apaun yang ditampilkan media juga tak lepas dari kepentingan pemilik media tersebut. Kepentingan dari pemilik media juga bermacam-macam. Ada yang mempunyai kepentingan bisnis dan kepentingan politik. (Swarnawati, 2012)

Bukan rahasia lagi, konglomerasi media ini berdampak pada karier politik seseorang. Sudah menjadi rahasia umum bahwa Bakrie dan Surya Paloh merupakan dua tokoh politik di Indonesia yang sama-sama memiliki media. Masing-masing dari mereka juga berambisi untuk ikut serta dalam pemilihan presiden 2014 mendatang. Seperti yang terlihat, secara gamblang mereka menghiasi media mereka dengan kepentingan-kepentingan politik mereka masing-masing. Media yang mereka miliki diisi dengan hal-hal yang menguntungkan mereka masing-masing.

Sebagai contoh pada media *online* yang mereka kuasai menampilkan berita dengan versi mereka masing-masing. Bakrie dengan vivanews.com dan Surya Paloh dengan okezone.com seolah olah berlomba-lomba mencari simpati dari masyarakat.

Dengan terang-terangan memberitakan SBY sesuai dengan kepentingan kedua *bos* media tersebut. (Hakim, 2012)

Okezone.com dan vivanews .com merupakan portal berita yang sudah cukup lama dalam urusan menyediakan informasi kepada publik terutama masyarakat Indonesia. Telah menjadi pengetahuan umum bahwa kedua portal berita ini adalah milik dari dua orang tokoh politik yang cukup berpengaruh dalam dunia politik Indonesia. Selain itu okezone dan vivanews merupakan portal berita yang sudah familiar ditelinga masyarakat. Kehadiran kedua portal berita ini mempunyai pengaruh dalam kehidupan politik di Indonesia. Kita bisa lihat pemberitaan mengenai Presiden Susilo Bambang Yudoyono terkait dengan kasus simulasi SIM oleh Irjen Djoko. Setiap media memberitakan dengan sudut pandang masing-masing. Bagaimana pembingkaiian pemberitaan dari setiap media yang ada. Bukan rahasia umum lagi bahwa pemilik kedua media ini mempunyai hubungan yang kurang harmonis kepada presiden SBY.

Pada tanggal 6 Oktober 2012, vivanews.com memposting berita yang berjudul “**Presiden SBY Segera Bersikap Soal Konflik KPK-Polri**”. Pemberitaan tersebut seperti hanya membuat klarifikasi tentang SBY. Berbeda dengan pemberitaan yang ada pada okezone.com yaitu “**Presiden SBY Dicurigai Nikmati Kegaduhan KPK-Polri**”, disini seolah-olah pihak okezone ingin menyudutkan posisi SBY sebagai Presiden. Seperti layaknya media massa lainnya, internet juga mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan politik. Apalagi saat ini berbagai kalangan dengan mudahnya

mengakses internet, sehingga pengaruh internet sangatlah besar dibanding dengan media massa lainnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, media *online* atau internet telah menjadi media yang populer dikalangan masyarakat. Bahkan bagi masyarakat modern, internet telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan mereka. Bagi masyarakat modern, mengakses internet adalah suatu rutinitas yang tidak bisa ditinggalkan.

Kepopuleran media *online* ini juga dimanfaatkan oleh perusahaan media untuk ikut terjun dalam dunia *online*. Menyediakan layanan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Berbagai portal berita juga muncul ditengah-tengah perkembangan media *online*. Dengan media *online* jurnalis lebih mudah dan cepat dalam menyebarkan berita yang didapat. Begitu juga dengan *audience* sewaktu-waktu bisa mendapatkan berita secara cepat dan terpercaya.

Berita dalam pandangan Fishman bukanlah refleksi atau distorsi dari realitas yang seakan berada di luar sana. Titik perhatian tentu saja bukan apakah berita merefleksikan realitas atau apakah berita distorsi atau realitas. (Eriyanto, 2005:100).

Realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih mendapatkan perhatian dan mempengaruhi khalayak dalam memahami sebuah peristiwa. Karena itu, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain serta

menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana. (Sobur, 2001:164)

Dari penelitian relevan yang berjudul “Pembingkai Berita Kerusuhan Warga Dengan Jamaah Ahmadiyah Di Pandeglang Banten (Studi Analisis *Framing* Kerusuhan Warga Dengan Jamaah Ahmadiyah Pada Situs Berita Vivanews.com dan Okezone.com Periode 06 Februari s.d 09 Februari 2011)” yang diteliti oleh Indra Wardhana pada tahun 2011, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dari judul tersebut rumusan yang dipilih adalah “Bagaimanakah situs berita okezone.com dan situs berita vivanews.com membingkai berita kasus kerusuhan massa dengan Jamaah Ahmadiyah yang menewaskan tiga orang di Pandeglang, Banten periode 06 Februari 2011 sampai 09 Februari 2011?”. Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* dengan perangkat analisis Robert N. Entman. Teori yang digunakan adalah teori-teori yang proses produksi berita dipandang dari perspektif konstruktivis. Kemudian dianalisis menggunakan empat perangkat *framing* model Robert N. Entman. Hasil dari analisis ini menyatakan bahwa kedua media memiliki *frame* yang berbeda dalam menyikapi kasus kerusuhan warga dengan dengan jama'ah Ahmadiyah. Disimpulkan bahwa masing-masing media memiliki perbedaan dalam membingkai berita sebuah peristiwa. Okezone.com menganggap bahwa kerusuhan di Pandeglang, Banten ini wargalah sebagai biang kerusuhan. Namun disisi lain vivanews.com menganggap kerusuhan itu disebabkan oleh jama'ah Ahmadiyah.

Penelitian relevan yang kedua dengan judul “Analisis *framing* Media (Analisis *framing* Pemberitaan Sekretariat Gabungan di Harian Media Indonesia Periode Mei-Desember 2010” yang ditulis oleh Kukuh Apriyanto pada tahun 2011, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dari judul tersebut rumusan masalah yang dipilih adalah “Bagaimana *framing* pemberitaan tentang Sekretariat Gabungan (Koalisi Partai Pro Pemerintah) di Harian Media Indonesia?”. Disini peneliti menggunakan metode analisis *framing*, peneliti mencoba menganalisis permasalahan melalui teks berita dan wawancara mendalam dengan redaksi media yang terlibat dalam peliputan. Hasil dari penelitian ini adalah Sekretariat Gabungan dianggap sebagai salah satu permasalahan yang penting diberitakan di Harian Media Indonesia. Harian Media Indonesia dalam setiap beritanya yang berkaitan dengan Sekretariat Gabungan selalu memberikan penilaian yang negatif kepada Aburizal Bakrie.

Dari kedua penelitian relevan tersebut bisa disimpulkan bahwa pembingkaiian berita tentang SBY pada kedua situs berita tersebut layak untuk dijadikan bahan penelitian karena pembingkaiian berita pada sebuah satu media tidak akan sama dengan pembingkaiian berita pada media lainnya. Penelitian ini akan mengangkat berita yang dipostingkan pada tanggal 06 Oktober 2012 s.d 10 Oktober 2012.

Alasan peneliti memilih periode tersebut karena berita mengenai sikap SBY ini mulai muncul ada tanggal 6 Oktober 2012, baik di okezone.com maupun vivanews.com. sehingga analisis yang akan dilakukan akan dimulai dari pemberitaan yang terbit pada tanggal 6 Oktober 2012. Pemberitaan mengenai SBY terkait dengan

kasus simulasi SIM berakhir pada tanggal 10 Oktober 2012. Sehingga berita yang akan dianalisis merupakan berita yang terbit dari tanggal 6 Oktober – 10 Oktober 2012. Berita yang dianalisis merupakan berita yang terbit pada okezone.com maupun vivanews.com.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat tema pembingkaiian pemberitaan SBY terkait kasus simulasi SIM pada situs berita okezone.com dan vivanews.com periode 06 Oktober 2012 s.d 10 Oktober 2012.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang diangkat adalah :

Bagaimana pembingkaiian pemberitaan mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM pada situs berita okezone.com dan vivanews.com periode 06 Oktober 2012 sampai 10 Oktober 2012?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun maka penelitian ini bertujuan untuk menegetahui bagaimana pembingkaiian pemberitaan mengenai sikap SBY

terkait kasus simulasi SIM pada situs berita okezone.com dan vivanews.com periode 06 Oktober 2012 sampai 10 Oktober 2012?.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian analisis *framing* pemberitaan mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM pada situs berita vivanews.com dan okezone.com edisi 06 Oktober 2012 s.d 10 Oktober 2012 adalah:

1. Secara Teoritis

Untuk menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi tentang metode penelitian kualitatif umumnya dan analisis *framing* pada khususnya. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan agar penulis maupun pembaca memperoleh pengetahuan tentang cara media membingkai realitas sosial yang digunakan media dalam membingkai realitas sosial mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM pada tahun 2012.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang ingin melakukan penelitian tentang analisis teks media terutama yang menggunakan analisis *framing*.

- b. Dapat menjadi masukan bagi jurnalis serta media yang terkait dalam mengkonstruksikan realitas sosial yang disampaikan melalui berita.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya merupakan cara manusia untuk bersosialisasi pada kehidupan sosial. Berbagai aktivitas dalam kehidupan sosial selalu menggunakan apa yang dinamakan komunikasi. Komunikasi sering diperbincangkan oleh berbagai kalangan, baik dikalangan awam maupun kalangan ilmuwan komunikasi. Dari seringnya perbincangan tentang komunikasi, komunikasi sendiri memiliki terlalu banyak makna yang berlainan antara satu dengan yang lainnya. Namun semua definisi tentang komunikasi tidak ada yang salah. Semua definisi komunikasi harus dilihat dari segi manfaat untuk menjelaskan fenomena yang terjadi disekitar.

Deddy Mulyana (2008), mendefinisikan komunikasi secara sempit dan luas. Secara sempit komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik. Sedangkan secara luas komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih. Namun Barnard Berelson dan Gary A Steiner, dua orang tokoh komunikasi mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar-gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi”. (Mulyana, 2008 : 68)

Dalam sebuah teori pasti tidak semua orang setuju dengan apa yang telah diungkapkan selama ini. Setiap orang berhak mengemukakan pendapat masing-masing. Hal itulah yang terjadi pada teori komunikasi. Banyak teori yang menyatakan sependapat dengan teori-teori pada umumnya. Namun tidak sedikit ahli komunikasi yang mengartikan komunikasi dari sudut pandang yang berbeda. Mereka melihat komunikasi dari perspektif kritis. (Littlejohn, 2009:68)

Komunikasi dalam perspektif kritis berbeda dengan definisi komunikasi pada umumnya. Disini lebih melihat pada kaum minoritas yang terjadi dalam kehidupan sosial. Komunikasi dalam perspektif kritis memiliki tiga keistimewaan pokok. *Pertama*, mencoba memahami sistem yang sudah dianggap benar, struktur, kekuatan dan ideologi yang selama ini mendominasi masyarakat. Para ahli komunikasi kritis ini melihat apa saja yang ada dibalik dari ideologi yang selama ini dibentuk dan mendominasi masyarakat. *Kedua*, lebih berpihak pada kaum yang tertindas dimana para ahli akan mencoba membuka kondisi sosial orang-orang yang selalu menindas, menghapus ilusi ideologi dan membatasi kekuatan yang selalu berperan untuk menindas. *Ketiga*, menciptakan kesadaran atas ideologi yang sudah mendominasi dan menggabungkan antara teori dengan kehidupan yang sebenarnya. Komunikasi dalam perspektif kritis lebih berpihak kepada kaum yang terpinggirkan. (Littlejohn, 2009:68-69)

Komunikasi dalam perspektif kritis ini banyak dipengaruhi oleh karya-karya di Eropa, feminisme Amerika, kajian-kajian post-modernisme dan post-kolonialisme. Lebih sering membahas mengenai wacana atau teks yang

membentuk dan mempertahankan kekuatan, meruntuhkan cita-cita atau harapan kelas-kelas tertentu. Teori kritis yang sangat berpengaruh hingga kini adalah: marxisme, *the Frankfurt School of Critical Theory*, post-modernisme, kajian budaya, post-strukturalisme, kajian feminis dan post-kolonialisme. (Littleton, 2009:69)

2. Komunikasi Massa

a. Definisi komunikasi massa

Komunikasi terbagi dalam berbagai level, salah satu level komunikasi adalah komunikasi massa. Komunikasi massa memiliki banyak sekali definisi dan semua definisi itu dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Namun dari semua definisi itu mempunyai benang merah kesamaan definisi satu sama lain.

Nurudin (2009) mengungkapkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Hal ini dikarenakan awal perkembangan komunikasi massa berasal dari kata *media off mass* (media komunikasi massa). Media yang dimaksud disini adalah yang dihasilkan oleh teknologi modern. Jadi media disini lebih menekankan pada hasil produk teknologi modern. (Nurudin, 2009:3-4)

Menurut John R Bitner yang ditulis oleh Nurudin (2009) komunikasi massa adalah komunikasi yang membutuhkan *gatekeeper* yang berfungsi

sebagai penghubung untuk menyampaikan informasi dari satu individu ke individu lainnya melalui media massa. Komunikasi massa juga melibatkan unsur-unsur yang ada dalam komunikasi. Media tidak dapat berdiri sendiri, karena dalam sebuah media terdapat individu-individu yang bertugas sesuai dengan bagiannya. (Nurudin, 2009:6-7)

Dalam komunikasi massa dibutuhkan media massa. Hal ini bersifat wajib karena tanpa media massa tidak akan bisa dikatakan komunikasi massa. Media massa dan komunikasi massa adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Keduanya saling berhubungan satu sama lain. Semua yang ditayangkan oleh media massa adalah komunikasi massa. Jadi komunikasi massa dan media massa tidak dapat berdiri sendiri. Tanpa media massa komunikasi massa tidak akan pernah ada begitupun sebaliknya.

b. Ciri-ciri komunikasi massa

Untuk membedakan komunikasi massa dengan level komunikasi lainnya, komunikasi massa mempunyai ciri tersendiri. Dalam buku yang ditulis Nurudin (2009), komunikasi massa mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen
3. Pesannya bersifat umum
4. Komunikasinya berlangsung satu arah
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

(Nurudin, 2009:19-31)

3. Media Massa Sebagai Alat Kekuasaan

Dalam membahas media massa kita tidak akan lepas dari apa yang dinamakan komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan suatu proses sebuah organisasi (lembaga/media) yang menghasilkan dan menyalurkan pesan kepada masyarakat. Dalam proses penyampaian pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami dan dipengaruhi oleh *audience*. (Littlejohn, 2009:405)

Pada artikel klasik Harold Laswell (1948), memberikan pandangannya tentang hal ini. Laswell menyatakan bahwa model komunikasi yang sederhana mempunyai model; siapa, mengatakan apa, disalurkan apa, untuk siapa, dan dengan pengaruh apa. Dengan menggunakan model tersebut Laswell menyusun bagian-bagian sistem komunikasi massa. Dia juga mampu mengidentifikasi tiga fungsi utama dari media. Fungsi yang *pertama* adalah pengamatan (*surveillance*), dimana media dapat memberikan informasi tentang lingkungan. *Kedua* ialah hubungan (*corelation*), yaitu media dapat memberikan pilihan tentang bagaimana memecahkan masalah. Yang *ketiga* adalah transmisi (*transmision*) berupa sosialisasi dan pendidikan. Yang terpenting dari komunikasi massa adalah mampu menyampaikan pesan yang dapat mempengaruhi khalayak dan menggambarkan budaya masyarakat.

Media mampu melakukan itu semua dengan memberikan informasi kepada masyarakat yang heterogen. Dengan kata lain dalam komunikasi massa yang paling penting adalah media. (Littlejohn, 2009:405-407)

Dari waktu ke waktu berbagai metafora penafsiran aspek-aspek media telah diciptakan. Denis McQuail mengacu pada delapan metafora yang pada media. Metafora yang dimaksud ialah media merupakan jendela (*windows*) yang membuat kita bisa melihat dunia luar, penafsir (*interpreters*) sebagai pembantu kita dalam memahami lingkungan, landasan (*platforms*) atau yang menyampaikan pesan/informasi, komunikasi interaktif (*interactive communication*) berupa opini *audience*, penanda (*signposts*) sebagai pemberi intruksi dan petunjuk bagi *audience*, penyaring (*filters*) membagi pengalaman orang lain, cermin (*mirrors*) yang merefleksikan diri kita masing-masing, penghalang (*barriers*) yang menutupi kebenaran dari suatu peristiwa. (Littlejohn, 2009:407)

Joshua Meyrowitz juga memberikan pandangan mengenai metafora media. Ia menggambarkan tiga metafora dalam media, yang *pertama* ialah media sebagai *vessel*, gagasan dalam metafora ini ialah menganggap media merupakan pembawa pesan yang netral. Metafora yang *kedua* ialah media sebagai bahasa (*language*), dalam metafora ini masing-masing dari media mempunyai struktur atau penyusunan kalimat yang berbeda-beda, seperti sebuah bahasa. Metafora yang *ketiga* adalah media sebagai lingkungan (*environment*), pada metafora ini dilandasi oleh gagasan bahwa kita hidup

didalam lingkungan yang penuh dengan informasi yang disampaikan oleh media. (Littlejhon, 2009:407)

Saat ini orang tidak bisa lepas dari apa yang dinamakan sebagai media massa. Orang membutuhkan media massa untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan kata lain, media mempunyai tempat yang istimewa di dalam kehidupan masyarakat.

Di dalam buku yang ditulis oleh Cangara (2006), media adalah seperangkat alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan/menyalurkan pesan/informasi dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. (Cangara, 2006:119-122)

Media massa terbagi dalam dua jenis, yaitu media massa tradisional dan media massa modern. Media massa tradisional ialah media massa yang dalam pengoperasiannya mempunyai organisasi yang jelas, seperti televisi, radio, surat kabar, dll. Sedang media massa modern merupakan media massa yang selalu berkembang sesuai dengan teknologi modern, seperti internet.

Fungsi dari media massa sendiri adalah :

1. Menyampaikan informasi (to inform)
2. Mendidik (to educate)
3. Menghibur (to entertain)

4. Mempengaruhi (to influence)

(Effendy,2003:8)

Disisi lain kepemilikan media merupakan suatu yang berujung pada alat kekuasaan. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai kondisi dan praktik yang diterapkan dalam suatu media. Kuasa media ini ditandai dengan adanya fase produksi dan fase konsumsi. Masing-masing media ada yang secara gamblang menyampaikan informasi namun ada juga yang menyembunyikan fakta. Media tersebut tidak berbohong kepada publik namun mereka tidak menyampaikan apa yang mereka ketahui. Media menyampaikan hal lain kepada publik sesuai dengan tujuan dari pemilik media. (Davis,2010:305-306)

Seperti yang ditulis oleh Hall dkk ;

“Berkaitan dengan pesan yang tersedia melalui televisi, kami mengemukakan bahwa pesan tersebut tidak pernah menyampaikan satu makna saja, sebaliknya pesan tersebut merupakan lokasi dari pluralitas makna, bagaimana salah satu diantaranya lebih disukai dan diberikan kepada para penonton, dibandingkan pesan lainnya, sebagai yang paling tepat. Tindakan lebih menyukai ini merupakan lokasi dari pekerjaan ideologi yang cukup benar.” (Davis, 2010:306)

Penyampaian makna yang dilakukan oleh media dalam suatu tayangan tidak hanya menyampaikan satu makna saja. Namun dibalik sebuah informasi akan ada makna tersembunyi yang coba untuk disampaikan kepada khalayak. Pemilihan teks, gambar, tulisan yang diperjelas (caption) dan pertanyaan wawancara membatasi tentang apa yang akan disampaikan oleh media. Pada akhirnya media merupakan alat kekuasaan yang mampu membentuk pola

pikir masyarakat dengan cara menyajikan informasi yang telah diseleksi sesuai dengan kepentingan pemilik media. (Davis, 2010:306-308)

Kekuatan media bukan hanya sebagai *civil society*, namun juga mempunyai kekuatan politik. Media dapat membentuk hegemoni masyarakat. Praktek ini dapat terlihat pada media yang mengkhususkan program berita sebagai sajian utama. Pemilik media yang sedang berkecimpung dalam dunia politik dapat tampil di media kapanpun yang dia mau sebagai seorang pahlwan. Namun media akan mencerca habis-habisan lawan politiknya. (Ida & Subiakto, 2012:109)

Hakikat media massa sebenarnya adalah menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan dan mempengaruhi. Namun kini para penguasa media memanfaatkan media sebagai kendaraan politik. Yang bisa menarik simpati dari publik. Dengan adanya konglomerasi media seperti ini maka pemberitaan dalam dunia politik tidak akan berimbang.

Noam Chomsky melihat bahwa ada yang tidak beres pada media. Hal ini terlihat ketika mulai dikuasai oleh tokoh yang memiliki kekuatan politik dan uang. Para tokoh politik dan elit bisnis bekerja sama untuk mengatur isi media. Maka hasilnya adalah setiap informasi disusupi kepentingan bisnis dan politik. (Ida & Subiakto, 2012:104)

Herbert Schiler (1989) menyatakan bahwa bukan hanya dunia bisnis saja yang mempengaruhi pilihan khalayak dalam menentukan pilihan terhadap

informasi yang disediakan media. Namun kepentingan politik juga berpengaruh dalam menentukan pilihan khalayak. (Ida & Subiakto, 2012:133)

4. Jurnalistik dalam *New media*

New media atau media baru atau yang sering kita sebut dengan internet merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi. Media baru berbeda dengan media konvensional. Banyak yang beranggapan bahwa media baru itu merupakan bagian dari media konvensional. Padahal keduanya merupakan dua hal yang berbeda.

Menurut Terry Flew (2008):

“New media is a term meant to encompass the emergence of digital, computerized, or networked information and communication technologies in the later part of the 20th century.” (Flew, 2008: 16)

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20.

Sedangkan menurut Martin Lister (2009) menyatakan bahwa *new media* meliputi *new textual experiences, New ways of representing the world, New relationships between subjects (users and consumers) and media technologies, New experiences of the relationship between embodiment, identity and community, New conceptions of the biological body's relationship to technological media, New patterns of organisation and production.* (Lister, 2009:12-13)

Didalam *new media* juga terdapat jurnalisme *online* atau yang sering kita sebut portal berita. Jurnalisme *online* merupakan kegiatan jurnalisme yang menggunakan media *online*. *New media* membawa perubahan yang besar dalam kehidupan. Namun selain *new media* juga ada media konvensional. Media konvensional tersebut meliputi surat kabar, majalah, televisi maupun radio. Dengan media konvensional, khalayak juga dapat memperoleh informasi dengan cepat. Perbedaan *new media* dengan media konvensional yang mencolok adalah waktu mengakses atau mengonsumsi. Media konvensional dikonsumsi sesuai jadwal yang telah ditetapkan oleh media. Namun untuk *new media* dapat dikonsumsi setiap saat sesuai dengan kebutuhan khalayak. (Fenton, 2010:122-123)

Dari kedua media tersebut masing-masing mempunyai kelemahan sendiri. *New media* yang dapat diakses dengan cepat dan informasi dapat sampai kepada khalayak dengan cepat. Namun dalam proses penyampaian informasi juga tidak maksimal. Hal ini dikarenakan informasi yang disampaikan merupakan informasi yang seadanya. Terkadang terdapat kesalahan dalam menyampaikan informasi. Berbeda dengan media konvensional, informasi yang disampaikan dapat dimaksimalkan karena informasi yang akan disampaikan sudah melalui penyaringan dan perbaikan. Namun informasi dari media konvensional tidak dapat dilihat kapan saja. Informasi didapatkan oleh khalayak sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh media.

Salah satu keunggulan *new media* adalah mampu memberikan informasi secara cepat dibandingkan dengan media konvensional. Selain itu informasi yang disajikan juga selalu *up to date*. Sehingga khalayak tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan informasi terbaru tentang suatu peristiwa. Internet juga dapat melakukan perbaikan secara cepat jika terjadi kesalahan pada informasi yang telah ditayangkan. Keunggulan lainnya dari internet ini adalah dimanapun kita dapat mengaksesnya. Kita dapat mengakses internet tanpa harus dirumah, dikantor ataupun ditempat yang ditentukan. Dengan menggunakan fasilitas dari teknologi *gadget* yang semakin canggih, kita dapat mengakses internet dimana pun kita mau. Internet tidak terbatas dimensi waktu dan tempat. (Suryawati, 2011:113)

Secara umum *online* dapat diartikan informasi yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama tersedia jaringan internet. Oleh karena itu wartawan dapat memberikan laporannya kepada publik melalui media *online* dengan cepat tanpa harus menuju kantor dahulu. Dengan adanya unsur *online* inilah yang menjadi kelebihan *new media*. Unsur ini tidak ada pada media lainnya.

Dengan menggunakan media online, wartawan yang memberikan laporan tersebut mendapatkan *feedback* secara langsung dari khalayak. Sehingga dapat dilakukan perbaikan pada laporan tersebut. Hal itulah yang membedakan jurnalistik yang menggunakan media *online* dengan media konvensional. Pada media konvensional wartawan tidak bisa mendapatkan *feedback* secara

langsung. Ini dikarenakan media konvensional sifatnya satu arah saja. Sehingga butuh waktu yang relatif lama untuk mendapatkan *feedback* dari khalayak. (Suryawati, 2011: 113-115)

Namun disisi lain, tingkat kepercayaan dari jurnalistik *online* lebih rendah dibanding media konvensional. Hal ini dikarenakan informasi pada media *online* dengan mudahnya hilang kemudian muncul informasi baru yang sudah mengalami perbaikan.

Dalam buku yang ditulis Indah Suryawati, terdapat perbedaan teknis antara media cetak dengan *new media*. Disini media cetak dijadikan pembanding untuk mewakili media konvensional. Perbedaan teknis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 : Perbedaan teknis media konvensional (media cetak) dengan *new media*

Unsur	Media konvensional	Media <i>online</i>
Pembatasan panjang naskah	Biasanya naskah dibatasi	Tidak ada pembatasan panjang naskah, dikarenakan halaman web bisa memuat naskah sepanjang apapun
Prosedur naskah	Naskah harus disetujui oleh redaksi sebelum dimuat	Sama, namun beberapa media telah memberikan kepercayaan kepada wartawan yang ada dilapangan untuk langsung meng- <i>upload</i> tulisan mereka
<i>Editing</i>	Jika sudah dicetak tidak bisa diperbaiki	Dapat melakukan <i>editing</i> kapanpun, namun biasanya hanya masalah teknis penulisan

Tugas <i>designer</i>	Tiap edisi, <i>designer</i> harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain edisi tersebut	<i>Designer</i> dan programmer cukup bekerja satu kali, yaitu pada awal pembuatan web
Jadwal terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan, dll)	Setiap waktu, tidak ada jadwal khusus.
Distribusi	Harus didistribusikan dahulu baru bisa dibaca oleh khalayak	Setelah di- <i>upload</i> , bisa langsung dibaca

Sumber : Tabel perbedaan teknis media cetak dengan media online

(Suryawati, 2011:122-123)

5. Berita

a. Definisi berita

Berita merupakan hasil dari aktivitas jurnalisme. Untuk menghasilkan berita diperlukan proses yang tidak mudah. Bahkan terkadang seorang jurnalis harus berkorban demi mendapatkan berita yang diinginkan. Hal ini dilakukan para jurnalis agar dapat memenuhi kebutuhan *audience*, yaitu informasi. Dalam bentuk berita inilah informasi yang didapatkan jurnalis akan dipublikasikan melalui media.

Menurut Tom E. Rolnicki dkk (2008), berita bisa didefinisikan sebagai "*hard news*" dan "*soft news*". Sebagai "*hard news*" berarti berita mempunyai arti yang sangat penting bagi khalayak. Namun walaupun mempunyai arti penting "*hard news*" tidak menarik banyak khalayak untuk membaca/menyimaknya karena isi dari "*hard news*" sendiri kurang menarik. Sedangkan berita sebagai "*soft news*" adalah informasi yang

dianggap kurang penting oleh khalayak. Walaupun dianggap kurang penting berita ini juga memberikan informasi penting (Tom E. Rolnicki dkk, 2008:2-3).

Definisi berita yang lain juga terdapat pada buku yang berjudul *Jurnalistik Masa Kini* yang ditulis oleh Dja'far H. Assegaff (1985). Berita didefinisikan sebagai

"Laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan" (Assegaff, 1985:24).

Eric C. Hepwood, seorang Redaktur Cleveland Plain Dealer juga berpendapat bahwa berita adalah laporan pertama dari sebuah peristiwa yang penting yang menarik perhatian khalayak. (Assegaff, 1985:24)

b. Jurnalistik

Tidak bisa dipungkiri bahwa dalam kehidupan sehari-hari masyarakat tidak bisa lepas dari jurnalistik. Jurnalistik tak ubahnya seperti udara yang selalu dibutuhkan manusia untuk bernafas. Memang dizaman yang modern ini manusia selalu membutuhkan informasi yang disediakan oleh pers. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, "jurnalistik adalah kegiatan untuk menyiapkan, meng-*edit*, dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainnya". (Assegaff, 1985:9)

Secara harfiah jurnalistik berasal dari kata *jurnal (journal)*, yang berarti laporan atau catatan. Dalam bahasa Prancis, *jour* yang berarti hari. Kata jurnalistik berasal dari bahasa Yunani Kuno, *du jour* yang berarti hari yang mempunyai makna berita atau kejadian hari ini yang disebarakan dalam lebaran yang tercetak. (Suryawati, 2011:4)

Dalam dunia modern jurnalistik mempunyai definisi sebagai kegiatan (mencari, meng-*edit* dan memilih) yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak melalui media massa. (Assegaff, 1985:11)

Menurut Mac Dougall jurnalistik adalah kegiatan yang mengumpulkan berita, mencari fakta dan mempublikasikan peristiwa yang terjadi. Jurnalistik sangat diperlukan dalam negara demokratis. Tidak bisa dibayangkan jika jurnalistik tidak ada dalam kehidupan kita. Tidak akan ada informasi yang akan kita dapatkan. (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:15-16)

6. *Framing* dalam sebuah pemberitaan

Teks berita yang ditayangkan di media merupakan kontruksi realitas yang dipandang melalui sudut pandang wartawan yang menulis berita. Sebuah berita yang merupakan konstruksi sosial ini bukan merupakan fakta suatu peristiwa yang riil. Suatu peristiwa tidak ditulis seperti apa yang terlihat pada suatu peristiwa. Namun ada penghilangan fakta-fakta tertentu dan disisi lain

fakta tertentu lebih ditonjolkan. Demikian juga halnya yang terjadi pada sebuah wawancara. Wartawan yang mewawancarai narasumber akan memberikan pertanyaan sesuai dengan apa yang menjadi sudut pandang wartawan tersebut. (Eriyanto, 2005:17-18)

Pada dasarnya analisis *framing* adalah metode untuk melihat cara media membingkai atau bercerita mengenai suatu peristiwa. Pembingkaiannya itu terlihat dari “cara melihat” terhadap suatu peristiwa atau realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini mempengaruhi hasil akhir dari konstruksi realitas.

Dalam analisis *framing* terdapat dua aspek utama. *Pertama*, bagaimana sebuah peristiwa tersebut dimaknai. Hal ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput dalam sebuah peristiwa. *Kedua*, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek yang kedua ini berhubungan dengan penggunaan kata, kalimat, symbol dan gambar untuk mendukung gagasan *Framing*, terutama, melihat bagaimana pesan/informasi dari suatu realitas dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak. Konsep ini diperkenalkan oleh Todd Gitlin. (Eriyanto, 2005:68-69)

Dalam buku yang ditulis Alex Sobur (2001), *framing* merupakan cara wartawan melakukan pendekatan terhadap suatu masalah untuk mengetahui bagaimana cara pandang atau perspektif guna menyeleksi fakta apa saja yang akan ditonjolkan dan dihilangkan dalam sebuah berita. (Sobur, 2001: 162)

Menurut buku yang ditulis Eriyanto (2005), *framing* merupakan metode untuk menganalisis suatu peristiwa yang dibingkai oleh suatu media. Bagaimana sebuah media melihat suatu peristiwa untuk disampaikan kepada *audience* sehingga membentuk suatu konstruksi sosial. *Framing* sendiri didefinisikan sebagai analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas. (Eriyanto, 2005:10).

Menurut Entman yang ditulis oleh Alex Sobur (2001), *frame* memiliki peranan penting dalam dunia komunikasi. *Frame* menuntut perhatian dari sebuah realitas dan mengabaikan elemen-elemen lain yang ada disekitarnya. Masing-masing khalayak akan menanggapi sebuah *frame* dengan cara yang berbeda pula. (Sobur, 2001: 164)

Dalam buku yang ditulis Stephen D Reese, Oscar H Gandy, dan Jr, August E Grant (2001), *framing* didefinisikan menurut Entman:

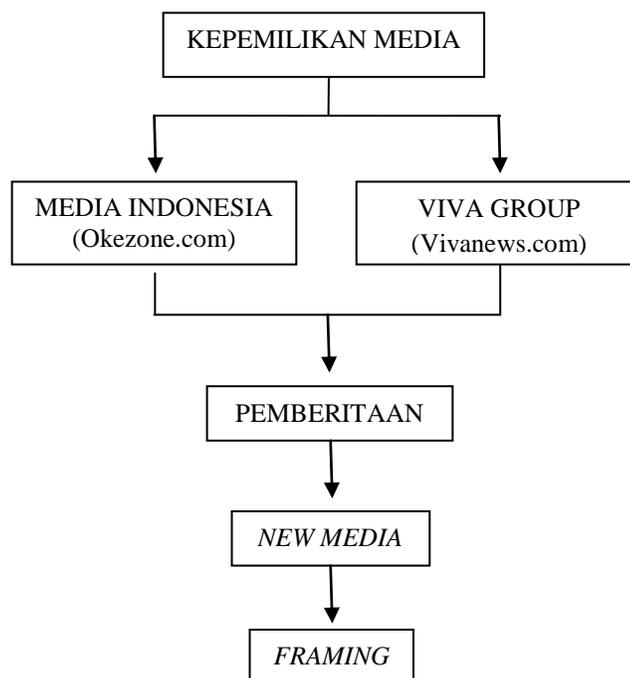
“To frame is to select some aspects of perceived reality and make them more salient in communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation.” (Reese, 2001:10)

Framing adalah pembingkaiian yang memilih beberapa aspek realitas untuk membentuk perspektif dan menonjolkannya dalam sebuah berita untuk tujuan tertentu, hal ini menggunakan cara *problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation*. (Reese, 2001:10)

F. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini alur pemikiran berawal dari faktor mengenai kepemilikan media. Kepemilikan yang mempunyai latar belakang berbeda baik dari segi politik maupun daerah asal. Maka peneliti menentukan media apa yang akan diteliti. Dari kedua media ini peneliti akan mencari data (berita) dari tanggal 06 Oktober 2012s/d 10 Oktober 2012 dengan kriteria berita yang telah ditentukan. Kriteria berita yang dimaksud adalah berita mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM. Sesuai media yang telah ditentukan yaitu portal berita yang masuk dalam kategori *new media*. Setelah data didapat maka akan dianalisis menggunakan analisis *framing*. Analisa *framing* yang digunakan adalah perangkat *framing* Robert N Entman.

Gambar 1 : Kerangka berpikir



G. Metodologi penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan bagaimana bingkai berita yang dilakukan oleh vivanews.com dan okezone.com terhadap pemberitaan pemberitaan mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM. Benister Et Al (1994) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengungkap dan memberikan gambaran mengenai sebuah fenomena, sebagai metode yang bertujuan mengeksplorasi fenomena, dan metode untuk meberikan penjelasan mengenai fenomena yang terjadi. (Herdiansyah, 2012:8)

2. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan studi dokumen, yaitu dengan melakukan analisa terhadap berita mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM pada portal berita vivanews.com dan okezone.com. Data-data tersebut diperoleh dengan menggunakan:

- Dokumentasi dengan men-*download* dan *capture* berita mengenai SBY tarkait kasus simulasi SIM yang diposting pada situs berita vivanews.com dan okezone.com edisi 06 Oktober s.d 10 Oktober 2012.
- Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah berita mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM yang diposting pada

situs berita vivanews.com dan okezone.com. Berita yang digunakan adalah berita yang diposting dari tanggal 06 Oktober 2012 s.d 10 Oktober 2012. Alasan peneliti memilih pada tanggal tersebut ialah karena pada tanggal 06 Oktober 2012 berita-berita mengenai sikap SBY mulai dimuat dan pada tanggal 10 Oktober 2012 berita mengenai SBY sudah berakhir.

- Data Primer : Berita mengenai SBY terkait kasus simulasi SIM yang diposting pada situs berita vivanews.com dan okezone.com edisi 06 Oktober s.d 10 Oktober 2012.
- Data Sekunder : Data sekunder merupakan data-data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder berupa dokumen, arsip, maupun laporan-laporan tertentu yang diperoleh dari berbagai sumber. Data ini nantinya akan diperoleh melalui studi dokumen terhadap berita yang dimuat media selain okezone.com dan vivanews.com terkait dengan pemberitaan mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan dalam adalah dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2009:86), purposive sampling adalah teknik pengumpulan sampel sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. (Sugiyono, 2009:86)

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisa yang digunakan peneliti adalah menggunakan analisis *framing*, yaitu dengan menganalisis pembedaan berita mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM yang dimuat pada situs berita vivanews.com dan okezone.com edisi 06 Oktober s.d 10 Oktober. Menurut buku yang ditulis Eriyanto (2005), *framing* merupakan metode untuk menganalisis suatu peristiwa yang dibingkai oleh suatu media. Bagaimana sebuah media melihat suatu peristiwa untuk disampaikan kepada audience sehingga membentuk suatu konstruksi sosial. *Framing* sendiri didefinisikan sebagai analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas. (Eriyanto, 2005:10).

Robert N. Entman dalam buku yang ditulis Eriyanto (2005), mengemukakan bahwa *Framing* digunakan untuk menggambarkan suatu realitas melalui proses seleksi yang menonjolkan aspek tertentu yang dilakukan oleh media. Bentuk penonjolan tersebut bisa beragam seperti menempatkan satu informasi lebih menonjol dibanding dengan informasi lainnya, lebih mencolok, mengulang informasi yang dianggap penting oleh media dan dihubungkan dengan aspek kebudayaan yang telah akrab ditelinga *audience*.

Entman memandang *framing* dari dua dimensi besar yaitu “seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas” (Eriyanto, 2005:186). Dari dimensi seleksi isu, Entman memandang aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, dapat ditentukan aspek mana yang akan diseleksi dan akan ditampilkan kepada

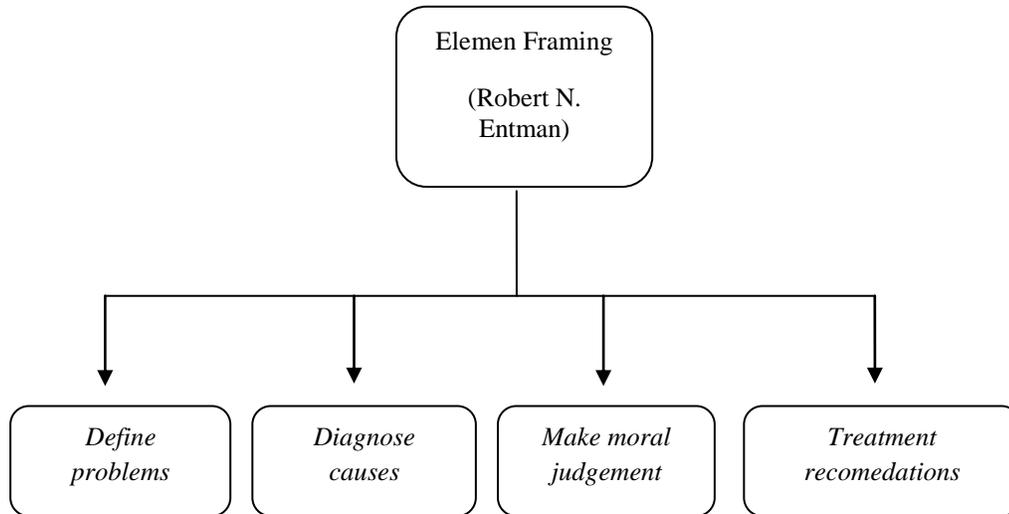
audience. Dalam sebuah berita ada bagian yang dimasukkan, namun ada juga aspek yang dikeluarkan. Tidak semua aspek dimasukkan dalam sebuah berita, tergantung bagaimana wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. Yang kedua dilihat dari dimensi penonjolan aspek tertentu dari isu, yaitu aspek yang berhubungan dengan penulisan fakta. Bagaimana aspek tersebut ditulis dan disajikan kepada khalayak. Hal-hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak (Eriyanto,2005:186-187).

Tabel 2 : Dimensi *framing* Robert N Entman

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimaksudkan (<i>include</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>exclude</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
Penonjolan aspek tertentu dari isu	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Sumber : Tabel dimesi framing menurut Entman (Eriyanto, 2005:187)

Dari kedua dimensi tersebut, kemudian teks berita dapat dilihat dari perangkat framing. Sehingga akan terlihat bagaimana pembingkaihan berita pada sebuah media. Ada empat perangkat *framing* yang dikemukakan oleh Entman yaitu :

Gambar 2 : Perangkat *Framing* Robert N Entman

Define problems (pendefinisian masalah), elemen ini menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan, dianggap sebagai masalah apa peristiwa tersebut. *Diagnose causes* (memperkirakan sumber masalah), siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu masalah oleh media. Dengan *frame* yang berbeda maka akan menimbulkan realitas yang berbeda pula. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral), digunakan untuk memberikan argument atau pendapat tentang pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika sebuah masalah sudah didefinisikan diperlukan suatu argument yang kuat untuk mendukung gagasan yang tersebut. Elemen yang terakhir adalah *Treatment recomedations* (menekankan penyelesaian), elemen ini dipakai untuk memberikan saran atau masukan dari wartawan/media. Solusi apa yang dipakai untuk menyelesaikan suatu masalah. Namun penyelesaian ini tergantung

bagaimana peristiwa itu dan siapa yang menjadi aktor utama dalam peristiwa tersebut (Eriyanto, 2005: 188-192).