

# **FRAMING PEMBERITAAN ISU POLIGAMI DALAM TAYANGAN NARASI NEWS ROOM 'MENGUAK SISI LAIN MENTORING POLIGAMI BERBAYAR'**

Indah Akhsana Amala<sup>1)</sup>, Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>2)</sup>, Ni Made Ras Amanda Gelgel<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: indah2intan@gmail.com<sup>1)</sup>, ramaswati.purnawan@unud.ac.id<sup>2)</sup>, rasamanda13@unud.ac.id<sup>3)</sup>

## **ABSTRACT**

*The Youtube Narasi Newsroom show entitled 'Menguak Sisi Lain Mentoring Poligami Berbayar' had become trending 4 in the trending column of Youtube Indonesia in November 2021. The show is an in-depth coverage of a mentoring practice that is closely related to Polygamy in Indonesia. Narasi as a mass media plays an important role in describing a problem as is done in this show. But the mass media also do framing. Framing is something the mass media do to see content into an impression. This study will see how the framing is carried out by Narasi Newsroom on the show 'Menguak Sisi Lain Mentoring Poligami Berbayar' on the issue of polygamy. In this analysis, the framing model of Robert N. Entman will be used. The results of this study indicate that the Newsroom Narrative raises a number of facts that tend to be negative from polygamy and the polygamy campaign.*

**Keyword:** Polygamy Campaign, Framing, Youtube

## **1. PENDAHULUAN**

Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi pada publik. Media massa memberikan sejumlah representasi atau penafsiran terhadap sebuah informasi. Penafsiran yang dibuat oleh media dapat bersifat seperti jendela yang memberikan gambaran dunia luar (McQuail, 2011). Hal tersebut membuat masyarakat akan dapat mendefinisikan sesuatu hal berdasarkan gambaran yang diberikan oleh media yang dilihat. Seperti jika sebuah tayangan di media massa menampilkan banyak adegan kekerasan maka hal tersebut bisa membuat kekerasan menjadi hal yang wajar, atau bahkan membuat adegan kekerasan

menjadi hal yang glamor dan punya nilai hiburan (Griffin, 2006). Kekuatan media massa juga sangat penting pada negara-negara demokrasi. Media dapat menginformasikan apapun dan terbebas dari kekangan pemerintah yang sedang berkuasa. Hal tersebut merupakan representasi dari demokrasi itu sendiri (McNair, 2003).

Indonesia sebagai negara demokrasi juga memiliki banyak *platform* media massa yang aktif memproduksi. *Platform* media massa saat ini sudah beragam dari Radio, koran, hingga TV hingga media-media *online*. Dalam perkembangannya Youtube yang merupakan media *online* menjadi salah satu platform yang diakses. Youtube kini memiliki peran juga sebagai media

berbagi konten atau masuk ke dalam jenis media *sharing*.

Youtube memiliki pengguna yang rata-rata dalam setiap menitnya mengunggah video yang setara dengan 72 jam ke situs ini. Pangsa pasar Youtube menguasai 60 persen dari jumlah total penikmat video *online*. Oleh karena itu Youtube menjadi situs *video content sharing* terbesar di dunia. Youtube. (Puntoadi, 2011).

Sebagai media massa, sejumlah tayangan Youtube dengan format informatif juga berperan untuk membuat pandangan atau menciptakan budaya melalui informasi yang disampaikan (McQuail, 2011). Media massa punya peran dalam membentuk nilai-nilai kebudayaan dan sosial harus diperhatikan. Seperti pendapat dari Depari (1995:41) pernah mengatakan bahwa “media massa sebagai industri tidak dapat didekati dari sisi bisnis atau ekonomi semata karena industri media massa harus memposisikan diri sebagai institusi sosial, institusi politik, dan sekaligus institusi kultural”.

Media massa sama dengan media pada umumnya yang memiliki realitas media. Media adalah cerminan dari realitas atau *Mirror of reality* atau dapat didefinisikan bahwa media bersikap seperti cermin dalam menggambarkan realitas yang ada (Eriyanto, 2001: 29). Sehingga media

memiliki peran khusus untuk mempengaruhi sebuah kebudayaan melalui informasi yang disebarkan. Dalam hal ini sejumlah jenis tayangan Youtube juga mengambil peran dalam mempengaruhi sebuah kebudayaan atau dalam hal memahami realitas yang diciptakan media.

Salah satu isu yang sempat dibahas di Youtube kemudian mendapat perhatian dari khalayak adalah isu Poligami. Tayangan Youtube Narasi Newsroom bertajuk ‘Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar’ sempat menempati *trending* 4 di kolom *trending* Youtube Indonesia pada November 2021. Tayangan tersebut merupakan sebuah liputan mendalam terkait sebuah praktek *mentoring* yang berhubungan erat dengan Poligami di Indonesia (Tribunnews, 2021).

Isu poligami sendiri menjadi pembahasan yang cukup tabu karena berkaitan dengan kepercayaan keagamaan dan kesetaraan gender (Narasi Newsroom, 2021). Pembahasan tetkait topik ini bisa mengundang pro dan kontra dikalangan masyarakat. Media yang melakukan peliputan terhadap isu ini menunjukkan berbagai sisi yang berbeda.

Media massa menjalankan peran penting dalam menggambarkan atau menafsirkan suatu isu seperti yang dilakukan oleh tayangan Narasi

Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar'. Namun media massa juga melakukan *framing*. *Framing* adalah suatu hal yang dilakukan media massa untuk menafsirkan suatu isi ke dalam sebuah tayangan. Kritik dari *framing* adalah adanya kemungkinan media massa membuat sebuah penafsiran yang mengarah pada suatu maksud lain. Dikhawatirkan penafsiran itu mungkin saja berbeda dari yang maksud yang sebenarnya (Sudibbyo, 2001:186). Atau dalam definisi lain media massa bisa membuat sebuah topik menjadi suatu hal yang penting sekaligus membuat topik lain jadi tidak cukup penting untuk dibicarakan dan ditayangkan. Arah *framing* yang dilakukan oleh media massa akan sangat bergantung pada suatu kepentingan atau agenda tertentu (Griffin, 2006).

Analisis *framing* dapat digunakan untuk mengetahui teknik dan penonjolan apa yang digunakan dalam suatu pemberitaan. Apakah dalam berita itu ada bagian yang dihilangkan atau luput, atau bahkan disembunyikan dalam pemberitaan atau ada yang ditonjolkan. Sehingga peneliti akan dapat melihat bagaimana sudut pandang dari wartawan dalam membingkai berita yang dibuat (Eryanto, 2002: 3). Kemudian hasil dari pemberitaan ini akan memuat hal tertentu dan dapat dipahami dalam bentuk tertentu pula. Hal ini dapat menunjukkan bagaimana peristiwa itu

dapat ditandai dan dimaknai oleh *audience* (Eryanto, 2002: 3)

Oleh karena itu untuk melihat bagaimana suatu isu ditafsirkan pada tayangan media massa diperlukan analisa *framing*. Hasil dari analisis *framing* akan menunjukkan bagaimana prespektif dari wartawan atau pekerja media dalam merangkai serta memilih Isu yang akan ditayangkan. Prespektif ini akan menjadi acuan dari penafsiran yang dilakukan. Secara rinci akan membedah melalui bagaimana penekanan dan pemilihan fakta yang ada pada tayangan tersebut (Sobur, 2001:162).

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Realitas Media

Media mempunyai realitas tersendiri yang disebut sebagai realitas media. Realitas yang disajikan oleh media, lebih dilihat sebagai sebuah pandangan atau hasil terjemah dari suatu kejadian (sebuah realitas) dibanding sebagai sebuah fakta yang diungkap media (Eryanto, 2001:29). Sehingga media juga dapat memiliki peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi yang dilakukan. Menurut pendapat dari Volosihov (1977:14) mengungkapkan bahwa " whenever a sign present, ideology is present too", dari pendapat ini, dapat dipahami bahwa media jelas tidak bisa berlaku Netral saat menyampaikan informasi. Pada setiap

konten atau berita yang ditayangkan, ada indikasi dimana media juga mempertimbangkan sejumlah pemikiran atau ideologi yang relevan dengan media tersebut.

Dalam pendapat lain yang dikemukakan oleh Walter Lippman, fungsi media sebagai pembentuk makna atau sebagai penerjemah atas kejadian yang ada dapat mempengaruhi cara audience memahami realitas dan pola tindakan yang ada (Ruben, 1992:14). Sehingga dapat dipahami bahwa interpretasi yang dilakukan media bisa mempengaruhi khalayak.

Menurut Hartley (1982:36), yang perlu dipahami mengenai suatu berita adalah; pertama, berita tidak sekedar informasi. Kita harus memahami bahwa dalam proses pembentukan berita itu terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi konteks dari berita tersebut. Kedua makna merupakan hasil dari interaksi. Ini berarti bahwa suatu berita belum berarti apapun ketika disiarkan atau dicetak, berita akan memiliki makna ketika berita tersebut dibaca oleh khalayak. Karenanya, ada kontak sosial dalam suatu berita agar berita itu Dapat dibaca dan dipahami oleh khalayaknya.

Isi media memang didasarkan pada kejadian yang nyata, namun dalam isi media ada pemilihan elemen tertentu untuk ditampilkan dan tonjolkan. Dimana

logika struktural media digunakan sebagai dasar penonjolan tersebut. Bahkan sejumlah media terkadang menyeleksi sendiri sumber-sumber berita, komentar-komentar tentang berita dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif lain. Yang kemudian terjadi adalah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realitas (Soedibyo, 2001:31).

Anthony Smith juga menyampaikan pendapat bahwa pesan-pesan yang ada dalam media juga mengalami pembetulan kembali pada proses penyusunan nya. Hal tersebut dilakukan berdasarkan kebijakan dan ideologi apa yang diusung oleh media massa yang bersangkutan (Andersen, 2000: 77).

### **Media Online**

Pendapat Pavlik (Fikri, 2015:50) menjelaskan bahwa kelebihan utama media online yakni soal kecepatan, Serta kandungan informasi yang sangat banyak. Media online adalah produk dari teknologi yang bernama internet. Khalayak bertumpu pada internet untuk menghemat waktu dan mempercepat mendapatkan informasi terbaru.

Asep Syamsul M. Romli dalam buku yang berjudul *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (2012) mengartikan media online sebagai sebuah teknologi mutakhir dari media massa karena berbasis pada internet.

Munculnya media online bisa menjadi generasi ketiga perkembangan media, setelah media cetak dan elektronik.

Dari pendapat tersebut bisa ditarik kesimpulan mengenai media online adalah perkembangan teknologi berupa internet yang dapat memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mendapatkan informasi atau hiburan melebihi media cetak dan elektronik. Dari penjelasan tersebut maka tayangan-tayangan Youtube masuk ke dalam media online. Hal tersebut karena Youtube juga bergantung pada internet serta juga menyebarkan informasi.

### **Teori Agenda Setting**

Pemikiran yang cukup dikenal mengenai teori agenda setting adalah Mc Combs and shaws. Mereka menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mentransfer isu dalam memenuhi agenda publik atau media juga dapat memilih isu mana yang cocok pilih. Isu diasumsikan oleh publik yang membuat audiens menilai suatu isu menjadi penting ketika media juga menilai isu tersebut penting (Griffin, 2006: 398).

Penelitian pertama mengenai agenda setting adalah penelitian Chapel Hill. Penelitian ini merupakan penelitian sistematis pertama untuk teori agenda setting yang pernah dilakukan. Penelitian ini pada dasarnya meneliti pendapat para ahli mengenai isu-isu yang dianggap penting dari hasil pembentukan

pemerintahan. Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan kuat antara penekanan pada isu-isu kampanye yang beredar oleh media dengan penilaian pemilihan atas isu yang dianggap penting. Penelitian ini dapat membuktikan secara empiris bahwa penentuan agenda, tidak hanya sebatas wacana tetapi ada hubungannya dengan kausalitas sebab akibat (Tamburaka, 2012:32).

Sumber lain dari Stephen W littlejohn dan Karen A. Foss pada tahun 2009 mengungkapkan bahwa teori agenda setting membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran masyarakat. Agenda setting terjadi karena dalam melaporkan berita, media harus selektif sebagai penjaga gerbang informasi. Sehingga informasi yang diketahui masyarakat tentang situasi tertentu pada waktu tertentu adalah hasil dari penjagaan gerbang yang dilakukan oleh media.

Berdasarkan pengertian di atas teori agenda setting menyatakan media massa mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi dan membentuk persepsi audience yang mana media massa berarti memiliki peran dalam menentukan agenda terhadap orang-orang yang akan membaca informasi tersebut. Informasi atau berita yang disampaikan oleh media massa tidak hanya menjadi pengetahuan bagi

maasyarakat tetapi mampu mengubah sikap atau pun perilaku masyarakat.

Asumsi yang menjadi dasar penelitian agenda setting adalah karena pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan. Mereka melakukan penyaringan dan membentuk isu. Selain itu konsentrasi media massa tertuju pada pemilihan isu yang lebih penting daripada isu-isu yang lain (Tamburaka, 2012:23)

Isu-isu yang disaring yang dibentuk oleh media massa dalam agenda setting dikenal dengan agenda media. Agenda media dapat dilihat dari posisi dan panjangnya Informasi yang disampaikan oleh media massa atas suatu isu informasi atas isu-isu yang dianggap penting oleh media akan disampaikan secara terus-menerus mulai dari posisi penyampaiannya yang utama panjangnya durasi dan bahkan menjadi headline di setiap berita (Griffin, 2006: 397).

Dalam agenda setting dinyatakan bahwa mampu mempengaruhi dan membentuk persepsi audience atau masyarakat. Isu yang dibentuk oleh media massa melalui agenda media, isu-isu tersebut berpengaruh pada persepsi masyarakat atau dalam hal ini adalah agenda publik. McCombs dan Shaw's menyatakan bahwa agenda Media memiliki pengaruh terhadap agenda public. Hal tersebut

juga sesuai dengan profil dari agenda setting.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsep agenda setting adalah pengertian dimana media massa memiliki kemampuan untuk memilih dan menentukan isu-isu yang dianggap penting sehingga mampu membuat audiens atau masyarakat berpikir bawah isu yang telah diberikan media merupakan isu yang penting.

#### ***Framing* Robert N. Entman**

Konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan suatu proses seleksi untuk menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas dan sudah tentu mendapatkan alokasi lebih besar atau eksposur lebih besar dari isu yang lain (Eriyanto, 1999: 20).

Menurut Entman, *Framing* ada dalam dua dimensi yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan. Dimensi pertama *Framing* dijalankan dimulai dengan pemilihan suatu isu dan mengabaikan isu yang lain. Atau pada dimensi lain dengan media menampilkan semua isu yang ada tapi melakukan penonjolan padaa suatu isu tertentu (Eriyanto, 2002:221). Wartawan akan melakukan pemilihan isu yang akan ditulis atau disiarkan dalam pemberitaan, sehingga isu tersebut menonjol. Selain

itu dapat pula melakukan penonjolan pada salah satu isu dari banyak isu yang disiarkan.

Akibatnya isu yang ditonjolkan akan mendapatkan alokasi perhatian yang besar dibanding dengan yang lain. Segala aspek ini dipakai untuk membuat konstruksi tertentu dari berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak. Dalam contoh lain saat mitos yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Riyanto, 2008:70).

Konsep *framing* Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dilihat sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang lebih luas, sehingga isu tertentu dapat alokasi lebih besar dibanding isu lainnya. Menurut Entman (Kodari, 2000:20) *Framing* dalam berita dilakukan dengan 4 cara yaitu pertama identifikasi masalah atau Bagaimana menjelaskan suatu peristiwa. Kedua diagnose masalah atau memperkirakan masalah dan sumbernya. Ketiga Make Moral Judgment atau membuat penilain yang sesuai dengan nilai moral. Keempat treatment recommendation atau menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadangkala memprediksi hasilnya. (Alex Sobur, 2009:172)

Penjelasan dari poin-poin dalam table, yang pertama adalah Define problem atau pendefinisian. Hal ini merupakan elemen pertama yang terlihat dalam *Framing*. Element ini merupakan bingkai paling utama yang menekankan bagaimana peristiwa oleh didefinisikan oleh wartawan. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda dan dibingkai secara berbeda oleh media dan wartawan yang berbeda pula. Hal ini yang akan menyebabkan realitas memiliki bentukan yang berbeda.

Kedua diagnose causes atau memperkirakan penyebab masalah. Hal ini adalah elemen *Framing* untuk mengetahui siapa aktor dalam suatu peristiwa dan menemukan penyebab dari masalah tersebut. Atau dapat juga didefinisikan dengan anggapan siapa penyebab atau sebab dari suatu peristiwa terjadi. Lebih detail akan membahas siapa aktor nya.

Ketiga make moral judgement atau membuat pilihan Moral. Elemen ini merupakan salah satu elemen *framing* yang digunakan untuk membenarkan atau membeli argumentasi pada pendefinisian masalah yang telah dibuat. Ketika sudah mendefinisikan atau menentukan penyebab masalah pada suatu kasus, maka dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Titik gagasan yang dikutip tersebut harus berhubungan

dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Dan yang terakhir adalah treatment recommendation atau sebuah rekomendasi yang menekankan penyelesaian. Elemen ini adalah elemen yang dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan, jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah tersebut. Titik penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah tayangan Narasi Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar'. Durasi dari tayangan yang diteliti adalah 22 menit 19 detik. Kemudian untuk data sekunder adalah berupa dokumen dan penelitian terdahulu.

Untuk penelitian ini unit analisisnya adalah tayangan atau video dari kanal Youtube Narasi Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar'.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisis *framing* Robert Entman. Teknik penyajian data dalam penelitian ini adalah penulis akan menyajikan data dalam bentuk teks dan table

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum

Dalam laman resminya Narasi TV menjelaskan perusahaannya adalah perusahaan media yang bergerak dalam mengembangkan generasi muda. Narasi Menawarkan diri sebagai ruang kerja dan berkarya anak bangsa dengan menghadirkan sejumlah konten yang cukup relevan dengan anak muda. Seperti pembahasan mengenai hal yang sedang viral atau isu-isu menarik lainnya.

Secara garis besar konten yang dibuat oleh Narasi akan berupa Program-program perbincangan, Reportase, Kemasan dokumenter dan opini. Selain itu ada pula sejumlah kegiatan membangun komunitas yang aktif.

Semua hal tersebut dilakukan dengan satu tujuan yakni mengarah pada peningkatan kreatifitas dan energi positif dari anak muda atau generasi muda. Media ini juga berusaha mengangkat nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran kepada penonton. Harapannya dengan stimulus konten yang ada, anak muda bisa menggagas peran untuk dirinya.

Salah satu program yang ada di Narasi TV Narasi Newsroom. Program ini

juga memiliki kanal Youtube dengan nama yang sama yakni Narasi Newsroom. Dalam program ini terdapat 6 pembagian konten yakni *Narasi Newsroom, Narasi Pagi, Enaknya Diobrolin, Buka Mata, Tech is Easy* dan *Buka Data*.

Tayangan Narasi Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' merupakan salah satu produk dari konten *Buka Mata*. Sebagai tayangan yang termasuk dalam konten *Buka Mata* tayangan ini merupakan liputan atau laporan mendalam terkait praktik *mentoring* poligami berbayar.

Peliputan pada tayangan ini berfokus pada kehidupan seorang mentor poligami bernama Kiai Hafidin. Ia yang merupakan pelaku poligami dengan 4 istri dan juga secara aktif mempromosikan kegiatan *mentoring* poligami yang ia jalankan.

#### **Hasil Analisis *framing* 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar'**

Narasi TV adalah perusahaan media yang dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas generasi muda Indonesia. Oleh karena itu Narasi TV membuat banyak konten dengan tema yang beragam dan selaras tujuan tersebut. Konten yang dibuat membahas permasalahan atau isu yang berdampak dengan generasi muda. Isu-isu ini diantaranya adalah masalah sosial politik, teknologi ekonomi dan ada pula sejumlah pelatihan atau seminar.

Diantara banyak program, ada satu program yang dibuat khusus untuk menampilkan sejumlah konten yang berdasarkan pada berita atau hal-hal terkini di masyarakat. Program ini bernama Narasi Newsroom. Program ini juga memiliki kanal Youtube sendiri dan memiliki 6 pembagian konten berdasarkan isi pembahasan dan bentuk konten. Enam bentuk konten tersebut adalah *Narasi Newsroom, Narasi Pagi, Enaknya Diobrolin, Buka Mata, Tech is Easy* dan *Buka Data*.

Diantara 6 konten tersebut ada yang merupakan laporan dan liputan mendalam yakni *Buka Mata*. Tujuan dari konten ini adalah memberikan konten yang bisa menyadarkan atau 'membuka mata' *Audience* terhadap suatu isu atau pembahasan. Permasalahan atau isu yang dipilih berdasarkan pada penilaian wartawan tentang besar pengaruh isu tersebut pada generasi muda.

Salah satu isu yang dibahas di *Buka Mata* adalah isu poligami dengan meliput praktik Poligami Berbayar. Konten ini berjudul 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar'. Pemilihan isu poligami ini sejalan dengan tujuan perusahaan Narasi Newsroom yakni Narasi TV. Media ini memiliki tujuan untuk mengembangkan generasi muda dan juga menjadi tempat belajar dan bertumbuh. Isu poligami yang kembali ramai beberapa tahun terakhir, Selain itu

juga *mentoring* Poligami melakukan promosi di media yang sering diakses generasi muda. Sehingga penting bagi untuk dibahas lebih mendalam.

Narasi melakukan peliputan dan pembuatan konten terkait poligami berbayar dalam bentuk konten *Buka Mata*. Hal ini menunjukkan bahwa Tim *Buka Mata* Narasi memandang isu ini adalah isu yang penting untuk dilaporkan secara mendalam dalam bentuk konten *Buka Mata*. Pembuatan konten ini juga selaras dengan tujuan utama Narasi TV untuk meningkatkan kualitas generasi muda Indonesia.

Dalam *framing* yang dilakukan oleh Narasi pada tayangan tersebut terdapat 5 isu poligami yang ditonjolkan, berikut kelima isu tersebut.

1. Poligami adalah isu penting
2. *Mentoring* Poligami Bertujuan Mencari Keuntungan Materil (uang)
3. Mengkampanyekan Poligami adalah hal yang berbahaya
4. Dalam Poligami Perempuan diperlakukan Tidak adil
5. Poligami Hanya Menguntungkan Pihak Pria

*Framing* yang dilakukan Narasi dalam tayangan ini dilakukan dengan menampilkan sejumlah cuplikan

wawancara dari narasumber serta wawancara dengan Kiai Hafidin dan istrinya. Kemudian juga terdapat sejumlah monolog yang dibacakan untuk menegaskan poin *framing* dalam tayangan tersebut.

Melihat dari poin yang di-*framing* dalam tayangan ini menunjukkan lebih banyak penonjolan terhadap hal negatif dari poligami dibanding sisi positif yang hampir tidak ada selama tayangan tersebut. Hal tersebut menunjukkan posisi Narasi TV sebagai pihak yang menganggap poligami serta praktik *mentoring* poligami adalah hal yang negative dan cenderung berbahaya untuk generasi muda. Hal-ha terkait itu seperti iklan, konten pribadi tentang poligami, dan juga kegiatan *mentoring* merupakan kampanye poligami yang membahayakan generasi muda.

### **Bentuk Agenda Setting, Realitas Media dan Keberpihakan Narasi**

Pada tayangan 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' peneliti menemukan realitas media yang ingin dibangun media (dalam hal ini Narasi TV). Narasi sebagai media yang memproduksi konten ini menyajikan tayangan sebagai sebuah gambaran realitas Poligami di Indonesia. Seperti perbahasan diatas, Narasi meberikan gambaran realitas yang negatif terhadap praktik poligami dan juga kegitan *mentoring* Poligami berbayar.

Melalui realitas media yang dibuat Narasi terhadap isu poligami dalam tayangan 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar', Narasi menunjukkan keberpihakkannya. Narasi berpihak kepada perempuan dan generasi muda, dimana kelompok ini cukup rentan menjadi korban dari Poligami dan praktik *mentoring* Poligami berbayar.

Pemilihan isu Poligami oleh Narasi juga ditemukan peneliti sebagai salah satu bentuk agenda setting yang dilakukan oleh Narasi. Menurut pendapat Bernard Cohen, seorang ahli politik yang melakukan penelitian terhadap fungsi media secara spesifik. Dalam temuannya menyatakan bahwa media mungkin tidak sukses untuk menceritakan pada audience mana yang penting, namun dengan sukses bisa menceritakan pada pembaca apa yang harus dipikirkan (Griffin, 2006:378-379).

Oleh karena itu peneliti menilai bahwa melalui tayangan 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' Narasi berhasil mengarahkan audience untuk memperhatikan isu Poligami di Indonesia. Sebagai bagian dari agenda yang dibuat media tayangan ini berhasil menarik perhatian banyak orang. Hasilnya isu ini secara langsung diikuti oleh penonton dan muncul kesadaran terhadap isu poligami yang diangkat oleh Narasi.

## 5. KESIMPULAN

Tayangan Narasi Newsroom bertajuk 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' merupakan sebuah tayangan yang berupa liputan terhadap Pratik *mentoring* Poligami. Dalam tayangan ini secara spesifik menyorot pada kehidupan poligami seorang mentor poligami kiai hafidin.

Peneliti menemukan terdapat 5 isu poligami yang ditonjolkan, berikut kelima isu tersebut.

1. Poligami adalah isu penting
2. *Mentoring* Poligami Bertujuan Mencari Keuntungan Materil (uang)
3. Mengkampanyekan Poligami adalah hal yang berbahaya
4. Dalam Poligami Perempuan diperlakukan Tidak adil
5. Poligami Hanya Menguntungkan Pihak Pria

Jadi dalam framing yang dilakukan oleh Tim *Buka Mata* Narasi, wartawan menunjukkan bahwa *mentoring* poligami berbayar dengan iklan di media social adalah hal yang membahayakan generasi muda. Hal itu dikaitkan dengan fakta yang telah diliput oleh wartawan. Tayangan Narasi Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' menyajikan fakta terkait hal negatif dari poligami. Diantaranya seperti kekerasan pada

perempuan, tingkat perceraian akibat poligami, adanya intervensi orang lain dalam keputusan berpoligami serta kebutuhan ekonomi yang harusnya makin membengkak karena poligami.

Dari hal tersebut menunjukkan framing yang dilakukan memiliki tujuan untuk memperingatkan bahaya poligami dan kampanye poligami bagi generasi muda Indonesia serta indikasi kekerasan pada perempuan.

Tayangan Narasi Newsroom 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' dengan jelas menunjukkan posisi narasi yang menganggap poligami adalah hal yang negatif. Dengan pembingkaihan yang terkait dengan kondisi perempuan serta tujuan ekonomi dibalik poligami menunjukkan maksud dari tayangan ini.

Penonjolan serta pembingkaihan yang dilakukan oleh Narasi Newsroom dalam tayangan ini terkait isu poligami juga dilakukan secara konsisten. Tidak ada pemaparan yang tumpang tindih atau tidak relevan dengan isi poligami. Narasumber juga diperlihatkan secara langsung dan dipersilahkan untuk menjawab setiap pertanyaan tanpa paksaan atau intervensi apapun.

Peneliti menyimpulkan bahwa dalam tayangan 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar', media dalam hal ini Narasi berpihak pada generasi muda dan perempuan. Hal ini dikarenakan dalam

tayangan tersebut kedua kelompok ini sering kali menjadi korban dari Poligami dan praktik *mentoring* Poligami Berbayar.

### **Saran**

Tentunya tidak ada penelitian yang sempurna begitu juga penelitian ini. Sejumlah penelitian lanjutan bisa dilakukan dengan topik atau metodologi yang sama. Seperti halnya melakukan perbandingan *framing* dengan dua tayangan yang mengandung topik serupa. Selain itu dalam tayangan yang diteliti masih banyak aspek penelitian yang berupa makna tersirat, Sehingga bila dilakukan penelitian lanjutan maka dapat menggunakan tayangan serupa dengan pembahasan lebih menyeluruh.

Kemudian ada pula saran untuk jenis penelitian lain yang bisa dilakukan yakni, penelitian terhadap bahan kampanye dan isi praktek *mentoring* Poligami berbayar. Penelitian lanjutan dapat berupa analisis isi media dan analisis media massa lainnya.

Isu dalam penelitian ini memiliki sentimen terhadap kesetaraan *gender* dan feminis. Oleh karena itu dapat pula dilakuakn penelitian terhadap konten 'Menguak Sisi Lain *Mentoring* Poligami Berbayar' dengan pendekatan komunikasi *gender* atau pendekatan komunikasi feminis. Dapat pula melakukan penelitian terkait *gender* dan feminis melalui metode penelitian semiotika.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Devito, Joseph A. (1991).  
Communicology: An introduction  
to the study of communication.  
New York: Harper & Row.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing :  
Konstruksi, Ideologi dan Politik  
Media*. Yogyakarta : LKiS  
Yogyakarta
- Griffin, Em. (2006). *A First Look At  
Communication Theory  
(international edition 2006)*.  
Singapore : TheMcGrow-  
HillCompanies-
- Kriyanto, Rachmat. (2006). *Teknik  
Praktis Riset Komunikasi  
Kuantitatif dan Kualitatif*.  
Jakarta. Prenada media group.
- Little John, Stephen W, Karen A. Foss.  
(2009). *Theories Of Human  
Communication (edisi ke 9)*.  
Jakarta : Salemba Humanika.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori  
Komunikasi Massa*.  
Jakarta : Salemba  
Humanika.
- McNair, Brian. 2003. *An Introduction to  
Political  
Communication*. New  
York : Psychology  
Press.
- Mosco, Vincent. (2009). *The Political  
Economy of Communication*.  
London : SAGE Publications Inc

### Jurnal Dan Skripsi :

Ni Putu Sri Widyastini Susila , Ni Luh  
Ramaswati Purnawan, Ade  
Devia Pradipta. (2021). *Analisis  
Framing Pemberitaan Isu  
Pemulangan WNI Eks-Isis  
Dalam Portal Berita Bbc News  
Indonesia*. Tersedia pada :  
[https://ojs.unud.ac.id/index.php/  
komunikasi/article/view/76130](https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/76130).  
Diakses pada 20 November  
2021.

Ni Kadek Sri Rejeki Pradnyandari, Ni  
Made Ras Amanda Gelgel, Ni  
Luh Ramaswati Purnawan.  
(2020). *Analisis Framing  
Pemberitaan Kerusakan Pasca  
Pemilu 2019 pada Majalah  
Tempo Edisi Senin*, Tersedia  
pada :  
[https://ojs.unud.ac.id/index.php/  
komunikasi/article/view/64913](https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/64913).  
Diakses pada 20 November  
2021.

Rebecca Aprilia Simatupang, Ni Made  
Ras Amanda Gelgel, I Dewa  
Ayu Sugiatica Joni (2021).  
*Perbandingan Framing Berita  
Rancangan Undang – Undang  
Penghapusan Kekerasan  
Seksual (Ruu Pks) Di*

Republika.Co.Id Dan  
Kompas.com. Tersedia pada :  
[https://ojs.unud.ac.id/index.php/  
komunikasi/article/view/76565](https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/76565).  
Diakses pada 20 November  
2021

Silvy Mercy Ruth Soinia Lase, Ni Luh  
Ramaswati Purnawan, Ade  
Devia Pradipta. (2021). Analisis  
*Framing* Pemberitaan Staf  
Khusus Milenial Jokowi Pada  
Tempo.Co. Tersedia pada :  
[https://ojs.unud.ac.id/index.php/  
komunikasi/article/view/76131](https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/76131).  
Diakses pada 19 November  
2021.

#### **Media Online :**

Faktaidn.com (2021). Kehidupan  
Poligaminya Diungkap Kanal  
Youtube Narasi, Statement Kyai  
Asal Banten Ini Jadi Polemik.  
Tersedia pada:  
[https://www.faktaidn.com/trendin  
g/pr-2661737832/kehidupan-  
poligaminya-diungkap-kanal-  
youtube-narasi-statement-kyai-  
asal-banten-ini-jadi-polemik](https://www.faktaidn.com/trending/pr-2661737832/kehidupan-poligaminya-diungkap-kanal-youtube-narasi-statement-kyai-asal-banten-ini-jadi-polemik).  
Diakses pada 22 Desember  
2021.

Insertlive.com. (2021). Kiai yang Rutin  
Poligami Ini Jawab  
Assalamu'alaikum dengan  
Waalaikumsayang. Tersedia

pada:  
[https://www.insertlive.com/hot-  
gossip/20211118231059-7-  
254024/kiai-yang-rutin-poligami-  
ini-jawab-assalamualaikum-  
dengan-waalaikumsayang](https://www.insertlive.com/hot-gossip/20211118231059-7-254024/kiai-yang-rutin-poligami-ini-jawab-assalamualaikum-dengan-waalaikumsayang).  
Diakses pada 22 Desember  
2021.

Insertlive.com. (2021). Kiai Hafidin yang  
Doyan Poligami Ceraikan Istri  
Pertama karena Menopause.  
Tersedia pada:  
[https://www.insertlive.com/hot-  
gossip/20211119155933-7-  
254190/kiai-hafidin-yang-doyan-  
poligami-ceraikan-istri-pertama-  
karena-menopause](https://www.insertlive.com/hot-gossip/20211119155933-7-254190/kiai-hafidin-yang-doyan-poligami-ceraikan-istri-pertama-karena-menopause). Diakses  
pada 22 Desember 2021

Narasi.TV (2021). Profil Perusahaan.  
Tersedia pada:  
[https://narasi.tv/about-  
us?menu=informasi-  
perusahaan](https://narasi.tv/about-us?menu=informasi-perusahaan).  
Diakses pada 15 Maret 2022

Marketeers.com (2018). Najwa Shihab  
Bicara Soal Masa Depan Narasi  
TV. Tersedia pada:  
[https://www.marketeers.com/naj  
wa-shihab-bicara-soal-masa-  
depan-narasi-tv/](https://www.marketeers.com/najwa-shihab-bicara-soal-masa-depan-narasi-tv/).  
Diakses pada 2 Mei 2022