

# **PENCITRAAN MEDIA DALAM PERISTIWA KECELAKAAN PESAWAT SUKHOI SUPERJET 100**

**Muh. Bahruddin**

Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya  
Email: muh.bahruddin@yahoo.com

## **ABSTRAK**

Media memiliki peran penting dalam mencitrakan sebuah perusahaan kepada publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pencitraan media dalam peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100) yang jatuh pada 9 Mei 2012.

Pentingnya pencitraan yang dilakukan media bagi perusahaan karena media memiliki kekuatan untuk mengarahkan publik melalui pembedaan berita sebagaimana ideologi dan kepentingannya. Pada gilirannya, peristiwa-peristiwa yang sengaja ditonjolkan maupun dipojokkan akan berimplikasi pada tingkat kepercayaan publik pada perusahaan bersangkutan.

Penelitian ini memilih media berita online sebagai subjek penelitian. Dipilihnya jenis media ini karena dalam kurun terakhir telah menjadi pilihan khalayak selain media cetak dan media elektronik lain. Media yang digunakan adalah situs berita detik.com, kompas.com, dan vivanews.com. Ketiga media ini merupakan penerima penghargaan “Indonesia Brand Champion Award 2012” dengan kategori Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand.

Dengan menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman, ketiga media mencitrakan peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 secara berbeda. Situs berita detik.com mencitrakan peristiwa sebagai kecelakaan tragis yang memakan banyak korban, situs berita kompas.com mencitrakan sebagai peristiwa yang merenggut kebahagiaan korban, dan situs berita vivanews.com mencitrakan kecerobohan Sukhoi.

**Kata Kunci:** Pencitraan, Peristiwa Kecelakaan Sukhoi, dan Media

## **PENDAHULUAN**

Media memiliki peran penting dalam mencitrakan sebuah organisasi atau perusahaan kepada publik. Media memiliki kemampuan memilih fakta, menyeleksi isu, menonjolkan dan menghilangkan bagian berita, serta mengarahkan berita sehingga membentuk citra pada aspek tertentu kepada khalayak atau publik (Pawito, 2009:104). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana media mencitrakan peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 yang jatuh pada 9 Mei 2012 melalui pemberitaannya.

Peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 dengan nomor penerbangan RA36801 menyita perhatian sebagian besar masyarakat. Hal ini karena media secara masif memberitakan peristiwa tersebut dengan sudut pandang atau kepentingan masing-masing.

Pesawat Sukhoi Superjet 100 adalah pesawat buatan Rusia yang melakukan kegiatan *joy flight* di Indonesia pada Rabu, 9 Mei 2012. Pesawat ini mengalami kecelakaan setelah menabrak tebing Gunung Salak Jawa Barat. Semua penumpang dinyatakan tewas. Sebanyak 45 penumpang yang ikut dalam penerbangan tersebut dan 8 di antaranya adalah kru asal Rusia.

Kehadiran pesawat komersil di Indonesia tersebut merupakan bagian dari *road show* Sukhoi Civil Aircraft di sejumlah negara Asia Tenggara dan Asia Tengah. Penerbangan yang dilakukan pesawat milik Rusia tersebut merupakan bagian dari demonstrasi penerbangan yang diselenggarakan oleh PT Trimarga Rekatama. Perusahaan ini merupakan agen yang memperkenalkan pesawat Sukhoi kepada perusahaan penerbangan di Indonesia. Permasalahannya, citra positif yang hendak dibangun Sukhoi menuai masalah karena demo yang dilakukan tidak sesuai dengan apa yang direncanakan.

Peristiwa ini menarik untuk dianalisis, khususnya dari sisi pencitraan yang dilakukan media. Setiap media berbeda dalam mencitrakan peristiwa tersebut melalui beritanya. Hal itu karena berita berbicara atas nama ideologi dominan (Burton, 2011:176). Dalam hal ini media yang dianalisis adalah situs berita online yaitu detik.com, kompas.com, dan vivanews.com. Ketiga media ini merupakan penerima penghargaan “Indonesia Brand Champion Award 2012” dengan

kategori Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand (<http://www.eocommunity.com>). Penghargaan ini memperlihatkan bahwa ketiga media berita *online* ini dibaca lebih banyak publik daripada yang lain.

Hadirnya berita *online* adalah bagian dari demokratisasi sehingga memungkinkan orang atau organisasi untuk berpindah secara *online* dari penyebaran penjualan harian. Dalam hal ini, media memainkan peran kunci dalam sistem profesional ganda dan sistem pengetahuan naratif ilmiah yang sudah ada, fakta yang dilaporkan, komentar jurnalistik interpretatif, mitos perkotaan, dan kehidupan sehari-hari (Robshields, 2011:204). Realitas yang bisa didapatkan dari media massa atau media-media lain yang berhubungan langsung dengan publik bisa dianggap mewakili persepsi yang lebih besar atau masif (Wasesa dan Jim Macnamara, 2010:55).

Berkaitan dengan pencitraan yang hendak dibangun Sukhoi, Argenti menyatakan bahwa beragam citra sebuah organisasi akan terbentuk tergantung pada siapa publik yang terlibat. Citra adalah perusahaan di mata para konstituen atau publik. Sebuah organisasi dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata konstituen yang berbeda-beda pula (Argenti, 2010:60).

Hal inilah yang harus diantisipasi sebuah organisasi atau perusahaan untuk menanamkan citra melalui media. Karena media, menurut Iriantara, melakukan mediasi atas realitas, sehingga realitas bukan saja lebih menarik tapi juga lebih indah atau lebih dramatis dari realitas sesungguhnya. Itulah representasi yang dilakukan media, yang prosesnya sangat dipengaruhi kepentingan kekuasaan politik atau ekonomi (Iriantara, 2005:526).

Goffman menyebut persoalan ini sebagai sebuah *frame* yaitu sebuah skema interpretasi, di mana gambaran dunia yang dimasuki seseorang diorganisasikan dan membuatnya cerdas. Sebuah *frame* menyediakan jawaban bagi pertanyaan “Apa yang sedang terjadi?” *Frame* menawarkan penaksiran evaluatif tersendiri terhadap macam peristiwa khusus yang terjadi (Goffman, 1974: 8).

Berkaitan dengan hal itu, analisis framing adalah metode teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Swanson melihat bahwa terbentuknya konstruksi melibatkan proses interpretasi. Proses interpretasi ini menghubungkan diri seseorang dengan aktivitas serta perilakunya (Pawito, 2009: 40)

Berangkat dari pemahaman ini, peneliti ingin mengetahui pemberitaan-pemberitaan media terkait peristiwa kecelakaan Sukhoi Superjet 100 sehingga melahirkan pencitraan tertentu pada perusahaan penerbangan milik negara Rusia itu. Secara umum penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi perusahaan atau organisasi yang melakukan riset media dan komunikasi pemasaran terkait citranya di masyarakat atau publik.

## **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman yang bersifat kualitatif dengan paradigma konstruksionis. Metode analisis framing Robert N. Entman relevan digunakan karena menekankan seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas.

Isu tentang peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 memiliki banyak realitas sehingga setiap media memiliki kepentingan tertentu dalam mengkonstruksi isu-isu yang dianggap menarik dan mewakili realitas tersebut. Hal inilah yang akan melahirkan pencitraan tertentu di masyarakat tentang perusahaan pesawat Sukhoi Superjet 100.

Media yang dianalisis adalah situs berita detik.com, kompas.com, dan vivanews.com. Sedangkan edisi yang dipilih adalah edisi 9 Mei 2012 hingga 11 Mei 2012. Periode ini dipilih karena dalam rentang waktu tersebut adalah jatuhnya pesawat hingga penemuan korban.

Pada peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100, ketiga media melansir berita lebih dari tiga kali dalam sehari. Oleh karena itu, peneliti mengambil 3 berita dalam setiap hari pada masing-masing media selama 3 hari. Maka seluruh berita yang dianalisis adalah 9 berita untuk detik.com, 9 berita untuk kompas.com, dan 9 berita untuk vivanews.com sehingga total seluruh berita yang dianalisis adalah 27 berita. Cara pengambilan sampel berita dilakukan

dengan melakukan acak sederhana. Peneliti menggunakan mesin pencarian google.com dengan cara mengetik hari, tanggal, nama situs, dan sukhoi. Selanjutnya, peneliti mengambil tiga berita teratas dari hasil pencarian di google.com. Sedangkan perangkat framing yang digunakan untuk menganalisis adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Perangkat Framing Robert N. Entman**

Define Problems (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/ isu? Jalan apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah?

Sumber : Eriyanto, Analisis Framing, 2008:188

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari permasalahan yang telah dikemukakan, menunjukkan bahwa tiga media online: detik.com, kompas.com, dan vivanews.com mencitrakan peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100) dengan cara yang berbeda. Berikut adalah hasil dan analisis situs ketiga media online berdasarkan metode framing Robert N. Entman.

**Situs Detik.Com**

**Tabel 2**

**Pencitraan detik.com terhadap Kecelakaan Pesawat Sukhoi Super Jet 100**

Define Problems (Pendefinsian masalah)	Perisitiwa Tragis
Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Sukhoi adalah penyebab masalah dan penumpang adalah korban
Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)	Penumpang dalam keadaan tidak berdaya
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Diserahkan kepada pemerintah

Sumber : Hasil Olahan Sendiri

Situs detik.com mendefinisikan peristiwa kecelakaan Sukhoi sebagai sebuah peristiwa kecelakaan tragis. Sebagaimana yang dirilis pada 11 Mei 2012 pukul 02.49 yang menyatakan bahwa faktor kesalahan manusia diduga salah satu penyebab kecelakaan tragis ini.

Pernyataan ini sekaligus ingin mengungkapkan sumber masalah pada peristiwa kecelakaan. Pesawat Sukhoi dianggap lalai dengan menggunakan pilot yang dianggap kurang menguasai medan. Kendati demikian, detik.com tidak secara tajam menuduh Sukhoi sebagai pihak yang bersalah. Situs detik.com menggunakan bahasa-bahasa yang lebih halus untuk mengatakan bahwa pihak pesawat Sukhoi adalah pihak yang paling bertanggung jawab dan para penumpang yang *notabene* para undangan adalah pihak yang dikorbankan. Oleh karena itu detik.com menggunakan “tanda tanya” dalam judul yang ditulis pada 11 Mei 2012 pukul 02.49, “Kecelakaan Sukhoi Murni Kesalahan Pilot?”

Judul tersebut menunjukkan bahwa detik.com seolah yakin bahwa kecelakaan tersebut murni kesalahan pilot. Narasumber yang dipilih detik.com adalah narasumber yang meyakini bahwa peristiwa tersebut adalah kesalahan pilot yakni mantan pilot Merpati Airlines, Ronny Rosnadi. Untuk membangun kredibilitas narasumber, situs detik.com mendeskripsikan narasumber dengan sebagai pilot yang sudah memiliki jam terbang lebih dari 33.000 jam. Menurut narasumber ini, pesawat tersebut seharusnya turun ke ketinggian yang lebih rendah ketika mendekati sebuah titik di selatan Pantai Pangandaran. Hanya saja, untuk memenuhi etika jurnalistik, detik.com sengaja menggunakan tanda tanya agar tidak dianggap sebagai penghakiman oleh pers terhadap sebuah peristiwa (*trial by the press*).

Demikian pula pada Jumat, 11 Mei 2012 pukul 13.15, detik.com menyatakan bahwa sebelum turun, Sukhoi meminta izin turun ke ATC Soekarno-Hatta dari 10 ribu kaki ke 6 ribu kaki. Situs detik.com menulis, Sunaryo, juru bicara PT Trimarga Rekatama yang juga representatif Sukhoi di Indonesia, sempat menyebut penurunan diduga karena pesawat mengambil ketinggian untuk mendarat di Halim. Tapi, belakangan Sunaryo mengakui di daerah itu seharusnya

pesawat terbang tinggi. Pernyataan seolah semakin membenarkan bahwa pihak pesawat Sukhoi yang bersalah.

Akibat kesalahan yang dilakukan oleh pesawat Sukhoi, para penumpang menjadi korban yang tak berdaya. Sebagaimana yang ditulis detik.com pada Jumat, 11 Mei 2012 pukul 08.06.

Bandara Halim Perdanakusumah pada Jumat pagi ini relatif sepi dari keluarga penumpang Sukhoi yang sejak kemarin menyemut. Namun karangan bunga duka cita mulai berdatangan ke bandara tersebut.

Kegelisahan keluarga penumpang sebagai korban digambarkan secara dramatis oleh detik.com. Ungkapan ini bahkan diletakkan di awal paragraf (*lead*). Hal ini menandakan bahwa paragraf ini dianggap sangat penting. Kata-kata seperti “menyemut”, “karangan bunga duka cita mulai berdatangan” adalah sederet kata yang digunakan untuk membangun ketidakberdayaan korban atas kesalahan yang dilakukan perusahaan pesawat Sukhoi.

Oleh karena itu, detik.com ingin menekankan penyelesaian masalah ini dibawa ke pejabat tinggi Negara. Pemerintah harus dilibatkan. Situs detik.com menulis tentang rencana SBY yang akan memberikan pernyataan terkait kasus yang melibatkan nama negara ini. Hal ini tampak dalam edisi Kamis, 10 Mei 2012 pukul 07.48 yang berbunyi:

Pencarian pesawat Sukhoi Superjet 100 yang diduga hilang di kawasan Gunung Salak, Bogor, Jawa Barat, masih berlangsung. Presiden SBY memberi perhatian pada hal ini. Rencananya pagi ini Presiden akan member pernyataan pagi ini.

Kalimat tersebut ditulis di awal pragraf, menandakan bahwa tulisan ini dianggap paling penting. Meski SBY belum memberi pernyataan, tapi detik.com seolah ingin menggiring khalayak bahwa peristiwa ini adalah bagian dari tanggung jawab negara. Oleh karena itu, pemerintah harus dilibatkan dalam menangani kasus yang melibatkan negara lain ini.

## Situs Kompas.Com

**Tabel 3**  
**Pencitraan kompas.com terhadap Kecelakaan Pesawat Sukhoi Super Jet 100**

Define Problems (Pendefinisian masalah)	Peristiwa yang merenggut kebahagiaan korban
Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Sukhoi sebagai penyebab peristiwa kecelakaan dan penumpang adalah korban uji coba dan demo Sukhoi
Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)	Penumpang adalah korban rayuan atau penipuan
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Sukhoi dan PT Trimarga Rekatama sebagai konsultan Sukhoi harus bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah

Sumber : Hasil Olahan Sendiri

Situs kompas.com mendefinisikan peristiwa kecelakaan Sukhoi sebagai sebuah peristiwa yang merenggut kebahagiaan korban. Dari subjek yang dianalisis, sebanyak tiga kali kompas.com menggunakan foto-foto korban atau keluarga korban sebagai pendukung beritanya. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang sebagai korban yang tidak berdosa sehingga harus direnggut kebahagiaannya.

Pada 9 Mei 2012 pukul 22.41 misalnya, kompas.com sengaja menampilkan foto pramugrifi sedang tersenyum. Foto ini seolah ingin mengajak pembaca mengenang kebahagiaan korban yang secara tiba-tiba direnggut oleh Sukhoi. Berikut adalah kutipan beritanya:

Menjelang demonstrasi penerbangan yang mengundang pejabat industri penerbangan dan jurnalis, *blogger* Rusia, Sergey Doyla, sempat mengabadikan senyum para pramugari. Ia membaginya dalam album foto *online*.

Frasa “Mengabadikan senyum para pramugari” seolah ingin menunjukkan bahwa kebahagiaan pramugari harus direnggut oleh maskapai penerbangan Sukhoi.

Pada 10 Mei 2012 pukul 14.19 juga menampilkan foto keluarga korban yang menangis haru. Demikian juga pada 10 Mei 2012 pukul 01.47 kompas.com menampilkan foto dua orang anggota keluarga korban yang bersedih saat menunggu menunggu kabar di area *crisis center*, Bandara Internasional Halim



Perdanakusuma, Jakarta Timur. Pada 11 Mei 2012 pukul 14.41 kompas.com juga kembali menampilkan foto anggota keluarga korban yang tampak terpukul.

Pada 9 Mei 2012 pukul 17.48 kompas.com menempatkan Sukhoi sebagai pesawat yang mengorbankan penumpang dengan melakukan atraksi peragaan terbang. Hal ini seolah mengatakan bahwa penumpang adalah korban uji coba Sukhoi, sebagaimana teks berikut ini:

Dalam siaran pers Kedutaan Besar Rusia di Jakarta, Selasa (8/5/2012), disebutkan bahwa pameran dan presentasi produk digelar di Jakarta, Rabu (9/5/2012), termasuk atraksi peragaan terbang.

Demikian juga pada 10 Mei 2012 pukul 09.37, kompas.com melansir teks sebagai berikut:

Penerbangan yang dilakukan pesawat milik Rusia tersebut merupakan bagian dari demonstrasi penerbangan yang diselenggarakan oleh PT Trimargarekatama.

Teks tersebut bahkan diulang lagi pada 10 Mei 2012 pukul 14.19 dan pada 11 Mei 2012 pukul 14.41. Hal ini menunjukkan bahwa kompas.com ingin mengatakan bahwa ajang tersebut adalah sebuah uji coba yang didemonstrasikan kepada masyarakat Indonesia, khususnya penumpang sebagai korban.

Sedangkan pada persoalan moral, kompas.com ingin menunjukkan bahwa sesungguhnya para penumpang adalah korban rayuan atau penipuan yang dilakukan oleh Sukhoi, sebagaimana dalam teks yang dilansir pada 9 Mei 2012 pukul 17.48 berikut:

Disebutkan bahwa pesawat jenis ini mampu mengangkut 98 penumpang dan mampu menjelajah hingga 3.048 kilometer untuk versi dasar, atau 4.578 kilometer untuk versi pesawat jarak jauh, dengan ketinggian terbang hingga 12.200 meter.

Paragraf tersebut seolah ingin menunjukkan bahwa janji yang disampaikan oleh pihak Sukhoi justru bertolak belakang dengan kenyataan yang sedang terjadi.

Demikian pula pada 11 Mei 2012 pukul 10.21 yang mengambil judul “Ini Kelebihan Sukhoi Superjet yang Dilirik Pembeli”. Dalam berita ini, kompas.com mengupas tentang kelebihan-kelebihan Sukhoi yang selama ini diunggulkan. Berikut adalah teks beritanya:

Dengan badan yang ramping, pesawat pun tidak butuh landasan yang panjang. Landasan 1.800 meter sudah cukup bagi SSJ 100. Kondisi tersebut membuat pesawat buatan Rusia ini cocok untuk penerbangan regional ke kota-kota kecil di Indonesia.

Teks yang dilansir kompas.com ini seolah ingin mengatakan bahwa Sukhoi telah melakukan penipuan karena janji dan rayuannya tidak sesuai harapan. Karena itu kompas.com ingin menekankan penyelesaiannya pada Sukhoi dan PT Trimarga Rekatama sebagai konsultan yang dianggap paling bertanggung jawab. Hal inilah yang membuat kompas.com berkali-kali menerbitkan pada 10 Mei 2012 pukul 09.37, pada 10 Mei 2012 pukul 14.19, dan pada 11 Mei 2012 pukul 14.41 yang menyatakan bahwa demo ini diselenggarakan oleh PT Trimarga Rekatama untuk memperkenalkan pesawat Sukhoi kepada perusahaan penerbangan di Indonesia.

#### Situs Vivanews.Com

**Tabel 4**

**Pencitraan vivanews.com terhadap Kecelakaan Pesawat Sukhoi Super Jet 100**

Define Problems (Pendefinisian masalah)	Kecerobohan Sukhoi
Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Sukhoi penyebab peristiwa kecelakaan dan penumpang adalah korban uji coba Sukhoi
Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)	Penumpang korban penipuan
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Sukhoi harus bertanggung jawab terhadap peristiwa kecelakaan

Sumber : Hasil Olahan Sendiri

Secara umum, pencitraan yang dilakukan situs vivanews.com hampir sama dengan situs kompas.com. Hanya saja, situs vivanews.com lebih terbuka dan bahasanya lebih lugas.

Situs vivanews.com mendefinisikan peristiwa kecelakaan Sukhoi sebagai sebuah kecerobohan. Hal ini tampak dari judul yang ditulis vivanews.com pada 9 Mei 2012 pukul 19.22 yang berbunyi “Pesawat hilang dikemudikan pilot Rusia”. Judul ini seolah menegaskan bahwa kecelakaan ini akibat kecerobohan pilot dari Rusia. Pernyataan ini semakin ditegaskan dalam paragraf kedua yang menyatakan

bahwa pesawat tidak kembali ke bandara pada waktu yang telah dijadwalkan. Saat diketahui hilang, bahan bakar yang ada dalam pesawat diperkirakan telah habis.

Sumber masalah dalam peristiwa ini, menurut [vivanews.com](http://vivanews.com) adalah Sukhoi. Keputusan untuk mengundang warga Indonesia ikut dalam uji coba adalah hal yang terlalu berani. Kata “uji coba” yang ditulis [vivanews.com](http://vivanews.com) seolah sesuatu yang kadarnya coba-coba sehingga bisa membahayakan keselamatan penumpang. Kata-kata uji coba ini seringkali diulang oleh [vivanews.com](http://vivanews.com) sebagaimana dalam teks berita pada 9 Mei 2012 pukul 19.22 dan pukul 20.10 serta pada 10 Mei 2012 pukul 11.19:

Pesawat penumpang terbaru buatan Rusia, Sukhoi Superjet-100 hilang dari radar saat uji coba terbang dari Pangkalan Udara Halim Perdanakusuma, Rabu 9 Mei 2012 siang.

Masyarakat Indonesia seolah menjadi korban penipuan atas iming-iming atau promosi yang dilakukan Sukhoi. Hal ini tampak dari judul “Agen Sukhoi Indonesia Berkantor di Ruko” dengan subjudul “Menempati satu ruas rumah-toko di sebuah gedung berlantai tiga di Pinangisia” (11 Mei 2012 pukul 18.35). Judul dan subjudul ini seolah memperlihatkan bahwa Sukhoi sebagai perusahaan pesawat terbang komersial yang tidak profesional. Hal ini juga tampak dalam subjudul yang dilansir pada 11 Mei 2012 pukul 13.50 yang berbunyi “Sukhoi menjanjikan teknologi modern dibanding produsen pesawat sipil lain”. Subjudul tersebut semakin menegaskan bahwa [vivanews.com](http://vivanews.com) menganggap bahwa Sukhoi melakukan pembohongan publik. Oleh karena itu, bagi [vivanews.com](http://vivanews.com), perusahaan pesawat Sukhoi harus bertanggung jawab atas peristiwa ini.

Dari analisis tersebut menunjukkan bahwa pencitraan yang dilakukan media selalu berbeda dalam melihat realitas meski dalam satu peristiwa. Oleh karena itu, untuk mendapatkan citra yang diinginkan oleh manajemen perusahaan, harus memahami secara persis proses seleksi apa yang terjadi ketika publik menerima informasi mengenai realitas yang terjadi (Wasesa dan Jim Macnamara, 2010:54)

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa situs detik.com mencitrakan peristiwa kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 sebagai peristiwa tragis. Situs kompas.com mencitrakan sebagai peristiwa yang merenggut kebahagiaan korban. Sedangkan situs vivanews.com mencitrakan sebagai sebuah kecerobohan dari pesawat Sukhoi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode analisis framing adalah sebuah metode teks alternatif yang selama ini masih jarang digunakan organisasi atau perusahaan dalam riset pencitraan. Ke depan metode ini bisa menjadi alat utama untuk mengetahui bagaimana pencitraan media terhadap organisasi atau perusahaan agar tetap terpelihara di mata masyarakat atau publik. .

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Argenti, Paul A. (2010). *Komunikasi Korporat*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Burton, Graeme (2011). *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar Kajian Televisi*. Terjemahan. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto (2008). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS
- Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis; An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper Colophon Books.
- Pawito (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Robshields (2011). *Virtual: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wasesa, Silih Agung dan Jim Macnamara (2010). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Iriantara, Yosol (2005). *Menjaga Iman dan Literasi Media*, dalam Idi Subandi Ibrahim (Ed.), "Media dan Citra Muslim: dari Spritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog". Yogyakarta: Jalasutra.

<http://www.eocommunity.com/showthread.php?tid=32773> diakses 13 Juli 2012