

ABSTRAKSI

Penelitian ini ingin menjawab bagaimana rubrik *Fokus* dan *Jendela Madura* pada majalah *Suramadu* dalam membingkai identitas kultural Madura. Penelitian ini hanya menggunakan satu majalah sebagai objek kajian. Berita yang dipilih pada rubrik *Fokus* dan *Jendela Madura* dilakukan secara *purposive sampling* dari edisi 1 Mei 2012 sampai edisi 16 Juni 2016, dan diperoleh 11 berita yang menjadi objek kajian. Penelitian menganalisa teks-teks berita mengenai kegiatan BPWS yang dikemas dengan menonjolkan identitas kultural Madura. Menggunakan perangkat framing dari model Pan & Kosicki yaitu, Sintaksis, Skrip, Tematik, Retoris.

Penelitian ini menemukan sejumlah bingkai dalam berita pada rubrik *Fokus* dan *Jendela Madura* tentang identitas kultural Madura tersebut dengan pendekatan yang berbeda. Bingkai tersebut terlihat dari pemilihan judul, teras, struktur penulisan teks berita, hingga bagaimana Majalah *Suramadu* membangun identitas kultural tersebut dari beberapa kegiatan yang dilakukan oleh BPWS. Pada berita di rubrik *Fokus* mengenai identitas budaya Madura, majalah *Suramadu* menurunkan judul “*Streotype* Madura” sedangkan di rubrik *Jendela Madura* menurunkan judul “Sapi Sonok Madura: Antara Estetika & Dignity” pada masing-masing beritanya. Kemudian pemilihan teras berita yang mengikuti judul tersebut juga mengindikasikan pendekatan yang berbeda untuk menyampaikan berita mengenai kegiatan BPWS sebagai perwujudan identitas kultural Madura yang ditampilkan dalam majalah. Identitas kultural Madura yang positif mencoba dibangun dalam majalah ini. Lebih jauh, hasil ini membuktikan bahwa Majalah *Suramadu* memiliki kewenangan dalam memberitakan budaya Madura yang mencitrakan BPWS sebagai badan pemerintah dengan tujuan melayani masyarakat guna pembangunan Madura.

Keywords: Framing, Media, Majalah Korporasi, Identitas Kultural

ABSTRACT

In this paper, researcher wants to answer how *Focus* and *Jendela Madura* section in *Suramadu* Magazine framed the cultural identity of Madura. This research have only one magazine used as object of study. The *Focus* and *Jendela Madura* section had been choosen with purposive sampling from May, 1st 2012 edition until June, 16th 2016 edition. From there researcher got 11 news that had been used as object of study. This research analyzed news texts about BPWS's events which packed with features of Madura's cultural identity using framing tools from Pan and Kosicki's models which are syntax, script, thematic, and rhetorical.

Researcher found that in *Focus* and *Jendela Madura* section, the cultural identity of Madura is presented with diferrent approaches. The approaches are including the title selection, the terraces, the structure of news text writing, and how *Suramadu* Magazine establishes its cultural identity from several activities undertaken by BPWS. One of the news on *Focus* section about the cultural identity of Madura, *Suramadu* Magazine chosed "Madura Streotype" title while in the *Jendela Madura* section it had title "*Sonok* Madura Cattle: Between Aesthetics & Dignity" in each news. Then the selection of news terraces that follow the titles also indicate different approaches to convey news about BPWS activities as embodiment of Madurese cultural identity presented in the magazine. The positive cultural identity of Madura is trying to be built in this magazine. Furthermore, this result proves that *Suramadu* magazine has authority in reporting Madurese culture that imaged BPWS as a government agency with the aim of serving the community for Madura development.

Keywords: Framing, Media, Coorporate Magazine, Cultural Identity