

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Abu Sayyaf merupakan kelompok yang lahir dari Moro National Liberation Front (MNLF) Front Pembebasan Muslim Moro. Kelompok ini sangat berpengaruh dalam memperjuangkan keberadaan dan kebebasan hak atas Muslim Moro di Filipina, tujuan awal dari gerakan ini adalah ingin memperjuangkan dan melindungi hak atas penduduk pribumi di Mindanao bagian Barat dan daerah Sulu yang mayoritasnya umat Muslim. Setelah Filipina Utara dikuasai oleh umat Kristen maka umat Muslim bergeser ke Filipina Selatan, agama Kristen dan Islam saling berkompetisi di Filipina untuk memperebutkan perhatian penduduk pribumi. Karena merasa wilayah mereka dikuasai oleh pendatang, maka upaya dari perjuangan Abu Sayyaf adalah ingin membangun sebuah negara Islam yang merdeka berdasarkan hukum dan syariah Islam (Ibrahim, 2009: 277).

Kelompok ini dipimpin oleh Abdurajak Janjalani, seorang pendakwah Filipina lulusan Universitas Ummul Qura di Makkah. Ketika ia dan beberapa militannya ingin membangun negara Islam yang merdeka, paham intoleransi menjadi landasan mereka dalam menyebarkan Islam, yaitu melalui jihad yang berasaskan memaksa umat Islam untuk berontak melalui perlawanan senjata dan yang menjadi target utama mereka adalah umat Kristen Filipina (Ibrahim, 2009: 277).

Pasca sepeninggalan Abdurajak Janjalani, Abu Sayyaf dipiampin oleh Khadafi Janjalani (saudara Abdurajak Janjalani) dengan tujuan yang sama yakni mendirikan negara Islam yang merdeka. Namun pada masa kepemimpinannya gerakan ini terpecah ke dalam beberapa faksi

yang berbeda, kegiatannya tidak lagi memperjuangkan dan melindungi hak umat Muslim di Filipina Selatan tetapi lebih kepada kegiatan kriminalitas seperti perampokan, pengeboman, dan penculikan. Tidak ada di dalamnya memperjuangkan unsur politik, ekonomi serta membangun negara Islam yang damai di Filipina seperti awal mula gerakan ini dibentuk (www.kabarmakkah.com, diakses pada tanggal 1 Desember 2016).

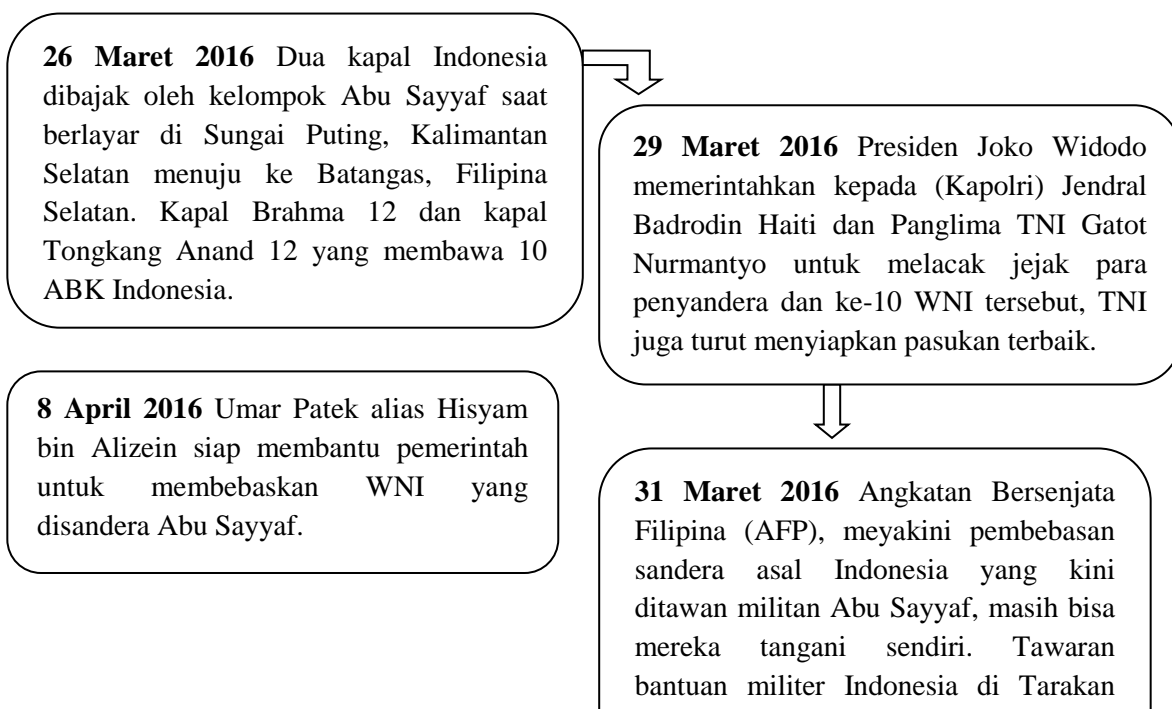
Abu Sayyaf telah lama dikenal melakukan aksi penculikan, pemenggalan, pemboman dan pemerasan. Kelompok ini dicurigai memiliki pengaruh besar pada kelompok-kelompok teror lainnya di Asia Tenggara. Pada tanggal 26 Maret 2016 masyarakat Indonesia dihebohkan dengan berita penyanderaan dua kapal Indonesia yang dibajak oleh kelompok Abu Sayyaf saat sedang berlayar di Sungai Puting, Kalimantan Selatan menuju ke Batangas, Filipina Selatan. Kini mereka menuntut uang tebusan sebesar 50 juta Peso Filipina atau sekitar Rp15 miliar untuk pembebasan para sandera Indonesia. Penjaga pantai Malaysia menemukan tongkang pengangkut batubara yang hanyut tersebut. Tongkang yang membawa 7.000 ton batu bara itu terlihat hari Minggu di Lahad Datu, negara bagian timur Sabah. Diduga kelompok jaringan Abu Sayyaf pada tanggal 26 Maret naik ke kapal, menyandera 10 awak kapal, namun kemudian melepaskan tongkang pengangkut batubara (Pujayanti, 2016: 5)

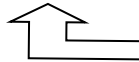
Dua kapal yang dibajak itu adalah kapal Brahma 12 dan kapal Tongkang Anand 12 yang membawa 10 orang awak kapal berkewarganegaraan Indonesia. Kasus ini pun menjadi perhatian negara lain, Presiden Joko Widodo beserta jajarannya berupaya sekuat tenaga memikirkan bagaimana menyelamatkan 10 ABK WNI yang disandera oleh kelompok Abu Sayyaf (www.kabarmakkah.com, diakses pada tanggal 1 Desember 2016).

Kasus ini menyita perhatian masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah Muslim, semakin banyak yang memerhatikan kelompok Abu Sayyaf maka misi dari menyebarkan Islam lewat perlawanan senjata dianggap sukses dan mendapatkan perhatian besar bagi umat Muslim terbesar di dunia yaitu masyarakat Indonesia.

Media massa menjadi alat yang ampuh untuk menyampaikan pesan, karena dianggap; pertama, sebagai perangkat komunikasi antara pengirim dan penerima. Kedua, sebagai industri atau organisasi. Ketiga, teks media massa sebagai komoditas yang diproduksi oleh industri media. Keempat, teks media massa sebagai produk budaya yang memiliki nilai, sosial, budaya, dan politik. Kelima, media massa sebagai agen perubahan sosial dan globalisasi. Keenam, media massa sebagai agen sosialisasi dan sumber yang kuat dari makna sosial (Devereux dalam Junaedi, 2014 : 58). Media massa seharusnya digunakan sebagai saluran untuk mencapai masyarakat umum dalam memperoleh informasi dan mendiskusikan masalah-masalah yang penting (Suyuti, 2003:31).

Bagan 1.1 Kronologis penyanderaan hingga pembebasan 10 WNI yang dikutip dari media online Merdeka.com (diakses pada 1 Desember 2016)





10-12 April 2016 18 Prajurit Filipina tewas dalam operasi pembebasan di Pulau Jolo, Basilan. Mereka tiba-tiba disergap dalam perjalanan menuju medan pertempuran, namun lima militan berhasil ditembak mati. Operasi lanjutan dilakukan selama 10 jam dan dipastikan 13 militan tewas.



26 April 2016 Abu Sayyaf mengeksekusi tiga sandera asing dan satu tawanan asli Filipina. Tentara Filipina menemukan kepala pria di salah satu pulau kosong yaitu di Jolo. Penemuan itu terjadi lima jam setelah tenggat pembayaran tebusan lewat.



29 April 2016 Militer Filipina mengerahkan pesawat tempur dan membombardir titik-titik diduga markas Abu Sayyaf di pedalaman Pulau Jolo, Provinsi Sulu. Hari itu menjadi hari terakhir Brigadir Jenderal Alan Arrojado selama delapan bulan terakhir memimpin Bridgade 501 Provinsi Sulu. Ia dicopot dan digantikan oleh Kolonel Jose Faustino selepas satu sandera asal Kanada yang dipenggal oleh Abu Sayyaf. Kabarnya Arrojado bersitegang melawan atasannya Mayor Jenderal Gerrardo Barrientos, mereka beradu pendapat soal strategi pembebasan para sandera.

1 Mei 2016 Merupakan hari yang bersejarah bagi 10 ABK Warga Negara Indonesia, mereka telah dibebaskan oleh kelompok militan Abu Sayyaf di daerah Sulu pada hari Minggu.

...un membuat gempur tanah air dan para awak media, ...mber berita. Berita adalah tentang laporan tercepat ...benar, menarik dan ...atau penting bagi sebagian besar

khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on line *internet* (Sumadiria,2005:65).

Pasca bebasnya 10 WNI yang disandera, Metro Tv sebagai televisi yang mengunggulkan berita sebagai program utamanya menayangkan berita pembebasan tawanan tersebut dengan memberikan kesaksian yang mengejutkan masyarakat Indonesia, liputan secara *exclusive live* berupa wawancara dengan para sandera di dalam pesawat milik Tim Kemanusiaan Surya Paloh

Yayasan Sukma di Balikpapan. Wawancara tersebut dilakukan ketika perjalanan pulang 10 WNI yang disandera, tidak hanya wawancara eksklusif saja yang diberikan Metro Tv namun seiring berjalannya waktu dari pembebasan 10 WNI yang disandera, Yayasan Sukma (Sekolah Sukma Bangsa di Aceh) dibawah pimpinan Ahmad Baidowi dan Samsul Rizal Panggabean, kelompok Media Group, Partai Nasdem dibawah Ketua Fraksi DPR Victor B Laiskodat yang menjadi anggota DPR Fraksi Nasdem Mayjen (Purn) Supiadin, yang juga dinaungi Surya Paloh menegaskan bahwa pembebasan 10 WNI tersebut adalah upaya tim khusus yang dikirim Yayasan Sukma untuk membebaskan sandera.

Hal ini membuat beberapa pihak baik Menteri Luar Negeri dan lembaga lainnya yang ikut membantu sangat merasa tersinggung atas pengakuan yang mereka berikan. Di bawah ini merupakan bukti dari klaim atas Yayasan Sukma ketika memberikan pernyataan bahwa mereka (pihak Surya Paloh) adalah satu-satunya pihak yang berhasil membebaskan 10 WNI yang disandera melalui negosiasi yang panjang.

Reporter Metro TV Maralizia Hasni, mewawancari Victor Laiskodat yang merupakan anggota DPR RI Komisi I yang menjabat sebagai Ketua Fraksi Partai Nasdem. Victor menceritakan bahwa pembebasan 10 WNI yang disandera oleh kelompok Abu Sayyaf tidak terlepas dari bantuan kelompok kemanusiaan Surya Paloh yang dibangun oleh Media Grup dengan nama Yayasan Sukma (<https://youtu.be/IY15r5Jz51l>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2016).

Victor melanjutkan pernyataannya bahwa, Yayasan Sukma pernah mengirim beberapa guru untuk mengajar di Mindanao dan hal tersebut membuat hubungan antara pesantren dan beberapa guru di Mindanao bisa membantu pihak Yayasan Sukma untuk berupaya membebaskan

10 WNI yang disandera, Victor menjelaskan bahwa tidak ada pengeluaran bentuk uang dalam pembebasan tersebut, upaya yang dilakukan mutlak adalah mengendalikan hubungan kedekatan antara pihak Yayasan Sukma dan para guru yang ada di Mindanao. Ia juga menekankan bahwa pembebasan 10 WNI ini tidak terlepas oleh kemurahan hati Bapak Surya Paloh, yang rela memberikan seluruh pikiran, tenaga, serta daya dan upaya dalam pembebasan sandera ini (<https://youtu.be/1Y15r5Jz5ll>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2016).

Sebelumnya, Metro Tv memberitakan pembebasan tawanan Abu Sayyaf oleh reporter Metro Tv, Desi Fitriani Minggu (1/5/2016) menayangkan siaran *exclusive live* di Sulu, Filipina. Dengan mengangkat judul berita “Detik-detik pembebasan 10 WNI”, ia bercerita bahwa pembebasan 10 WNI yang disandera dilakukan secara cepat yaitu kurang lebih 2 menit, ia menjelaskan bahwa ketika serah terima sandera dilakukan, hanya ada 1 orang warga negara Indonesia yaitu bapak Baedowi, dari Yayasan Sukma yang melakukan negosiasi secara alot kepada pihak penyandera hingga pada akhirnya 10 WNI bisa dibebaskan (<https://youtu.be/KIW-1gmt0hY>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2016).

Deputi Chairman Media Group Rerie L. Moerdijat mengungkapkan, pembebasan sandera juga dilakukan atas kerja tim kemanusiaan Surya Paloh, yang merupakan sinergi jaringan pendidikan Yayasan Sukma (Sekolah Sukma Bangsa di Aceh) ia menjelaskan bahwa “upaya dan proses pembebasan dilakukan oleh tim kemanusiaan Surya Paloh sejak 3 April 2016. Negosiasi pembebasan sandera dilakukan jaringan Yayasan Sukma dengan melakukan dialog langsung dengan sejumlah tokoh masyarakat, LSM, lembaga kemanusiaan di daerah Sulu yang memiliki akses langsung ke Abu Sayyaf di bawah koordinasi langsung pemerintah Republik Indonesia,” kata Rerie dalam keterangannya (m.tribunnews.com, diakses pada tanggal 3 Desember 2016).

Munculnya klaim atas pernyataan pihak Yayasan Sukma bahwa merekalah satu-satunya pihak yang membebaskan 10 WNI yang disandera oleh kelompok militan Abu Sayyaf di Filipina, hal ini membuat geram beberapa pihak yang turut membantu dalam proses pembebasannya. Presiden Joko Widodo menyebut bahwa pembebasan sandera merupakan sinergi elemen seluruh pemerintah. Presiden saat menggelar konferensi pers di Istana Bogor, Jawa Barat, Minggu (1/5) malam, menyatakan bahwa penyelamatan 10 ABK dari penyanderaan Abu Sayyaf tersebut tidak akan terwujud jika tidak ada kerjasama yang baik antarkedua negara (m.gresnews.com, diakses pada tanggal 3 Desember 2016).

Menteri Luar Negeri Retno Marsudi mengemukakan bahwa pembebasan 10 sandera WNI merupakan hasil dari diplomasi total yang melibatkan banyak pihak. Mayjen TNI Purn, Kivlan Zen, melalui wawancara jarak jauh Tv ONE dari Zamboanga, Filipina Selatan (01/5/2016), mendukung pernyataan Presiden Jokowi dan Menlu RI Retno Marsudi bahwa pembebasan 10 sandera WNI merupakan kerja sama banyak pihak, yang dimotori pemerintah RI dibantu pemerintah Filipina melalui operasi militer Filipina untuk menekan penyandera sehingga mereka terdesak, serta operasi intelejen dari Mabes TNI dibantu operasi Intelijen Angkatan Bersenjata Filipina yang disebut Armed Forces of Phillipines (nasional.kompas.com, diakses pada tanggal 3 Desember 2016).

Dalam acara Indonesia Lawyers Club di Tv One, Karni Ilyas menggunakan kesempatan ini untuk mengulik dan meluruskan paham-paham sebagian oknum yang ingin diakui, disegani dan dihormati dalam pembebasan 10 WNI yang disandera Abu Sayyaf. “Siapa Di Balik Pembebasan Sandera?”, menjadi judul pada acara tersebut serta mengundang banyak pihak yang membantu pembebasan sandera untuk memberikan kesaksian dan keterangan kejadian yang sebenarnya (<https://youtu.be/jUns-HSFqjQ>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2016).

Pada kesempatan itu, Karni mencoba menghubungi Kivlan Zein yang ditunjuk sebagai tim pembebasan sandera dari PT perusahaan kapal yang dibajak Abu Sayyaf, dari Kivlan Zein menyampaikan bahwa uang 50 juta peso sudah dipersiapkan sementara dari kubu Tim Kemanusiaan Surya Paloh yang diwakili Victor Laiskodat menyampaikan bahwa pembebasan sandera bukanlah dari adanya uang tebusan, mereka menggunakan jalur pendidikan yaitu memberikan 40 kg Al-Qur'an, kopian dari Aceh, rempeyek dan bakpia yang digunakan untuk membebaskan WNI yang disandera Abu Sayyaf. Dua hal ini adalah salah satu dari banyaknya upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mencoba membantu pemerintah untuk membebaskan WNI yang disandera dan mengapa hal ini diperdebatkan? Apakah ingin dilihat menjadi pahlawan oleh bangsa Indonesia? atau adakah maksud dan tujuan lain ketika melakukan bantuan tersebut, inilah yang menjadi pertanyaan peneliti dalam penelitian ini.

Yayasan Sukma yang menghebohkan masyarakat Indonesia dalam proses pembebasan WNI yang disandera ini kembali membuka ingatan masyarakat tentang Yayasan Sukma atau yang lebih dikenal masyarakat "Sekolah Sukma Bangsa Aceh" yang didirikan oleh Surya Paloh dari hasil yang didapatkan ketika masyarakat menyumbang untuk korban tsunami di Aceh lewat tayangan Metro Tv, Apakah aksi klaim ini ingin memperlihatkan kembali bahwa Surya Paloh dan orang-orangnya ingin diakui keberadaannya, ingin menjadi pahlawan bagi warga Indonesia, menjadi pelopor kedamaian atau sebagainya.

Media dan kekuasaan menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan, mereka membuat ideologi yang membentuk perspektif versinya sendiri. Tentunya sudut pandang yang dimiliki setiap media mempengaruhi para awak media di dalamnya, baik reporter, juru kamera, dan produser.

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Oji Kurniadi, berjudul “Budaya Jurnalistik Di Metro Tv”, pada Jurnal Kajian Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Volume 1, No. 2, Desember 2013, ia menjelaskan bahwa Metro Tv merupakan stasiun televisi pertama yang menjadikan berita sebagai program utamanya dan menjadi *Top of Mind* sebagai sumber informasi utama bagi pencari berita. Kepentingan pemilik masih cukup kuat dalam mewarnai isi berita, Metro Tv dalam menghadapi persaingannya.

Ketika maju sebagai calon RI 1 mereka berusaha merangkul kalangan muda (mahasiswa dan pelajar) dengan membuat program acara khusus seperti *wideshot* atau *galau night* dan kalau televisi swasta lain sangat mengandalkan rating dan share dalam menjaring pendapatan dari iklan, maka Metro Tv lebih mengandalkan indeks. Model pemberitaan di Metro Tv juga menjadi *trend setter* bagi televisi-televisi swasta lainnya. Penayangan aktivitas politik dari pemiliknya (Nasional Demokrat) membuat seolah-olah Metro Tv merupakan official Tv Nasdem.

Di sisi lain Metro Tv seringkali mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah dan pelaku politik tertentu dibandingkan dengan keberhasilan yang dicapai dalam program-program acaranya baik program berita maupun program lainnya. Kondisi ini mau tidak mau menyeret Metro Tv sebagai televisi berita yang tidak netral. “Metro Tv juga membawa beban sebagai media pengusaha atau politisi tertentu yang membawa bias kepentingan bisnis dan politik (jurnal.unpad.ac.id diakses pada 10 November 2016).

Rafik Daris Salam dalam tulisannya di eJournal Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Konstruksi Realitas Berita Tentang Prabowo Dalam Kasus Hak Asasi Manusia (Ham) Tahun 1998 Di Metro Tv” menyimpulkan bahwa pemberitaan Prabowo terkait pelanggaran HAM pada tahun 1998 yang dalam beritanya Metro Tv memiliki muatan politik untuk menjatuhkan Prabowo dalam pemilihan presiden 9 Juni 2014. Media massa seharusnya netral dan tidak

memihak pada kepentingan politik, sekarang media massa banyak ditunggangi kepentingan-kepentingan politik.

Dalam penelitian ini, Metro Tv membuat propaganda terhadap Prabowo sebagai orang yang bertanggung jawab terkait dengan kasus pelanggaran HAM berat atas penembakan dan penculikan aktivis. Bermula dari berita di media Metro Tv ingin menonjolkan penolakan yang dilakukan oleh IKOHI terhadap pencalonan Prabowo, dalam pemilihan sumber informasi yang diambil oleh media Metro Tv tidak berimbang karena dipilih dari narasumber yang jelas menolak Prabowo dan Metro Tv tidak menyertakan narasumber pembela dari kubu Prabowo, dari situlah media Metro Tv menampilkan figur sosok Jokowi sebagai lawan politik Prabowo dengan pemberitaan-pemberitaan yang bersih, sederhana dan yang paling penting tidak terjerat pada kasus pelanggaran HAM.

Pada poin di atas, peneliti menarik kesimpulan media Metro Tv yang telah diatur oleh pemilik media tersebut yaitu Surya Paloh membentuk dan mengkonstruksikan pemberitaan-pemberitaan Prabowo terkait dengan kasus pelanggaran HAM untuk membentuk propaganda pada figur Prabowo tersebut. Ini dilihat dari siapa saja koalisi pendukung yang dimiliki masing-masing kandidat presiden tersebut (ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id diakses pada 10 November 2016).

Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya yang sudah dipaparkan di atas, peneliti ingin menjelaskan tentang bagaimana media Metro Tv memberikan informasi yang tidak netral. Berita dilihat dari pandangan kritis ini menjelaskan bahwa seorang reporter dalam menyampaikan sebuah informasi bukanlah hasil dari realitas yang terjadi, namun realitas yang

diberikan adalah hasil dari ideologi instansi tersebut yang kemudian dituangkannya menjadi sebuah berita yang harus diyakini kebenarannya.

Berita tentang kasus penyanderaan 10 WNI oleh Abu Sayyaf ini menjadi sorotan masyarakat Indonesia dan mancanegara karena adanya klaim atas kerja tim Yayasan Sukma yang harus diakui oleh masyarakat luas Indonesia. Selain itu Metro Tv lagi-lagi digunakan sebagai senjata perpolitikan, mereka bersikeras menjadi satu-satunya yang melakukan negosiasi secara alot dengan Abu Sayyaf sehingga sandera bisa dibebaskan. Surya Paloh beserta timnya ingin membangun citra positif dan humanis, agar masyarakat simpatik terhadap apa yang sudah dilakukannya. Intinya Metro Tv kembali memberikan info yang tidak netral karena adanya kepentingan tertentu dalam usaha yang sudah membuat namanya naik daun di media maupun dunia perpolitikan.

Jika dilihat dari rangkuman di atas, klaim atas pembebasan 10 WNI yang disandera kelompok Abu Sayyaf merupakan wujud dari upaya Metro Tv dan Partai Nasdem dalam menyadarkan masyarakat bahwa keduanya peduli kemanusiaan agar meningkatkan citra positif bagi Metro TV dan Surya Paloh. Bagi peneliti ada satu hal yang menarik, media selain Metro Tv tidak ada yang memberitakan pembebasan tawanan Abu Sayyaf berkat bantuan Yayasan Sukma dan juga Surya Paloh.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis dalam penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana wacana pemberitaan pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf di Metro Tv periode bulan Maret-Mei 2016?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana media khususnya Metro TV mendeskripsikan wacana pemberitaan pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf di Metro Tv periode bulan Maret-Mei 2016.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah nilai pembelajaran dalam sisi akademis melalui analisis wacana, sehingga dapat memahami dan mengkritisi tentang realitas yang ada dalam sebuah berita/informasi yang dikemas oleh media serta berbagai konstruksi di dalamnya. Sehingga nantinya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Kepada Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) serta lembaga pengawasan penyiaran lainnya agar kiranya lebih bisa mengawasi dan selektif dalam memilih program acara yang akan disuguhkan oleh masyarakat terutama media televisi dalam memberikan informasi agar tidak terjadi hal yang melanggar etika jurnalistik.

b. Kepada lembaga terkait yaitu media televisi diharapkan untuk mengikuti standar penyiaran yang sudah ditentukan sesuai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dan kepada jurnalis muda sudah saatnya memerhatikan P3SPS dalam membuat berita ataupun tulisan mengenai media massa khususnya penyiaran.

c. Kepada masyarakat harus bisa selektif dan kritis dalam menerima informasi yang diberikan oleh media terutama televisi.

E. Kerangka Teori

1. Berita dalam Paradigma Kritis

Berita umumnya ditayangkan pada pagi, siang dan malam hari. Pemilihan jam tayang tersebut berdasarkan perilaku khalayak yang biasanya memiliki waktu senggang untuk menonton televisi di waktu-waktu tersebut (Junaedi, 2014:127). Sebuah berita memiliki proses yang panjang untuk dimuat di media massa, Hesti Dwi Yulianti dan Masduki menceritakan tahapan dalam memproduksi sebuah berita di Banjarmasin TV dan Banjar TV.

Pada bagian pemberitaan, di Banjar TV dikepalai oleh koordinator liputan. Pada tahap pra produksi kegiatan awal adalah mengumpulkan bahan-bahan informasi yang sedang berkembang di media massa, baik cetak maupun elektronik. Selanjutnya info yang didapat disampaikan ke media stasiun televisi Banjar TV, hal ini mengindikasikan bahwa berita yang akan diliput adalah berita yang telah direncanakan. Koordinator membantu pembagian peran dalam peliputan, produser berita akan menentukan tim yang akan terjun di lapangan ia dibantu oleh redaktur kepala untuk menyusun jadwal reporter serta juru kamera yang akan meliput ke lokasi pemberitaan.

Seorang reporter harus memiliki wawasan yang luas dan inisiatif yang tinggi agar ketika terjun langsung di lapangan bisa mengolah ide untuk liputannya, wawancara kepada nara sumber dan informasi dari media massa menjadi bahan utama seorang reporter. Sebelum turun ke lapangan dilakukan pengecekan peralatan, terutama kamera dan alat-alat penunjang lainnya agar ketika melakukan peliputan tidak terjadi hambatan (Yulianti dan Masduki dalam Junaedi, 2014:132-133). Pembuatan berita bukan hanya mementingkan kepuasan audiens akan tetapi rumitnya proses pembuatan berita karena ada banyaknya kepentingan dan perspektif yang dapat

mempengaruhi proses pembuatan berita tersebut menjadi salah satu kendala yang besar dan pasti dialami oleh setiap *crew* di setiap media.

Dalam penyajiannya, proses pembuatan berita membutuhkan peralatan teknis yang cukup lengkap untuk menayangkan berita tersebut. Proses produksi berita televisi yang kebanyakan berada di dalam studio atau biasa disebut dengan *newsroom* adalah tempat khusus untuk menyiarkan berita yang telah siap ditayangkan dengan didukung peralatan teknis yang cukup lengkap. *Newsroom* merupakan bagian terpenting dalam sebuah stasiun televisi, karena di sinilah berita diproduksi, yang menjadi andalan citra sebuah stasiun televisi (Ishadi, 2014:41).

Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan, *news* atau berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Charnley dan James M.Neal menuturkan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini kecenderungan, situasi dan kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak (Jonathans dalam Mirza dalam Sumadiria, 2005:64). Fungsi berita saat ini telah masuk ke dalam sistem politik yang demokratis, melalui berita tersebut aktor politik mengirim pesan-pesan politik yang dibentuk oleh pola fikir/ideologi para jurnalis (McNair dalam Junaedi,2013:37).

Thomas Khun dikenal sebagai orang pertama yang mempopulerkan istilah paradigma. Paradigma atau dalam bidang keilmuan sering disebut sebagai (*perspective*), terkadang disebut mazhab pemikiran (*school of thought*) atau teori (Mulyana dalam Yasir, 2012:9). Paradigma secara sederhana dapat diartikan sebagai kaca mata atau cara pandang untuk memahami dunia nyata. Paradigma pulalah yang memengaruhi pandangan seseorang apa yang baik dan buruk, adil dan yang tidak adil (Yasir, 2012:10).

Ada beberapa prinsip yang digunakan dalam paradigma kritis; teori ini menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu sosial interpretif yang harus memahami pengalaman manusia dalam konteksnya, bagaimana kelompok sosial dikekang dan ditindas. Kemudian teori ini mengkaji kondisi sosial untuk mengungkap struktur yang seringkali sembunyi, seperti memahami bagaimana seseorang ditindas dan kita bisa mengubah kekuatan si penindas. Terakhir teori ini secara sadar menggabungkan teori dan tindakan (praksis), yaitu mendorong praksis menuju pada perubahan sosial yang lebih baik ditambah dengan teori pengetahuan lainnya (Yasir, 2012:13).

Berita dalam paradigma kritis memaparkan:

a. Media : Media bukan hanya alat dari kelompok dominan, tetapi juga memproduksi ideologi dominan, membantu kelompok dominan menyebarluaskan gagasannya, mengontrol kelompok lain dan membentuk kesepakatan antar anggota komunitas. Lewat media, ideologi dominan tersalurkan, apa yang baik dan apa yang buruk dimapankan (Eriyanto 2005:36). Media bukan sarana yang netral untuk menampilkan kekuatan dan kelompok dalam masyarakat secara apa adanya, tetapi kelompok dan ideologi yang dominan itulah yang akan tampil dalam pemberitaan. Titik penting memahami media menurut paradigma kritis adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan, pada akhirnya kelompok dominanlah yang menguasai pembicaraan dan menentukan wacana (Eriyanto,2005:37).

b. Fakta : Realitas dibentuk oleh kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang dialami oleh masyarakat. Berita bukanlah cerminan dari realitas, melainkan bentuk dari cerminan para pemilik modal (kelompok dominan). Untuk mengharapkan realitas apa adanya sangat sulit, karena sudah tercelup oleh kelompok ekonomi dan politik, Stuart Hall dalam Eriyanto 2005:31). Makna yang muncul telah ditransformasikan melalui bahasa, dan ideologi para wartawan,

realitas wartawan sesungguhnya adalah realitas yang telah terdistorsi. Realitas itu telah disaring dan disuarakan oleh kelompok yang dominan dalam masyarakat (Eriyanto,2005:32)

c. Wartawan : Wartawan dalam menghasilkan berita tidak mungkin mengesampingkan atau menghilangkan aspek etika, moral dan nilai-nilai tertentu, keberpihakannya pada satu kelompok atau nilai tertentu adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas. Ia bukanlah pelapor, karena pada dasarnya ia merupakan partisipasi kelompok dominan, ia menulis berita bukan hanya sebagai penyampai pesan tetapi ia juga membentuk realitas sesuai dengan kepentingan kelompoknya. Karena wartawan adalah anggota dari kelompok yang akan menilai sesuatu dengan kepentingan kelompoknya (Eriyanto,2005:41).

d. Hasil Liputan : Hasil liputan wartawan mencerminkan ideologi wartawan dan kepentingan tertentu, mereka tidak bisa dikatakan objektif karena termasuk dalam kelompok sosial tersebut. Bahasa yang digunakan terlihat mengunggulkan dan memarjinalkan kelompok lain. Ketika mereka menulis berita dari satu sisi, artinya mereka hanya mewawancarai satu pihak saja, mereka juga memasukkan opini pribadi karena semua itu merupakan kerangka ideologi wartawan. Mereka bahkan tidak bisa menghindari diri dari stereotipe, oleh karena itu lewat berita mereka dapat menuangkan ideologi untuk memarjinalkan kelompok lain (Eriyanto, 2005:44-45).

Media dan saluran komunikasi sosial dipenuhi oleh prasangka, retorika, dan propaganda. Paradigma kritis merupakan paradigma yang menggambarkan bahwa sebuah realitas yang dikonstruksikan di media merupakan realitas yang semu kemudian dimodifikasi dan dipengaruhi konstruksi sosial, politik, budaya, ekonomi etnik, dan gender (Yasir, 2012:11).

Negara berkembang seperti Indonesia, seringkali para wartawannya berada dibawah pengaruh para pemimpin medianya. Dengan kata lain, wartawan seringkali tidak berada dalam

posisi yang betul-betul independen untuk termuatnya sebuah berita. Para individu yang dimaksud adalah mereka yang berada dalam rentang posisi sebagai pengambil keputusan dalam produksi pesan. Mereka, pemilik modal, editor, dan jajaran manajer, yang menentukan arah dan warna media yang digunakannya. Persoalannya adalah penguasaan media cenderung diarahkan bagi kepentingan pemilik dan kelompoknya (Birowo, 2004:128).

Tugas wartawan dalam konteks ini adalah memahami pengertian kepentingan publik dan jenis-jenis isu apa yang relevan dengan publik sehingga dalam bekerja, wartawan dituntut mampu membuat liputan isu publik menjadi menarik. Menarik dalam hal ini yaitu terkait menulis berita, dan artistik audio visual sebagai elemen penyajian berita. *Angle* berita seharusnya berpihak kepada kepentingan publik, bukan hanya mengutamakan pemberitaan terkait pemilik media dalam membentuk citranya kepada publik (Rianto, dkk, 2014:175).

Menurut Stuart Hall dalam Eriyanto (2005:25), paradigma kritis bukan hanya mengubah pandangan mengenai realitas yang dipandang alamiah oleh kaum pluralis, tetapi juga berargumentasi bahwa media adalah kunci utama dari sebuah pertarungan kekuasaan. Karena melalui media, nilai-nilai kelompok dominan dimapankan, dibuat berpengaruh, dan menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak. Dalam proses pembentukan realitas, Stuart Hall menekankan pada dua titik, yaitu bahasa dan penandaan politik. Penandaan politik disini diartikan sebagai bagaimana praktik sosial dalam membentuk makna, mengontrol, dan menentukan makna. Media berperan dalam menandakan peristiwa atau realitas dalam pandangan tertentu, dan menunjukkan bagaimana kekuasaan ideologi berperan (Yazid, 2014: 34-35).

2. Ekonomi Politik Media

Vincent Moscow berpendapat bahwa teori ini dipandang sebagai studi tentang hubungan sosial khususnya untuk kaum dominan yang memiliki kekuatan dalam memproduksi, mendistribusi, dan mengonsumsi sebuah sumber informasi.

Sedangkan kegunaan ekonomi politik dalam kajian ilmu komunikasi adalah untuk menggambarkan serta menjelaskan proses pemahaman dari produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas komunikasi (informasi yang sudah dibentuk oleh ideologi kaum dominan), serta pemahaman tentang pembuatan peraturan struktur suatu media (Moscow dalam Halim, 2013 :37).

Ekonomi politik kritis menjelaskan bahwa masyarakat kapitalis menjadi kelompok (kelas) yang mendominasi, sementara media dibentuk untuk melakukan apa yang menjadi kepentingan kelas-kelas tertentu, pada akhirnya media menyuguhkan budaya kaum dominan dan masyarakat pun menikmati apa yang ditayangkan oleh media tersebut. Perspektif ini menjelaskan bahwa segala sesuatu pada akhirnya akan dikaitkan dengan kekuatan ekonomi. Kaum kapitalis menggunakan kekuatannya untuk kepentingan apapun, sehingga terbentuk pasar komersial yang memberikan informasi kepada publik sesuai dengan kepentingannya (Alfarabi, 2010:1-2).

Menurut McQuail, teori ekonomi politik media merupakan cabang dari teori kritis media. Ada lima cabang utama teori kritis media, *pertama* adalah Marxisme klasik yang menganggap media sebagai alat bantu dari kelas dominan yang membuat mereka tertarik untuk mendapatkan keuntungannya, media menyebarkan ideologi kaum dominan dan menindas golongan tertentu (Littlejohn dalam Dwita, 2014:12). *Kedua* (*political-economic media theory*) teori ini menyalahkan kepemilikan media sebagai keburukan bagi masyarakat, karena menganggap bahwa isi media merupakan komoditas yang akan diperjualbelikan di pasar dan informasi yang

disebarkan telah diatur oleh penguasa pasar tersebut (kaum dominan) sehingga kebutuhan masyarakat sudah diaduk oleh kepentingan pemilik media tersebut (Dwita, 2014: 12).

Ketiga adalah teori Frankfurt School yang memandang media sebagai cara untuk membangun budaya, dalam hal ini media menghasilkan dominasi ideologi golongan atas hasil yang didapatkan dengan manipulasi media terhadap gambaran dan simbol untuk keuntungan golongan yang dominan. *Keempat* adalah teori hegemoni (*hegemonic theory*) yang merupakan dominasi ideologi palsu atau cara pikir terhadap kondisi sebenarnya, ideologi tidak disebabkan oleh sistem ekonomi saja tetapi ditanamkan secara mendalam pada semua kegiatan masyarakat, ia tidak dipaksakan oleh salah satu kelompok, tetapi bersifat persuasif dan tidak sadar. *Kelima* adalah penelitian budaya yang sangat bergantung pada semiotik, para peneliti ini tertarik pada pemaknaan budaya tentang hasil-hasil media. Peneliti ini melihat pada cara-cara isi media ditafsirkan, termasuk penafsiran yang dominan dan oposisional (Dwita, 2014: 13).

Peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Hal ini terjadi karena dua faktor yang saling berkaitan. *Pertama*, dewasa ini politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*), yakni media massa yang hampir mustahil kehidupan politik dipisahkan dari media massa. Aktor politik senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar aktivitas politiknya memperoleh liputan dari media. *Kedua*, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik tersebut bersifat kegiatan rutin, seumpamanya rapat rutin partai, pertemuan seorang tokoh politik dengan para pendukungnya (Hamad, 2004 : 2).

Pendekatan kritis ekonomi politik media dicirikan oleh tiga karakter sentral. *Pertama*, pendekatan ekonomi-politik bersifat holistik yang meneliti secara menyeluruh antara sosial,

politik, dan budaya dalam suatu masyarakat. Perusahaan media, struktur, interaksi antara pers dan berbagai kelompok sosial yang muncul dalam proses memproduksi dan mengonsumsi produk media. Teori ini memperlihatkan realitas yang terjadi sesungguhnya di dunia media dan perpolitikan, ketika pemilik media berada di salah satu partai politik maka ia akan memanfaatkan kekuasaannya (Sudibyo, 2004:7-8).

Kedua, pendekatan kritis ekonomi politik media bersifat historis, yang melihat sejarah dan perubahan yang terjadi akibat kapitalisme media. Orientasi historis tersebut dikembangkan oleh *New Canadian Politic Economy* yang menempatkan ekonomi politik sebagai studi proses perubahan sosial sebagai produk interaksi dalam hal ekonomi, politik, kultur, dan ideologi. Dalam hal ini hegemoni media bekerja di dalamnya. *Ketiga*, pendekatan ekonomi politik bersifat praksis, yang memerhatikan terhadap segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka mengubah keadaan, perubahan sosial, kapitalisme. Media memperlihatkan tanggapan dari masyarakat (Sudibyo, 2004: 8).

Bagi kalangan ekonomi, televisi sering dimanfaatkan sebagai media iklan yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, sementara bagi kalangan politik, televisi sering dimanfaatkan sebagai media kampanye untuk menggalang massa dan menyerang lawan politiknya (Jahja dalam Hutari, 2015:207). Media massa mampu menghasilkan pendapatan perekonomian negara, tetapi di sisi lain ia juga menyebarkan dan memperkuat struktur ekonomi dan politik tertentu. Fungsinya tidak hanya fokus pada sosial dan politik tetapi juga menjalankan fungsi ideologis (Sudibyo, 2004:1-2).

Media massa khususnya televisi mulai beroperasi untuk pertama kali pada tahun 1962 untuk mempropagandakan Indonesia ke dunia Internasional bersamaan dengan penyelenggaraan

pesta olah raga Asian Games ke-4 di Jakarta. Selanjutnya televisi digunakan sebagai perangkat negara yang memberikan informasi tentang apa yang dilakukan oleh Presiden serta jajaran pemerintahan Indonesia pada masa itu.

Pada tanggal 20 Oktober 1963, dikeluarkanlah Keppres No. 215/1963 tentang pembentukan Yayasan TVRI dengan Pimpinan Umum Presiden RI, memasuki tahun 1975 TVRI juga ditetapkan sebagai unit Pelaksana Teknis (UPT) Departemen Penerangan dengan diterbitkannya SK Menteri Penerangan No. 55B Tahun 1975, yang kemudian diperbaharui oleh SK Menpen No.230A tahun 1984 tentang Organisasi dan Tata kerja Departemen Penerangan yang di dalamnya mengatur Direktorat Televisi yakni di bawah Direktorat Jenderal RTF (Mufid,2005: 48-49).

TVRI hadir dengan isi media serbanegara misalnya; siaran berita isinya adalah tokoh-tokoh pejabat pemerintah yang sedang berjabat tangan atau menggantung pita. Selain itu, justru menonjol sejumlah penayangan seremonial yang bentuknya sengaja “disutradarai” oleh instansi Deppen. Acara seperti Kelompencapir (Kelompok Pendengar, Pembaca, dan Pemirsa) misalnya, oleh Deppen “disutradarai” sebagai acara yang berisi tentang fatwa-fatwa Presiden Soeharto kepada rakyatnya. Atau juga acara hiburan seperti “Aneka Ria Safari”, “Kamera Ria”, dan “Ria Jenaka” isinya juga sarat tentang kampanye keberhasilan pembangunan dan sekaligus iklan “terselubung” (Irianto, 2014:31-32).

Dengan penyajian isi siaran yang demikian itu, membuat sejumlah penonton menjadi kurang tertarik mengikuti siaran TVRI, tuntutan pendirian televisi swasta merupakan langkah yang tidak bisa dihindari lagi. Pada tanggal 28 Oktober 1987, TVRI menunjuk Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) sebagai televisi swasta pertama di Indonesia, kemudian pada tanggal

17 Januari 1990 Surya Citra Televisi (SCTV) menyusul untuk mengelola televisi, dan pada tanggal 23 Januari 1991 TPI resmi berdiri dengan menggunakan transmisi milik TVRI.

Kehadiran televisi swasta di Indonesia pun kian berkembang, tahun 1993, melalui SK Menpen No. 84 A, Menpen Harmoko memberi rekomendasi kepada lima stasiun televisi swasta nasional untuk tersentralisasi siarannya di Jakarta. Kehadiran televisi swasta di Indonesia memberi gambaran kian pudarnya cengkaman negara terhadap keberadaan media penyiaran televisi. Pudarnya cengkaman media serbanegara, maka muncullah budaya komersialisasi media, dimana media dikuasai oleh kelompok dominan yang diantaranya; RCTI yang dimiliki Bambang Trihatmojo (putra ketiga Presiden Soeharto), SCTV milik Sudwikatmono (sepupu Soeharto), TPI milik Siti Hadiyanti Rukmana (putri sulung Soeharto), Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) milik Liem Sioe Liong, serta ANTV milik Bakrie Group dan tokoh Golkar Agung Laksono (Kitley dkk dalam Irianto,2014:33).

Para pemilik media tersebut merupakan kelompok kaum elite di Indonesia pada masa itu, mereka sebagian adalah kerabat dekat Presiden Soeharto dan yang lainnya adalah anggota dari Partai ternama di Indonesia, mereka menggunakan media sebagai senjata baik di bidang ekonomi maupun politiknya (Irianto, 2014: 34-35). Kelahiran televisi-televisi komersial pada masa saat ini tidak hanya dilatarbelakangi oleh kepentingan ekonomi atau bisnis semata, tetapi juga politik. Di satu sisi, televisi tersebut menjadi roda kapital bagi pengusaha untuk memupuk kekayaan, disisi lain, menjadi bagian dari instrumen penguasa pemilik media dalam melegetimasi kekuasaan bisnis televisi yang dimilikinya (Sudibyo dan Patria dalam Rianto, dkk 2014:9).

Greg Philo mengatakan bahwa makna komersialisasi adalah sebuah kebenaran yang sederhana dalam kegiatan sehari-hari, pada masanya para wartawan dan institusi media akan

bersaing satu sama lain untuk menjual berita dan memaksimalkan jumlah pembaca (McNair, 2016: 91). Komersialisasi, juga meningkatkan kecenderungan lama media untuk mengejar jurnalisme ‘rombongan’, di mana tiap-tiap organisasi memiliki kesamaan agenda. Ketika suatu cerita dianggap telah menjadi ‘berita’ oleh organisasi yang satu, maka organisasi yang lain juga ikut mengangkatnya sebagai berita. Ini tidak lantas bahwa cerita itu memiliki arti penting ‘objektif’ namun lebih merupakan produk asumsi editorial bahwa apabila sudah ditinggalkan maka mereka tidak mendapatkan keuntungan dan menjadi ancaman bagi mereka sebagai penyedia berita (McNair, 2016: 94).

Selain keseragaman isi siaran, keuntungan adalah ujung tombak dari komersialisasi media, apabila keuntungan dari salah satu stasiun lebih besar maka dapat memberi subsidi kepada stasiun televisi yang lebih lemah. Di Indonesia, kepemilikan stasiun televisi yang dimiliki aktor politik menjadi trend. Adapun peneliti menampilkan laporan mengenai industri media di Indonesia yang memiliki lebih dari satu media.

Tabel 1.1 Kelompok Pemilik Media di Indonesia

No	Kelompok	TV	Radio	Media Cetak	Media Online	Bisnis lain	Pemilik
1	Global Mediacomm (MNC)	20	22	7	1	Produksi konten, distribusi konten, manajemen bakat	Hary Tanoesoedibjo
2	Jawa Pos News Network	20	n/a	171	1	Penggilingan kertas, perusahaan percetakan, pembangkit listrik	Dahlan Iskan, Azrul Ananda
3	Kelompok Kompas Gramedia	26	12	89	1	Properti, jaringan toko buku, pabrikan, penyelenggara acara	Jacob Oetama

4	Mahaka Media Group	2	19	5	n/a	Penyelenggara acara, konsultan humas	Abdul Gani, Erick Thohir
5	Elang Makhota Teknologi	3	n/a	N/a	1	Telekomunikasi dan perusahaan TI	Keluarga Sariatmaja
6	CT Group	2	n/a	n/a	1	Layanan finansial, gaya hidup dan hiburan, SDA	Chairul Tanjung
7	Visi Media Asia	2	n/a	n/a	1	SDA, penyedia jaringan	Bakrie & Brothers
8	Media Group	1	n/a	3	n/a	Properti (hotel)	Surya Paloh
9	MRA Media	None	11	16	n/a	Retail, properti, makanan dan minuman, otomotif	Adiguna Soetowo & Soetikno Soedarjo
10	Femina Group	None	2	14	n/a	Agen bakat, penerbit	Pia Alisjahbana
11	Tempo Inti Media	1	n/a	3	1	n/a	Yayasan Tempo
12	Beritasatu Media Holding	2	n/a	10	1	Properti, layanan kesehatan, TV kabel, penyedia layanan internet	Lippo Group

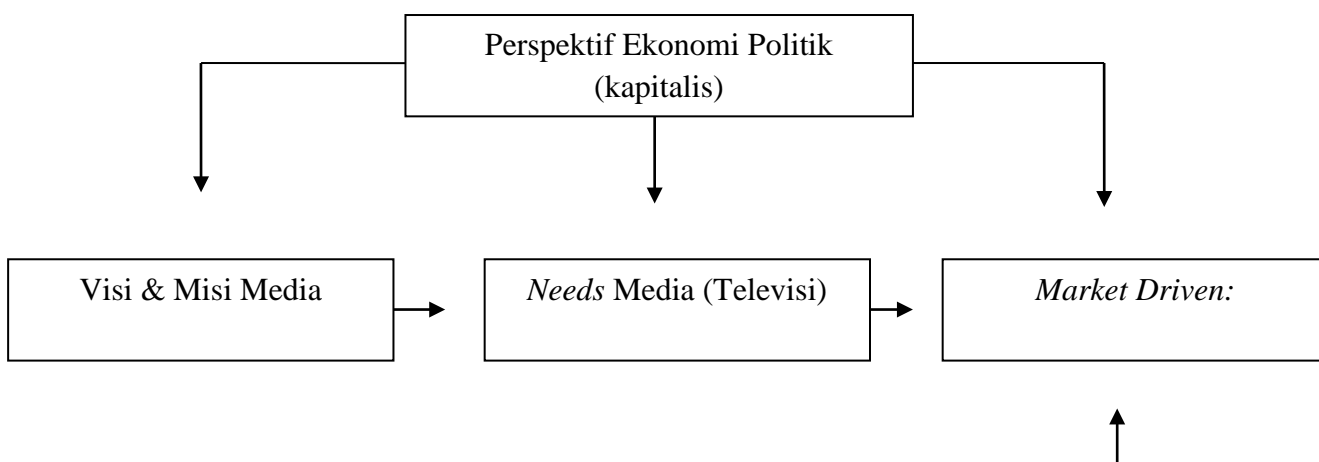
Sumber: (Nugroho, Siregar, dan Laksmi, 2012: 52-53).

Beberapa nama tersebut memiliki andil yang tinggi dalam penyiaran ataupun perizinan tentang apa yang disampaikan oleh media yang dikendalikannya. Para pemegang kekuasaan ini kerap melakukan intervensi terhadap medianya, motif ekonomi dan politik menjadi hal yang sering terjadi karena lewat hal tersebut mereka dapat melakukan apa yang diinginkan. Demi mempertahankan kepentingan ekonomi dan bisnis, para pemilik mendekati diri dengan kekuasaan, kecuali media tersebut dimiliki oleh para aktor politik (Irianto, 2014:136).

Pemberitaan pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf disiarkan lewat Metro Tv membentuk ekonomi politik media untuk memperlihatkan kekuasaan dan komodifikasi pemilik media, bagaimana Metro Tv yang dimiliki Surya Paloh ingin memperlihatkan bahwa sosoknya peduli terhadap apa yang terjadi di Indonesia, ia menggunakan media sebagai kekuatannya dalam menyebarkan kebenaran-kebenaran yang sudah dikemasnya untuk

disuguhkan kepada masyarakat. Media yang ia miliki dijadikan alat sebagai penyebar informasi bahwa ia dan timnya adalah sosok yang harus diakui keberadaannya dan jasa yang diberikannya terhadap kasus tersebut.

Media menjadi alat untuk mengontrol publik, menjadi sarana mengobarkan semangat perang. Media bukan merupakan entitas yang netral, tetapi bisa dikuasi oleh kelompok dominan. Kelompok dominan yang berkuasa ini Metro Tv yang dimiliki Surya Paloh mulai unjuk gigi dengan adanya ungkapan “pembebasan ini berkah usaha, daya upaya yang dilakukan bapak Surya Paloh yang rela menghabiskan waktu dan tenaganya untuk memikirkan pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf di Filipina”. Klaim ini digunakan sebagai sebuah kesempatan untuk memperkenalkan Surya Paloh dan Timnya yang peduli terhadap keadaan masyarakat Indonesia, ia memanfaatkan medianya demi pembentukan citra baik di mata masyarakat Indonesia, “sekali merengkuh dayung, dua tiga pulau terlampaui” artinya sekali melakukan pekerjaan maka mendapatkan hasil/keuntungan yang besar. Pribahasa ini cocok disandingkan dengan kasus di atas untuk Surya Paloh yang ingin menaikkan citra Metro Tv, Partai NasDem dan Tim Kemanusiaan Surya Paloh (Yayasan Sukma) yang dinaunginya, mereka meraup keuntungan berlipat-lipat lewat aksi klaimnya atas pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf. Lewat aksi klaimnya tersebut, masyarakat kini mengenal siapa mereka dan dari kubu mana mereka berasal, dan apa motif atas bantuan yang diberikannya.



**Bagan 1.2 Model Kebutuhan Media dalam
Perspektif Kapitalis (Harahap, 2013:166)**

Iklan, owner dan investor

3. Hegemoni Media

Antonio Gramsci menyatakan bahwa ada tiga istilah pokok yang saling berhubungan dalam satu formasi sosial yang membentuk landasan konseptualisasi hegemoni; perekonomian, negara, dan masyarakat sipil. Gramsci memberikan penekanan pada negara atau masyarakat politik dan masyarakat sipil, penekanan ini tidak mengabaikan perekonomian, tetapi berfungsi untuk membantu marxisme supaya tidak menjadi suatu bentuk ekonomisme- yaitu pandangan bahwa landasan ekonomi menentukan pelbagai superstruktur seperti agama, politik, seni, hukum atau pendidikan (Bacock, 2007: 34).

Ketiga elemen ini menjadi satu kesatuan, ekonomi di Indonesia telah merasuki media industri yang dipasarkan secara komersial melalui produksi pesan, kondisi tersebut menggiring media untuk berusaha memperoleh keuntungan disetiap kesempatannya. Namun untuk pengemasan produksi, dalam hal ini apa yang dikemas dalam setiap instansi akan berbeda hasilnya, karena diproduksi oleh kepemilikan produksi dan sistem kelas sosial yang berbeda.

Negara yang berarti sebagai tempat yang dianungi oleh lembaga yang berkuasa, dan mereka menjadi salah satu bagian kaum dominan, sehingga mereka dapat membuat peraturan negara, adanya peraturan untuk mengembangkan Indonesia melalui teknologi seperti media dianggap menguntungkan, media dalam skala besar, baik dari jumlah modal, wilayah cakupan, serta sumber daya manusianya. Media digunakan sebagai alat propaganda, sebagai alat kekuasaan pemerintah. Dalam hal ini, kita sebagai masyarakat yang tidak memiliki kekuasaan

dan tidak berada di dalam instansi tersebut menjadi target wilayah hegemoni berlangsung, masyarakat digunakan untuk merepresentasikan apa yang ingin dibentuk oleh kaum elit tersebut. Partisipasi masyarakat dalam produksi dan penerimaan pesan kurang mendapatkan prioritas, kondisi tersebut melihat bahwa masyarakat lebih diarahkan sebagai konsumen media. Sementara itu, kaum politik melangsungkan perannya yang mendominasi sebagai lembaga negara dan pemegang kekuasaan. Dengan demikian, negara dalam teori Gramsci terbentuk dari hubungan antara masyarakat sipil dan masyarakat politik (Birowo, 2004: 126).

Konsep hegemoni menyatakan bahwa gagasan yang berkuasa di media dan diyakini masyarakat akan menjadi yang berkuasa pula di seluruh masyarakat. Media massa dipandang seperti dikendalikan oleh kelompok dominan, yang artinya kelompok tersebut dapat menggunakan kekuasaannya dalam mengatur masyarakat, hegemoni media menyatakan bahwa berita dan isi media lain di Amerika Serikat disesuaikan dengan kebutuhan ideologi kapitalis, atau korporat (Broadcasting & Cable Yearbook dalam Severin & Tankard, 2005:337).

Media massa memang tidak menentukan “*what to think*”, tetapi mempengaruhi “*what to think about*”, dengan memilih berita tertentu dan mengabaikan yang lain, dengan menonjolkan satu persoalan dan mengesampingkan yang lain, media membentuk citra atau gambaran dunia kita seperti yang disajikan dalam media massa (Rakhmat, 2009: 228).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian metode kualitatif yang sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting); sering disebut metode etnographi, karena pada awalnya metode ini digunakan untuk

penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena datanya yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2008:13).

Studi wacana kritis (critical discourse studies) merupakan suatu perspektif, suatu pengambilan posisi disiplin studi wacana yang melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti: analisis wacana, psikologi, sejarah, ilmu-ilmu sosial, atau linguistik. Dalam pendekatan multidisiplin itu, studi wacana kritis berambisi mendemistifikasi ideologi dan kepentingan yang sudah dibekukan di dalam bahasa atau wacana (Haryatmoko, 2016:77).

Metode penelitian kualitatif ini menggunakan paradigma kritis analisis wacana model Teun A Van Dijk atau biasanya disebut analisis kognisi sosial. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Analisis ini tidak semata-mata mengedepankan teks saja tetapi ia juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat, bagaimana kognisi/pikiran dan kesadaran yang membentuk dapat berpengaruh pada teks tertentu. Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari analisis ini adalah penggabungan ketiga dimensi ke dalam satu kesatuan (Eriyanto, 2005:223-224).

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada kognisi sosial yang dipelajari adalah proses produksi berita yang melibatkan kognisi individu dan wartawan, sedangkan pada konteks sosial adalah pembelajaran berupa bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah (Eriyanto, 2005:224).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita yang disiarkan melalui televisi yang kemudian diunduh oleh peneliti dari *Youtube chanel* Metro Tv dan Tv One. Berita tersebut menjadi objek karena pihak Metro tv secara terang-terangan mengklaim bahwa pembebasan 10 WNI yang disandera Abu Sayyaf adalah berkat usaha yang dilakukan oleh pihak Metro tv melalui Tim Kemanusiaan Surya Paloh (Yayasan Sukma). Sementara itu pada acara Indonesia Lawyers Club di Tv One peneliti mengambil liputan yang menampilkan beberapa pihak yang membantu proses pembebasan sandera tersebut yang berupaya mematahkan asumsi kepada masyarakat tentang klaim Tim Kemanusiaan Surya Paloh.

Tabel 1.2 Objek Penelitian

No	Judul Tayangan	Nama Stasiun	Durasi
1	LIVE! Begini Detik-Detik Serah Terima 10 Sandera WNI Oleh Kelompok Abu Sayaf	Metro Tv	00:08:23
2	Live ! Pengakuan 10 Sandera WNI Di Filipina, Ternyata Surya Paloh Pahlawan Pembebasan	Metro Tv	00:17:56
3	Terimakasih surya paloh, nasdem dan antek-anteknya	Metro Tv	00:05:57
4	Tim Kemanusiaan Surya Paloh Bantu Negosiasi Pembebasan 10 Abk	Metro Tv	00:02:10
5	Bakpia dan tempe jadi mahar	Metro Tv	00:02:55
6	Indonesia Lawyers Club - Siapa di Balik Pembebasan Sandera	TV One	02:21:46

3. Teknik Pengumpulan Data
 Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan sumber data yang

merupakan data premier sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung.

a. Data Premier

Data premier merupakan data keseluruhan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai konsep penelitian ataupun yang terkait dengannya yang diperoleh secara langsung melalui unit analisis yang dijadikan objek penelitian. Sumber data yang utama adalah semua isi teks dari berita pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf di Metro tv periode bulan Maret-Mei 2016 yang diperoleh dari youtube, situs web maupun website resmi dari beberapa media yang membahasnya ataupun media yang bersangkutan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penunjang yang didapat dari sumber tertulis yaitu sumber kepustakaan, buku, dokumen, majalah, laporan dan catatan sumber tertulis lainnya.

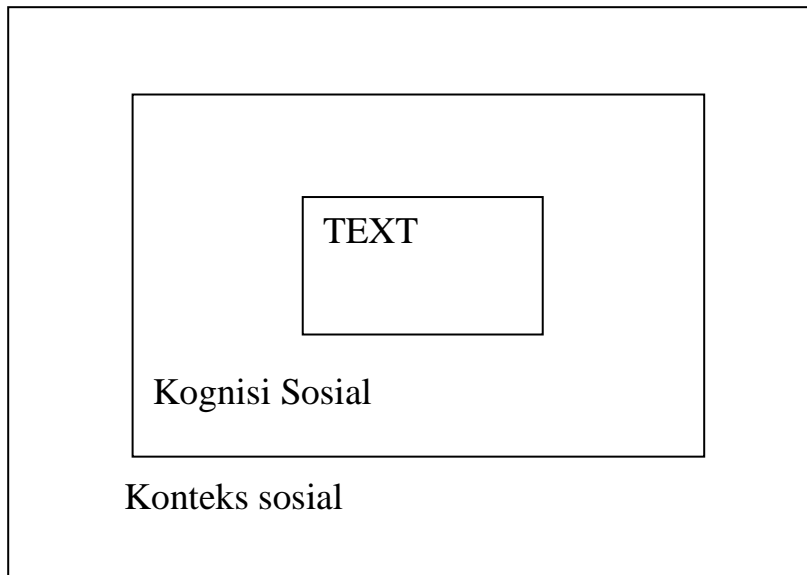
4. Analisis Wacana Van Dijk

Peneliti menggunakan analisis Van Dijk karena ingin menganalisis sebuah teks produksi berita yang disampaikan melalui reporter apakah teks tersebut memiliki ketimpangan makna, adakah makna tersembunyi dalam penyampaian berita tersebut. Setelah itu, peneliti menggunakan konteks untuk melihat bagaimana seorang reporter menyampaikan sebuah berita yang sudah dikemasnya melalui ideologi yang ia punya, makna yang disuguhkan reporter adalah sesuatu yang sudah dikemas oleh ideologinya.

Setelah adanya teks yang digunakan untuk mengungkap makna lain dan keikutsertaan ideologi seorang reporter, kemudian kita melihat dalam konteks sosial yang terjadi bagaimana reaksi masyarakat dengan apa yang sudah diberitakan lewat reporter tersebut. Fenomena apa yang terjadi dalam masyarakat ketika berita tersebut sudah menyebar, peneliti ingin mengetahui bagaimana wacana yang dilakukan Metro Tv dalam menyampaikan berita tersebut kepada masyarakat. Analisis data Van Dijk menggunakan tiga dimensi wacana yang saling berhubungan dalam satu bingkai.

Gambar 1.1

Diagram Model Analisis Van Dijk (Eriyanto, 2005: 225)



Tabel 1.3 Skema Penelitian dan Metode Van Dijk (Eriyanto, 2005:275)

STRUKTUR	METODE
Teks Menganalisis bagaimana strategi wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk menyingkirkan atau memarjinalkan suatu kelompok, gagasan, atau peristiwa tertentu.	<i>Critical linguistics</i>
Kognisi Sosial Menganalisis bagaimana kognisi wartawan dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu	Melihat kognisi reporter melalui interteks

yang akan ditulis.	
Analisis Sosial Menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa digambarkan.	Studi pustaka, penelusuran sejarah

4.1 Analisis Teks

Teks memiliki beragam fungsi seperti; bisa untuk memerintah, memengaruhi, mendeskripsi, mengiba, memanipulasi menggerakkan kelompok atau membujuk (Haryatmoko, 2016:77). Van Dijk melihat teks terdiri dari beberapa struktur yang saling mendukung satu sama lain, ia membaginya ke dalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro yang merupakan makna global /umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur yang merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro yang merupakan wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar (Eriyanto, 2005: 226).

4.2 Analisis Kognisi Sosial

Kognisi sosial, menurut van Dijk, adalah representasi sosial yang mengikat atau menyatukan suatu kelompok sosial dalam bentuk pengetahuan sikap, nilai, norma atau ideologi. Representasi ini memengaruhi apa yang dibentuk oleh media (model) agar bisa direpresentasikan ke dalam kehidupan seseorang, model disini merupakan persinggungan antara individu dan masyarakat yang kelihatan, mislanya; dalam budaya patriarki di suatu masyarakat akan

memengaruhi seseorang, sehingga wajar adanya perilaku bias terhadap perempuan. Studi ini menghubungkan wacana dan representasi yang secara sosial mendasari suatu masyarakat karena representasi (ideologi, nilai) yang menjadi sumber pembicaraan anggota kelompok tentang anggota lain, mereka memuji kelompok sendiri dan menghina kelompok lain yang memiliki pendapat berbeda terhadap suatu hal (Haryatmoko, 2016: 103-104)

Analisis kognisi sosial dilakukan untuk melihat kesadaran wartawan dalam membentuk teks tersebut. Kognisi ini dapat dilihat dari makna, pendapat, ideologi, perilaku, norma, dan nilai dari sebuah institusi di representasikan. Menurut van Dijk analisis kognisi sosial menekankan bagaimana peristiwa dipahami, didefinisikan, dianalisis, ditafsirkan, dan ditampilkan dalam suatu model dalam memori (Eriyanto, 2005: 268).

Wacana pemberitaan penyanderaan WNI oleh Abu Sayyaf ini merupakan kognisi sosial yang meliputi kepercayaan, representasi sosial bersama dari satu komunitas/ lembaga yang diperlihatkan melalui pengetahuan, sikap, nilai, norma dan ideologinya (Haryatmoko, 2016: 88). Peneliti berupaya menganalisis dan memahami produksi berita hingga mengetahui wacana dominan dibalik berita yang disampaikan.

4.3 Analisis Konteks Sosial

Analisis konteks sosial artinya harus memahami struktur masyarakat yang berarti pula mengacu pada situasi-situasi interaksi sosial yang menantang struktur global. Interaksi semacam itu tergantung pada tindakan pelaku dalam mengambil perannya, pelaku bisa berbicara atau mendengarkan sebagai perempuan, ibu, *lawyer*, anggota parpol atau eksekutif perusahaan atau dalam proses sosial yang lebih besar mereka bisa bertindak sebagai parlemen, lembaga riset, sekolah. Bentuk prosesnya bisa berupa dominasi, pendidikan atau diskriminasi. Dalam proses analisis ini, studi kritis ingin menganalisis peran wacana dalam pembentukan dan reproduksi

kekuasaan serta penyalahgunaan kekuasaan, terutama studi lebih rinci tentang persilangan antara lokal/global, struktur wacana/struktur masyarakat (Haryatmoko, 2016:90).

Analisis konteks sosial merupakan wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat (Eriyanto, 2005:271)

G. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini adanya sistematika penulisan berfungsi untuk mempermudah penulisan penelitian ini, yang terdiri dari empat bab yaitu :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Menyajikan gambaran umum yang berisikan sejarah Abu Sayyaf dan perjalanan Surya Paloh dalam dunia politik dan industri media.

Bab III Berisikan pembahasan dan analisis data yang telah diperoleh dengan penjelasan menggunakan teknik analisis wacana model Teun Van Dijk.

Bab IV Penutup, yang berisikan hasil penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.