

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis berita di atas yang disiarkan oleh Metro Tv tentang aksi klaim yang dilakukan Tim Kemanusiaan Surya Paloh terhadap pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf di Filipina pada periode bulan Maret-Mei 2016 kemarin, peneliti menemukan beberapa hal yang perlu dikritisi. Bagaimana wacana pemberitaan yang dibentuk sedemikian rupa oleh pihak Media Group lewat Metro Tv, bagaimana cara Tim Kemanusiaan Surya Paloh bisa berhasil bekerjasama dengan pihak penyandera hingga terwujudnya kebebasan bagi 10 WNI yang disandera, alasan apa yang membuat Media Group mengkalim bahwa pembebasan 10 WNI yang disandera adalah upaya keras dari Tim Kemanusiaan Surya Paloh, mengapa mereka memanfaatkan situasi tersebut sebagai upaya pembentukan citra yang positif bagi Media Group dan antek-anteknya, pihak mana saja yang merasa tersinggung atas klaim yang diberitakan Media Group lewat Metro Tv. Beberapa pertanyaan ini berhasil terjawab oleh peneliti melalui analisi yang dilakukan dengan menggunakan teori Van Dijk.

Adanya aksi klaim yang dilakukan Tim Kemanusiaan Surya Paloh ini, adalah sebuah strategi Media Group yang ingin menaikkan popularitas dan citra positif bagi Surya Paloh dan jajarannya, lewat jasa yang ditawarkannya kepada pemerintah Indonesia itu mereka menggunakan kesempatan tersebut lewat senjata yang dimilikinya, yaitu media. Melalui liputan yang ditayangkan oleh reporter ataupun presenter Metro Tv, mereka akan menyampaikan informasi yang dapat membuat pendengar dan penonton ikut merasa was-was akan nasib 10 WNI yang disandera karena belum kunjung diterimanya kabar baik dari pihak pemerintah Indonesia maupun Filipina. Sebagai sarana informasi masyarakat, Metro Tv hadir menjadi

pemasok informasi terbanyak dibandingkan media lainnya. Hal ini terjadi karena tim penyelamat yang diusung Surya Paloh bergabung bersama tim penyelamat Pemerintah Indonesia. Hubungan kedekatan kepada pemerintah Indonesia menjadi akses yang menguntungkan pihak Surya Paloh karena merasa legal ketika ikut menyampaikan apa saja yang terjadi di lapangan, termasuk memasukkan konten yang berhubungan dengan Tim Kemanusiaan Surya Paloh.

Media Group memiliki berbagai kesempatan untuk memperlihatkan apa saja kepada masyarakat Indonesia terkait usaha-usaha yang sudah dilakukan Tim Kemanusiaan Surya Paloh ketika berada di hutan Filipina, kemudian mencari kontak-kontak yang berhubungan langsung dengan pihak penyandera, dan yang paling penting mereka bisa menyatakan di layar kaca televisi masyarakat Indonesia melalui Metro Tv, bahwa tim penyelamat mereka adalah satu-satunya tim yang paling berjasa dalam misi pembebasan 10 WNI yang disandera oleh Abu Sayyaf.

Hal tersebut seketika dapat mengubah opini masyarakat terhadap kejadian yang disebarluaskannya itu, dengan adanya teori "*CNN Effects*" yaitu efek yang menjelaskan dampak dari sebuah media ketika meliput krisis politik, bencana kemanusiaan, dan bencana alam. Ketika tayangan ini bermunculan di layar kaca, hal itu membuat masyarakat yang menonotn beritanya ikut merasakan haru atas perjuangan yang ditampilkan Tim Paloh, berita ini menstimulus timbulnya rasa kemanusiaan dan solidaritas yang tinggi terhadap bagi para penonton ketika melihat berita korban-korban yang disandera. Pada akhirnya berita ini akan menimbulkan rasa simpati dan empati terhadap perjuangan yang dilakukan Tim Paloh, lewat berita ini masyarakat ikut terbawa emosi. Seketika rasa bahagia, haru, sedih dapat tergambarkan

ketika melihat tayangan tersebut dan masyarakat beropini bahwa Tim Paloh adalah pahlawan bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi keluarga para korban yang disandera.

Kekuatan media melalui televisi inilah yang digunakan Surya Paloh dan jajarannya untuk membentuk citra Media Group, baik jati diri Surya Paloh, pencitraan Yayasan Sukma dan mendulang pamor Partai NasDem. Melalui teks yang disampaikan para reporter dan presenternya, mereka berhasil menyampaikan pesan yang dibentuk sedemikian rupa demi menaikkan popularitas, citra positif dan rasa simpati. Selain melalui teks, simbol-simbol grafis yang menonjolkan banyaknya aktifitas yang dilakukan Tim Kemanusiaan Surya Paloh ketika berada di Filipina, kerap menjadi senjata ampuh bagi pihaknya untuk mengkampanyekan hal-hal pribadi ke dalam tayangan yang dikonsumsi masyarakat untuk bisa percaya dan memihak kepada Tim Paloh.

Surya Paloh sebagai pemilik Media Group semakin aktif dan atraktif memainkan peran yang dimilikinya. Tentunya, media menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik, lewat berita yang dibuatnya. Media Group telah berhasil membentuk sebuah pesan yang mengangkat citra positif Surya Paloh, Yayasan Sukma dan Partai NasDem. Metro Tv perlahan dijadikan sebagai alat publisitas politik dan kebutuhan internalnya untuk memperkenalkan sosok atau partai yang dianunginya, hal tersebut dapat dilihat ketika mereka kerap menonjolkan pihak-pihak internal di dalam Media Group.

Aksi klaim Tim Kemanusiaan Surya Paloh atas pembebasan 10 WNI yang disandera Abu Sanyaf sangat disayangkan oleh beberapa pihak, termasuk pemerintah Indonesia. Kekecewaan beberapa pihak terhadap Tim Paloh menjadi senjata yang digunakan mereka untuk mengklarifikasi kejadian yang sebenarnya. Seharusnya media tidak terjebak dalam situasi yang

dimanfaatkan oleh pemiliknya. Mereka seharusnya bisa memposisikan media sebagai sarana kebutuhan informasi tanpa adanya keinginan untuk memanfaatkan media tersebut.

Dalam berita yang disampaikan, Tim Paloh harusnya juga menyampaikan peran tim penyelamat lainnya baik dari pemerintah Indonesia maupun LSM yang terlibat, namun pada kenyataannya mereka menutup keberadaan tim lain dan menonjolkan tim mereka sendiri. Dalam hal ini, peran masyarakat juga sangat dibutuhkan dalam keberlangsungannya, masyarakat harus memiliki rasa kritis dan mencoba mencari tahu terlebih dahulu tentang kebenaran yang disampaikan lewat media. Masyarakat diajak untuk tidak langsung percaya terhadap informasi yang kiranya belum memiliki beberapa sumber informasi yang jelas. Masyarakat dapat berperan untuk mengkritisi program-program televisi yang dinilai kurang pantas untuk dipertontonkan.

Pada masa ini, media digunakan sebagai senjata yang ampuh untuk membentuk sebuah isu yang hangat diperbincangkan. Aksi klaim yang dilakukan Tim Paloh menjadi batu loncatan bagi mereka untuk berada di hati masyarakat Indonesia. Namun hal tersebut tidak berlangsung lama, karena rasa kemanusiaan, kepedulian dan solidaritas yang dibangun oleh Tim Kemanusiaan Surya Paloh seketika runtuh ketika para tim penyelamat lain berbondong-bondong menghujam aksi klaim mereka. Seketika, citra Tim Kemanusiaan Surya Paloh yang sudah dibentuk lambat laun mulai roboh karena informasi tersebut hanyalah bentuk dari kepentingan mereka untuk mempopuleritaskan dirinya kepada masyarakat Indonesia.

B. Saran

Penelitian yang berjudul “Wacana Pemberitaan Pembebasan 10 Warga Negara Indonesia yang Disandera oleh Abu Sayyaf di Metro Tv” ini memberitakan aksi klaim tim penyelamat Surya Paloh yang diberi nama Tim Kemanusiaan Surya Paloh. Berita ini menguraikan

bagaimana wacana yang dibangun Surya Paloh dan jajarannya untuk membentuk apa yang diinginkan sesuai dengan ideologi kelompok mereka. Wacana yang dibangun tersebut berdasarkan teks dan interteks yang peneliti dapatkan melalui analisis sajian data dan pembahasan di Bab III.

Bagi peneliti, penelitian ini menunjukkan bagaimana pemilik media menggunakan mediana untuk kepentingannya sendiri, menurut Luwi Ishwara dalam Catatan-catatan Jurnalisme Dasar dalam perkembangan sejarah, media kerap dijadikan saluran untuk menyebarkan pernyataan-pernyataan pemerintah yang sering dieksploitasikan oleh tokoh-tokoh politik yang berkuasa. Artinya yang terjadi adalah perang pengaruh, bukan lagi industri yang menampilkan informasi netral dan hiburan. Kemampuan televisi yang luar biasa sangat bermanfaat bagi banyak pihak, bagi kalangan politik, televisi sering dimanfaatkan sebagai media kampanye untuk menggalang massa dan menyerang lawan politiknya (Jahja dalam Hutari, 2015:207).

Para pemilik media yang berkuasa sewaktu-waktu dapat menggunakan mediana untuk mengkonstruksikan realitas sesuai dengan keinginan dan tujuannya. Peneliti berharap kepada masyarakat untuk belajar menyikapi isu-isu yang beredar di media massa, baiknya tidak menangkap bulat-bulat apa yang disampaikan tetapi harus tahu terlebih dahulu sumber dan latar belakang informasinya. Masyarakat harus lebih kritis dan memilih informasi apa yang dibutuhkan, tidak sekedar langsung percaya terhadap apa yang disampaikan oleh media.

Peneliti kembali mengingatkan kepada masyarakat untuk melibatkan diri ketika terdapat penyimpangan yang dilakukan oleh media, hal tersebut harus ditindak tegas dan segera dilaporkan kepada Komisi Penyiaran Indonesia. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi

pembacanya dan dapat dijadikan referensi kedepannya untuk melengkapi analisi yang berkaitan dengan analisi wacana kritis. Peneliti berharap, kepada televisi lainnya untuk kembali pada tujuan bagaimana media massa seharusnya yaitu memberikan informasi yang akurat berdasarkan kejadian yang sebenarnya, mendidik, serta menghibur. Ke depannya, penelitian seperti ini bisa dilakukan dengan menggunakan analisi wacana lainnya, agar memiliki beragam versi guna memperbanyak referensi yang dijadikan sumber bagi peneliti-peneliti lainnya.