

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki akhir tahun 2011 hingga awal tahun 2012, pemberitaan televisi swasta nasional tentang pertarungan politik untuk merebut kursi orang nomor satu di Indonesia pada tahun 2014 semakin gencar. Dari beberapa nama calon yang akan mengajukan diri untuk pertarungan pada tahun 2014 nanti, muncul nama salah satu pengusaha kaya dan kini menjadi ketua umum Partai Golongan Karya (Golkar), Ir. H Aburizal Bakrie atau yang biasa dipanggil Ical.

Munculnya Ical sebagai calon presiden sudah mulai dibicarakan sejak awal dirinya terpilih menjadi ketua umum partai Golkar. Pencalonan Ical sebagai Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 terbilang matang, karena Ical sudah memulai debut politiknya sejak tahun 1984 sebagai anggota partai Golongan Karya. Dari partai yang berjaya pada masa orde baru tersebut, pada tahun 1988-1998 Ical pernah menjabat sebagai anggota Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) selama 2 periode berturut-turut. Ical juga pernah menjabat berbagai menteri hingga mengantarkannya menjadi ketua umum Partai Golongan Karya hingga saat ini (Akbar, 2007:24).

Pengalaman dan kematangan Ical di dunia politik yang sudah dibangun kurang lebih 28 tahun, mengantarkan dirinya sebagai calon presiden untuk periode 2014-2019 dari partai Golkar yang dideklarasikan di Sentul, Bogor pada tanggal 1 Juli 2012. Bahkan sebelum dicalonkan menjadi calon presiden, Lingkaran Survey Indonesia (LSI), telah mendata jumlah elektabilitas Ical

dibandingkan dengan beberapa nama calon lainnya dari Partai Golkar sangatlah tinggi. Hasil Lingkaran Survei Indonesia (LSI) menunjukkan elektabilitas Ical pada Partai Golkar meningkat sejak mendekati waktu pemilihan calon presiden. Popularitas Ical melejit dengan perolehan 20,1% melampaui Sri Sultan Hamengku Buwono X (11,3%), Jusuf Kalla (11%), Akbar Tandjung (2,9%), Fadel Muhammad (1,3%), dan Theo Sambuaga (0,3%), bahkan ketua dewan pertimbangan Golkar, Akbar Tandjung telah merestui Ical menjadi calon presiden dari partai Golkar dibandingkan dengan calon-calon lainnya (Rifai, 2012:31).

Pencalonan Ical sebagai calon presiden yang diusung oleh partai Golkar tentunya sudah mulai ramai dibicarakan oleh berbagai media, khususnya media televisi. Pemberitaan pun tidak terlepas dari berbagai latar belakang dan kepemilikan televisi swasta nasional tersebut. Munculnya berbagai stasiun televisi swasta nasional juga menentukan citra pemberitaan tentang pencalonan Ical sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019. Dibalik itu, keuntungan Ical hingga saat ini masih besar. Hingga saat ini Ical masih memegang beberapa roda perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang, diantaranya perusahaan komunikasi dan informasi dalam bidang penyiaran, perminyakan dan gas.

Dalam bidang komunikasi dan informasi, Ical membangun Grup Viva yang membawahi berbagai stasiun penyiaran seperti: TV One, Antv, Portal Berita Viva News. Dari sini dapat dilihat secara tidak langsung Ical sebagai pemilik berbagai perusahaan penyiaran dapat mengontrol pemberitaan, baik

berita positif hingga pembentukan citra dirinya sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019.

Munculnya stasiun televisi swasta nasional bermula pada “pers bisnis” yang berubah menjadi “pers politik”, perlahan-lahan stasiun televisi swasta nasional yang dahulunya sebagai media bisnis kini dikuasai untuk menjalankan roda politik (Armando, 2011:101). Oleh karena itu, dalam pemberitaan pencalonan Ical menjadi calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 memiliki pencitraan dan muatan politik yang berbeda untuk diproduksi kepada masyarakat Indonesia. Pemberitaan tentang Ical sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 juga tidak terlepas dari beberapa pengalaman dan peristiwa buruk yang dikaitkan dengan dirinya. Dibalik kepemilikannya sebagai salah satu konglomerat media, Ical juga membangun bisnis yang bergerak dalam industri hulu minyak dan gas bumi, Ical mendirikan kerajaan induk yaitu PT. Energi Mega Persada Tbk yang memiliki berbagai anak perusahaan antara lain Lapindo Brantas inc, Energi Mega Pratama, Costa Internasional Grup Ltd, LHI Corporation, Kondor Petroleun dan 16 anak perusahaan lainnya (Akbar, 2007:60).

Kepemilikan perusahaan itu tidak serta merta membuat dirinya untung, salah satu pemberitaan yang hingga kini masih kerap muncul adalah bencana lumpur lapindo yang terjadi di Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo pada 29 Mei 2006, tepatnya di Banjar Panji-1 (BJP-1) Desa Renokenongo. Bencana lumpur lapindo yang diakibatkan pelanggaran prosedural oleh PT Lapindo Brantas Inc yang juga merupakan salah satu anak perusahaan PT. Energi Mega

Persada Tbk, kini telah melahap sebagian besar kecamatan Porong hingga kecamatan-kecamatan dan desa tetangga, seperti: Kecamatan Tanggulangin, Desa Renokenongo, Desa Wunut, Desa Jatirejo dan beberapa desa yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Porong. Bencana lumpur lapindo yang diakibatkan pelanggaran prosedural oleh PT Lapindo Brantas Inc telah terjadi selama 6 tahun sejak tahun 2006 hingga kini tahun 2012. Masyarakat sekitar yang menjadi korban tetap berusaha agar pihak berwenang mengganti segala kerugian mereka, karena mereka menganggap kesalahan tersebut muncul serta merta akibat kesalahan pihak perusahaan sendiri tanpa ada pengaruh dari masyarakat. Pemegang saham pada pengeboran minyak tersebut pun terdiri dari PT. Lapindo Brantas sebesar 50%, Novus Brantas (milik Medco Group) sebesar 32% dan perusahaan luar negeri, Santos Brantas sebesar 18% (Komnas Perempuan, 2011:10).

Sejak lumpur lapindo tersebut mulai diberitakan luas oleh media, berbagai respon masyarakat mulai bermunculan, terutama jika dikaitkan dengan pemberitaan televisi swasta nasional mengenai majunya Ical sebagai salah satu calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019. Berbagai pemberitaan yang bersumber dari stasiun televisi swasta nasional yang berhubungan dengan majunya Ical menjadi presiden, memunculkan beberapa penerimaan dari masyarakat korban lumpur lapindo. Menurut Gandung (40) pembayaran yang dilakukan oleh pihak Ical yang diwakili oleh PT. Minarak Lapindo Jaya sebagai perusahaan yang akan melaksanakan ganti

rugi kepada pihak korban sangat berpengaruh terhadap sosial dan kehidupan sehari-hari masyarakat dan pandangannya terhadap Ical dan keluarganya,

“Iyo mas, dulu kita pakenya sandal jepit mas, sekarang kita pake sandal bagus, dulu kita naik sepeda ontel mas, sekarang kita pake sepeda motor, kita juga ga pernah rasa tidur di springbed sekarang hampir semua rumah ada mas, pokoknya ada hikmahnya juga lumpur lapindo ini, tapi wis susah juga soalnya kita harus sesuain diri dengan masyarakat yang baru, tapi kalo ditanya calon presiden, ya dari tv juga saya tau kalau yang punya lapindo juga mau jadi calon mas, ya saya ga masalah, tapi pasti masih banyak korban yang rugi mungkin ga suka mas dia jadi presiden”.

(wawancara dengan Gandung, 9 September 2012).

Pemberitaan tentang pencalonan Aburizal Bakrie sebagai calon Presiden Republik Indonesia pada periode tahun 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional, khususnya televisi yang tidak berhubungan langsung dengan kepemilikannya akan berpengaruh besar terhadap penerimaan masyarakat yang menjadi korban lumpur lapindo karena seringkali media televisi swasta nasional yang bukan milik keluarga besar Ical memberitakan berbeda dengan stasiun televisi yang dimilikinya.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, ada beberapa pandangan yang muncul dari para korban. Syamsul (41) salah satu korban lumpur lapindo yang dulunya sebagai penjual *sparepart* motor di rumahnya, kini hanya sebagai pengangguran. Dulu dirinya tinggal di Dusun Wangkal, Desa Renokenongo yang jarak antara rumah dan pusat semburan lumpur hanya 1 km,

“Oalah mas, jangan kan urus negara. Urus korban saja ga beres-beres Ical itu mas. Ntar aja pikir negara, pikir dulu kita-kita yang jadi korban yang belum dilunasi pembayaran. Memang sih mas, haknya dia mencalonkan tapi kalau saya sendiri waktu lihat berita Ical mau jadi calon, saya gak setuju mas. Sudah cukup penderitaan kita aja, jangan sampai masyarakat yang lain kena imbas juga. Gak ada untungnya ini, dulu saya ada kerja sekarang saya gak kerja, pengangguran mas. Pokoknya berita-berita Ical apalagi di TV punyanya biar dipuji-puji saya gak percaya mas.”  
(wawancara dengan Syamsul, 30 September 2012).

Penerimaan informan yang ditemui oleh peneliti saat pra survey ini beragam, ini semua dikarenakan berbagai penyebab, kultur dan kebiasaan yang dimiliki oleh informan yang dikaitkan dengan citra yang dibentuk televisi swasta nasional terhadap pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden 2014-2019. Seperti disampaikan An (42) salah seorang informan yang tidak ingin disebutkan namanya karena dia merupakan salah satu anggota dalam kelompok mendukung keputusan presiden, kelompok yang sering berhubungan dengan pihak PT. Lapindo Brantas dan pemerintah. An merupakan korban lumpur lapindo yang dahulunya berprofesi sebagai penjual bakso,

“Pokoke mas, misalkan ada pemberitaan Ical untuk jadi calon presiden terus dijelek-jeleki, itu bohong mas, seperti pemberitaan Metro TV banyak dilebih-lebihkan pemberitaannya, saya wis nonton tayangan TV One aja, semua disampaikan sesuai mas, berita tentang Ical calon presiden”  
(wawancara dengan An, 9 September 2012).

Asumsi dasar peneliti akan terjadi penolakan terhadap pemberitaan Ical dalam berita stasiun televisi swasta nasional sebagai calon presiden periode tahun 2014-2019 oleh korban lumpur lapindo mendorong peneliti untuk mengetahui penerimaan korban lumpur lapindo terhadap majunya Ical sebagai calon presiden. Peneliti memilih lokasi dan informan dalam penelitian ini

berdasarkan latar belakang ekonomi, politik dan sosial masyarakat yang berbeda-beda, berdomisili awal dilokasi-lokasi berbeda saat sebelum menjadi korban, dan kumpulan masyarakat dari berbagai macam komunitas yang mengurus permasalahan lumpur lapindo, antara lain: Gerakan Korban Lumpur Lapindo, TIM 16, Mendukung Keputusan Presiden dan Pagare Kontrak.

Stasiun televisi swasta nasional dipilih oleh peneliti karena stasiun televisi swasta nasional pada dekade 1980 – 1990 memulai kejayaannya hingga kini, beberapa masyarakat lebih memilih menonton televisi swasta nasional termasuk berita, dibandingkan televisi milik negara (TVRI) (Armando, 2011:46). Dibalik itu, stasiun televisi swasta nasional syarat akan kepemilikan dan keberpihakan berita, sehingga peneliti dapat melihat bagaimana stasiun televisi menyampaikan citra Ical sebagai calon presiden dengan berbagai gaya dan penerimaan informan. Dalam penelitian ini memilih pemberitaan media televisi, karena kekuatan televisi terdapat pada minat kekuatan ideologisnya, kekuatan televisi terletak pada pemahaman khusus bahwa berita dalam televisi telah menciptakan faktualitasnya yang diistimewakan, televisi merupakan media informasi karena serangkaian programnya digambarkan sebagai bersifat faktual, berita, dokumenter (Burton, 2011:81). Media televisi merupakan media yang dimiliki dan diminati oleh berbagai masyarakat, khususnya informan yang kesehariannya selalu menonton tayangan berita di televisi. Selain itu, media televisi juga dipilih karena beberapa politisi menggunakan media televisi untuk mendongkrak citra serta menyampaikan visi misi mereka, begitu pula oleh Ical.

Televisi merupakan sumber bagi konstruksi identitas kultural, sebagaimana penonton menjalankan identitas kultural dengan kompetensi kultural mereka untuk men-decode program dengan cara tertentu (Barker, 2011:290), sehingga dapat diartikan pula penonton atau khalayak luas merupakan pencipta yang kreatif yang dapat mengambil makna dari pemberitaan atau dari pengalaman pribadinya (mereka tidak menerima begitu saja acara televisi) mereka mengambil intisari dari acara televisi dan kultural yang dimiliki sebelum dibangun dalam konteks relasi sosial yang akan mereka lakukan.

Penjelasan mengenai penerimaan penonton dalam melihat pemberitaan televisi didukung oleh Stuart Hall, bahwa penonton media melakukan decoding atau memberikan makna dari tayangan televisi terhadap teks media yang mereka terima saat itu atau menginterpretasikan isi makna dalam televisi, produksi makna tidak memastikan adanya konsumsi makna itu sebagaimana yang dikehendaki oleh pengode karena pesan-pesan televisi yang dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan komponen penekanan yang beraneka ragam (Barker, 2011:287). Penonton berita dapat memposisikan diri menjadi tiga bagian dalam menginterpretasikan makna yang dikirim oleh tayangan televisi, antara lain *Dominant reading*, *Negotiated reading* dan *Oppositional reading*. Menurut Stuart Hall dalam buku *Budaya, Media dan Bahasa*, ketiga posisi dalam menerima tayangan media, dipandang *Dominant* tidak berbicara tentang proses berat sebelah yang menentukan bagaimana semua peristiwa dipandang kemudian ditandai, namun menerima teks atau tayangan pemberitaan



sepenuhnya seperti yang dikirim oleh produsen atau menerima yang dikirim oleh produsen dengan baik. Kedua, *Negotiated* merupakan khalayak yang mengerti akan pemberitaan atau pengiriman pesan oleh produsen pengirim pesan, namun disesuaikan dengan kondisi sosial khalayak yang dialami secara keseluruhan dalam kesehariannya, dan yang terakhir *Oppositional*, khalayak mengambil jarak atau tidak menerima pesan yang dikirimkan oleh produsen dengan baik, ini semua dipandang sebagai pertarungan dalam menerima tayangan yang disampaikan oleh media (Hall, 2011:224-230). Ketiga posisi ini tentunya ditentukan oleh kultur atau budaya pembentuk posisi tersebut, dikarenakan semuanya memiliki pandangan berbeda dalam pembentukan diri mereka dalam budaya kebiasaan yang mereka pikirkan dan mereka lakukan.

Televisi merupakan bentuk budaya, sebuah ekspresi budaya dan sebuah medium. Teks-teks televisi adalah artefak-artefak budaya yang siap dijadikan bahan analisis (Burton, 2011:50). Jika penonton menyaksikan atau menonton televisi maka ada pertarungan budaya yang tidak terlihat antara budaya yang dikirimkan oleh televisi dengan pengalaman yang membentuk kebiasaan dari penonton tersebut dan dijadikan bahan analisis oleh diri mereka sendiri, oleh karena itu pemberitaan yang disiarkan oleh berita tidak menentu akan diterima secara *dominant*, *negotiated* maupun *oppositional* oleh penonton.

Jika merujuk kepada masyarakat korban lumpur lapindo yang dirasakan oleh masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo yang berbeda-beda sudut pandang dan cara menerima pesan dari pemberitaan tersebut dengan pengalaman yang mereka terima, akan

memunculkan beranekaragam penerimaan terhadap pemberitaan Ical sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk mengetahui penerimaan citra Ical pada pemberitaan televisi swasta nasional, selanjutnya melakukan *reception analysis* dari masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo yang menjadi korban lumpur lapindo serta pusat bencana tersebut terjadi, ini semua dihubungkan terhadap pencalonan Aburizal Bakrie sebagai calon presiden Periode 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana penerimaan korban lumpur lapindo terhadap pencitraan Aburizal Bakrie sebagai calon Presiden RI periode 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional?
2. Apa yang mempengaruhi penerimaan masyarakat korban lumpur lapindo terhadap pencitraan Aburizal Bakrie sebagai calon presiden RI periode 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur sebagai korban lumpur lapindo terhadap pencitraan dalam

pemberitaan Aburizal Bakrie sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 yang dikemas pada pemberitaan stasiun televisi swasta nasional. Peneliti akan menganalisis penerimaan masyarakat korban lumpur lapindo dan apa saja yang mempengaruhi penerimaan korban lumpur lapindo terhadap pencitraan Aburizal Bakrie. Peneliti juga ingin melihat produksi makna yang dikirim oleh televisi swasta nasional dan dihubungkan dengan produksi makna oleh informan dari kebiasaan, budaya dan kultur dari informan tersebut, sehingga melihat adanya pertarungan antara produksi makna.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam *reception analysis*. Sebagai salah satu media massa, televisi berperan penting dalam kehidupan manusia untuk membentuk opini-opini serta dibentuknya sebuah kultur, sehingga berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat melihat realitas sosial disekitarnya. Informan dalam penelitian ini dikhususkan sebagai penonton berita yang dianggap aktif dalam melihat produksi makna yang disebarkan oleh televisi, sehingga untuk kedepannya penonton dapat menjadikan penyebaran atau produksi makna yang dikirim oleh media tersebut sebagai pembanding makna yang penonton produksi, berhubungan dengan pengalaman, kultur dan kebiasaan yang sering mereka terima.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Politik dan Demokrasi dalam Media Televisi**

Politik dan demokrasi hingga saat ini tidak dapat terpisahkan oleh media. Kegiatan-kegiatan media seringkali merujuk pada politik dan demokrasi, sehingga jalannya pemberitaan dipengaruhi oleh politik dari internal media atau pemilik dan pekerja dalam media tersebut hingga eksternal seperti pemerintah ataupun masyarakat. Munculnya media di sekitar kita seharusnya dapat membantu mengkonstruksikan gambaran peristiwa dan mendorong khalayak untuk memandang sesuatu yang dekat dan jauh diantara mereka. Seperti dalam penelitian ini, pandangan korban lumpur lapindo dalam mengkonstruksi gambaran-gambaran yang dikirim oleh televisi, secara tidak langsung juga mempengaruhi cara pandang mereka dalam melihat sebuah politik yang berkembang, maupun pada tataran nasional yang seharusnya diberitakan secara netral oleh media televisi. Seperti yang dijelaskan oleh Pawito, sebagai contoh yang harus dilakukan oleh media dalam memberikan pengetahuan politik dan pemberitaan, khususnya di Indonesia antara lain (Pawito, 228:287) :

1. Media televisi memberikan kontribusi penyebaran informasi mengenai politik
2. Representasi serta sebagai forum debat publik dalam nuansa pluralitas ide dan aspirasi-aspirasi

3. Mendorong khalayak belajar lebih banyak tentang nilai demokrasi seperti kebebasan (*freedom*), kesamaan (*equality*), keadilan (*justice*)
4. Peran sebagai *watchdog* atau mengawasi “ketidak beresan”, baik yang ada didalam atau dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat.

Namun, hingga kini pemberitaan dan tugas media sebagai pemberi informasi dan pengetahuan politik terhadap masyarakat masih belum dilaksanakan khususnya di Indonesia. Media seringkali tidak netral dalam memberikan informasi maupun berita. Ketidakberpihakan berita televisi dan peristiwa sosial-politik secara luas dipandang mitos. Gambar dan ketajaman presentasi visual foto yang dikonstruksikan oleh praktik jurnalistik dikatakan memberikan deskripsi “berat sebelah” (Hall. 2011:233). Begitu juga yang terjadi di stasiun televisi swasta nasional Indonesia saat ini. Merujuk dari penjelasan Pawito tentang kriteria yang harus dilakukan oleh media televisi Indonesia, hingga saat ini media masih dipandang lemah.

Dalam buku Bingkai Komunikasi Politik di Indonesia, menjelaskan bahwa saat ini media seringkali melakukan berbagai propaganda yang menguntungkan hanya beberapa pihak saja, khususnya media televisi yang dikuasai oleh sebagian besar konglomerat media. Sebut saja Aburizal Bakrie yang melakukan propaganda melalui media televisi yang dia miliki, seperti kasus lumpur lapindo yang merugikan rakyat Sidoarjo beberapa tahun silam. Dalam pemberitaan stasiun televisi yang berhubungan langsung dengan kepemilikan Ical, seperti TV One dan Antv selalu menyebut semburan lumpur panas yang terjadi di Kecamatan Porong, Sidoarjo sebagai

lumpur Sidoarjo, ini semua secara tidak langsung menjelaskan bahwa masalah tersebut dikarenakan bencana alam, bukan dikarenakan perusahaan yang dimiliki Ical, selain itu dalam pemberitaan majunya sebagai calon presiden juga mencitrakan Aburizal Bakrie selalu berat sebelah atau Ical sebagai calon yang dicitrakan baik (Yusra, 2012:42).

Dari penjelasan tersebut maka secara tidak langsung fungsi untuk menyebarkan informasi khususnya berkaitan dengan pemilu dan politik sudah berat sebelah. Begitu juga dengan forum diskusi masyarakat yang mewadahi berbagai ide untuk debat publik, demokrasi, kesamaan dan keadilan semakin berkurang, ini semua dikarenakan pemberitaan-pemberitaan yang tidak sesuai dengan keinginan pemilik berita tidak akan ditayangkan. Secara tidak langsung tugas media sebagai *watchdog* atau pengawas dalam sistem kekuasaan di Indonesia tidak berjalan dengan baik, bahkan kini media televisi swasta nasional yang dikuasai oleh beberapa konglomerat menggunakan media kepemilikannya sebagai iklan bahkan berita khusus untuk partai politiknya, contohnya saja pada stasiun TV One dan Antv yang lebih banyak menyebarkan citra positif tentang partai Golkar dan majunya Ical sebagai calon presiden. Contoh lain yaitu Metro TV dan MNC Group yang saat ini dikuasai oleh ketua umum serta dewan pembina dari Partai Nasdem. Metro TV dan MNC Group memberikan ruang khusus dalam waktu penayangannya tentang pemberitaan dan iklan Partai Nasdem.

Munculnya ketidaknetralan dalam berita atau keberpihakan media kepada pemilik media maupun penguasa, tentunya juga tidak terlepas dari

ekonomi politik dalam media tersebut. Munculnya para pemodal besar untuk memasuki industri pertelevisian pertama-tama adalah alasan ekonomi, begitu juga dengan pemberitaan dalam televisi tentunya berhubungan erat dengan yang memiliki “uang” atau “kekuasaan”. Seperti dijelaskan oleh Armando, bahwa gerakan pemberitaan atau televisi digerakkan oleh ekonomi, kehidupan pertelevisian dihidupkan oleh iklan-iklan, pemberitaan dan kekuasaan yang secara langsung juga ikut menggerakkan tayangan pemberitaan televisi kemana arahnya (Armando, 2011:39), sehingga sangat jelas bahwa media televisi, khususnya di Indonesia ini dipengaruhi oleh roda ekonomi dan politik. Keberpihakan media, khususnya dalam pemilu nantinya akan berpengaruh dalam pemberitaan televisi, dikarenakan rata-rata 60% sampai 70% dari anggaran total pemilu diberikan kepada berbagai media, khususnya media televisi dalam pengiklanan dan kampanye khusus partai yang diberitakan televisi (Ross, 2003:101). Oleh karena itu, sangat jelas bahwa anggaran-anggaran yang digunakan dalam kampanye bentuk iklan dan pemberitaan secara tidak langsung akan mengikuti keinginan partai politik yang membayarnya.

Pertarungan kepemilikan media televisi yang hanya dikuasai oleh beberapa orang atau biasa disebut konglomerasi media merupakan suatu yang lazim di dunia, khususnya Indonesia. Perusahaan-perusahaan televisi cenderung memperluas cakupan kepemilikan mereka guna memberi posisi yang lebih aman bagi diri mereka sendiri dalam sebuah kompetisi pasar (Burton, 2011:64). Oleh karena itu, faktor ekonomi politik dalam media

sudah sangat lazim. Prestasi industrial dan kekuatan finansial ini jelas berimplikasi pada kontrol terhadap pasar pertelevisian yang bertujuan mengendalikan lebih banyak orang, khususnya jika dikaitkan dalam dunia politik.

Ketidaktegasan media sebagai pengawas politik yang berjalan di suatu negara menjadi umpan hangat bagi literasi media oleh masyarakat aktif atau yang paham politik. Kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi, khususnya media televisi saat ini telah berhasil membuat masyarakat sekarang dapat dengan mudah mengakses informasi. Masyarakat dalam suatu negara atau lokal masa kini dapat menyimak serta menganalisis segala yang terjadi disekitar bahkan diluar mereka, informasi yang dulunya ditutupi kini telah menjadi “makanan publik” (Firmanzah, 2008:16). Oleh karena itu, munculnya teknologi yang serba terbuka dan pemberitaan yang sudah dapat diakses oleh masyarakat, kini dengan mudah dapat di *decoding* dan menjadi sebuah alat demokrasi yang dijalankan oleh masyarakat. Khalayak aktif akan melakukan beberapa pengkritikan dengan adanya pemberitaan yang sebenarnya tidak sesuai dengan pemahaman dan penerimaan yang mereka sandingkan dengan kebiasaan dan pengetahuan mereka sebelumnya.

## **2. Berita Televisi sebagai Pembentuk Citra**

Sejak awal munculnya, hingga kini televisi telah banyak merubah tatanan cara berfikir, pandangan serta cara berperilaku seseorang maupun



kelompok. Menurut Douglas Kellner dalam memandang televisi, menyatakan bahwa televisi saat ini banyak mengasumsikan beberapa fungsi yang dahulunya sebenarnya berasal dari berbagai mitos dan ritual, seperti : merekatkan individu-individu ke dalam tatanan sosial, memuliakan nilai-nilai dominan dan menawarkan model-model pemikiran (Burton, 2011:1). Ini semua menjelaskan bahwa pengiriman beberapa pesan atau produksi makna dari televisi secara tidak langsung mencoba memberikan pengaruh terhadap penonton, walaupun saat ini juga penonton tidak dapat dipandang pasif, dan ini semua berpengaruh terhadap pembentuk citra dalam pemberitaan yang disebarkan oleh televisi. Jika dikaitkan dengan pemberitaan politik, khususnya pencalonan Ical menjadi calon presiden untuk bertarung pada tahun 2014, tentunya banyak gambaran-gambaran atau citra yang dibentuk oleh beberapa tayangan berita stasiun televisi swasta. Pemberitaan pada stasiun milik Ical tentu akan mencoba memberikan gambaran positif tentang dirinya, begitu juga dengan pemberitaan televisi swasta lainnya bisa memaparkan citra positif atau buruk yang dihubungkan dengan latar belakang dalam televisi swasta tersebut.

Munculnya televisi hingga awal 1920 sudah memberikan dampak besar kepada masyarakat dunia, memunculkan beberapa perkembangan komersial dari teknik-teknik *scanning* elektronik dan ditandai juga dengan temuan teknis serta penyiaran eksperimental (Burton, 2011:376), berjalannya siaran televisi juga didorong dengan isi yang disajikan oleh televisi tersebut. Salah satu isi dari televisi tersebut yang masih sangat

diminati oleh masyarakat dunia saat ini adalah berita. Penyampaian berita dipandang sangat kuat oleh penonton, sehingga dalam penyampaian citra yang berhubungan dengan perseorangan atau kelompok sangat berdampak besar. Secara tidak langsung televisi memproduksi makna yang sebenarnya dikirim untuk disebarkan kepada penonton dan mengajarkan bahwa citra yang mereka sebar adalah benar adanya.

Dalam melihat khalayak atau penonton tayangan televisi, khususnya berita. Morley menjelaskan bahwa penonton dalam *decoding* berita mencoba memfokuskan pada “pilihan” berita atau arti yang dilihat melalui wacana yang disampaikan oleh berita (Jensen, 2002:162). Morley mencoba mematahkan beberapa konsep bahwa televisi memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi dan menyebarkan citra kepada penonton, sebenarnya penonton melakukan pilihan terhadap acara berita yang mereka saksikan daripada hanya diam dan menerima tayangan tersebut. Morley ingin menjelaskan bahwa sebenarnya penonton akan memberikan penilaian dan penerimaan terhadap tayangan televisi yang mereka saksikan, sehingga dapat terlihat pembagian secara *dominant* dalam menerima berita atau *negotiated* bahkan *oppositional*.

Namun, dibalik itu televisi tetap menyebarkan beberapa bentuk pemahaman atau citra dari pemberitaannya, seperti yang terjadi pada kasus yang menyoroti permasalahan Prita Mulyasari, dimana televisi mencoba membentuk citra Prita sebagai orang yang perlu diberikan “simpati” dan “pertolongan” oleh masyarakat Indonesia, maka secara tidak langsung

televisi mencoba meng-*encoding* pemberitaan tersebut (Tamburaka, 2012:71). Jika beberapa tahun silam terjadi beberapa pencitraan oleh televisi tentang pemberitaan Prita Mulyasari, akhir tahun 2012 muncul pemberitaan KPK versus Polri, televisi mencoba mengirimkan citra positif tentang KPK dengan cara memuji dan membanggakan kinerja KPK, sedangkan televisi mencoba memojokkan Polri dan menyampaikan citra negatif tentang kinerja dan kasus-kasus Polri yang belum terselesaikan.

Dalam melihat pemberitaan televisi yang didasari oleh penelitian Morley, bahwa ada beberapa penyampaian makna atau produksi pesan yang dikirimkan oleh pemberitaan yang dianggap kuat oleh penonton yang disampaikan oleh televisi yang disebut citra pemberitaan dalam televisi tersebut. Proses melihat gambar televisi yang dikaitkan dengan berita yang disiarkan tersusun atas representasi-representasi yang digabungkan dalam proses yang kompleks, dalam penelitian ini “melihat” bukan sekedar aktivitas visual, kegiatan melihat atau menyaksikan pemberitaan televisi adalah proses dimana penonton memahami apa yang mereka lihat dihubungkan dengan penglihatan citra yang disebarkan oleh televisi tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Stuart Hall dalam menyaksikan atau melihat berita atau pencitraan yang dibentuk dapat dilihat melalui tiga bagian (Burton, 2011:249):

1. Reflektif atau makna tentang representasi yang merupakan sejenis pandangan sosial dan kultural yang ada diluar sana atau dalam realitas sosial penonton

2. Intensional, pandangan kreator/produser representasi atau makna sebagaimana dimaksudkan atau dipahami oleh penonton, dan
3. Konstruksionis atau pandangan yang dibuat melalui teks dan oleh pembaca, yaitu pandangan yang tergantung pada penggunaan bahasa atau kode-kode visual dan verbal, kode teknis, kode busana dan sebagainya.

Dalam memandang pemberitaan berhubungan dengan penyampaian citra kelompok atau individu yang diberikan, tiga dasar dalam melihat makna yang dikirimkan oleh produsen dapat dilihat sebagai cara penyebaran dan makna-makna dalam televisi tersebut yang dianggap juga penyebaran citra dalam isi berita televisi, namun pencitraan atau penggambaran yang dikirimkan oleh media, khususnya televisi tidak serta merta akan diterima oleh penonton atau khalayak, namun ada penyaringan yang dilakukan oleh mereka hingga pada tataran akhirnya melakukan penerimaan setelah menyaksikan tayangan berita di televisi.

### **3. Penonton sebagai Warga Negara**

Memandang pemberitaan televisi yang semakin tidak netral di sekitar kita, membutuhkan beberapa pemahaman dan kemampuan untuk mengkritik isi dari pemberitaan tersebut, khususnya penonton yang aktif dalam memandang pemberitaan politik yang seringkali dipengaruhi oleh latar belakang stasiun televisi itu sendiri. Dalam sebuah penelitian Kern, menjelaskan bahwa penonton aktif “membangun” kandidat politik mereka

dalam menanggapi pemberitaan media dan pesan yang coba dikirimkan kepada mereka (Ross, 2003:103). Penjelasan Kern merujuk pada pemberitaan, khususnya stasiun televisi bahwa saat mereka mencoba mengirimkan pemberitaan yang bermuatan citra, baik positif maupun negatif, khalayak sebenarnya telah memiliki kemampuan dan pilihan yang mereka pilih, begitu pula jika dikaitkan dengan pemilihan partai politik atau presiden yang dikaitkan dalam penelitian ini, bahwa citra apapun yang dibangun oleh stasiun televisi swasta nasional, penonton telah memiliki pilihan tersendiri yang nantinya pesan-pesan yang bermuatan citra itu akan bertarung dengan yang dimiliki oleh penonton.

Melihat fungsi media, khususnya televisi memberikan peran penting dalam penyebaran informasi dan pengetahuan kepada penonton. Dalam penelitian ini adalah korban lumpur lapindo yang juga sebagai warga negara Indonesia digiring untuk ikut serta dalam pemilihan umum. Namun dibalik itu korban lumpur lapindo merupakan penonton aktif yang tidak serta merta menerima pemberitaan dari media televisi. Media secara netral seharusnya dapat berkontribusi untuk memberikan pengetahuan kepada warga dan sebagai jembatan antara ide yang dimiliki oleh wartawan dan politisi yang disebarkan melalui media untuk penonton atau khalayak. Dalam buku *Audience and Media*, Norris menjelaskan beberapa efek dari pemberitaan oleh media televisi kepada penonton yang mengarahkan kepada informasi dan pengetahuan mengenai pemilu dan sebagai warga negara, antara lain (Ross, 2003: 105) :

1. Penonton televisi atau pemilih dalam pemilu, akan mengubah preferensi politik mereka dan sikap dalam menanggapi informasi yang mereka terima dalam televisi.
2. Perubahan signifikan ideologi politik hanya mungkin terjadi setelah paparan berkelanjutan dan berkepanjangan pesan media yang menantang keyakinan mereka, sehingga menghasilkan pergeseran kecil, namun penting dalam persepsi
3. Berita sebagai sumber informasi penting dalam membangun pengetahuan mengenai politik kepada penonton.

Jika dikaitkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pemilih atau dalam penelitian ini adalah penonton akan membentuk pertarungan antara cara pandang yang sebelumnya mereka miliki dengan yang disebarkan oleh televisi, sehingga secara tidak langsung dalam penjelasan Norris melihat bahwa media berusaha untuk memberikan informasi yang mengajak penonton untuk melakukan kegiatan seperti yang diagendakan oleh media, terutama agenda politik yang disebarkan antara politisi melalui media. Disadari atau tidak, bahwa sebenarnya saat penonton menyaksikan tayangan atau pemberitaan, secara tidak langsung cara pandang mereka akan berubah walaupun hanya sedikit, dan perubahan cara pandang itu akan mempengaruhi persepsi mereka dalam menerima pemberitaan, serta sebagai penyebar informasi, media berperan penting sebagai pusat pengetahuan kepada penonton.

David Morley mempertegas keberpihakan media saat ini, khususnya televisi yang dapat menyampaikan secara global dapat mengambil hati khalayak atau penonton, sehingga dengan mudah memberikan informasi dan pengaruh kepada penonton dalam melihat agenda yang sedang mereka bentuk, itu semua juga mendorong penonton untuk berperan serta dalam agenda mereka (Morley, 1995:70). Seperti yang dijelaskan oleh Morley, bahwa pemberitaan yang disampaikan oleh stasiun televisi swasta nasional mencoba untuk memberikan gambaran-gambaran tentang Ical dalam pandangan tiap stasiun televisi swasta nasional dan mencoba menggiring penonton dalam agenda mereka. Seperti disebutkan oleh Lavrakas dan Traugott, bahwa *The Audience as Citizen* melihat warga “berkontribusi” terhadap proses demokrasi, terutama dalam iklim pemilihan umum melalui partisipasi yang mereka ikuti dalam jejak pendapat, walaupun tidak seluruhnya penonton memiliki kredibilitas yang tinggi, ini semua berdasarkan oleh pemberitaan media (Ross, 2003: 109) kontribusi yang dilakukan oleh penonton atau pemilih dalam pemilu tentunya juga sangat berhubungan dengan media, baik sebagai pemberi informasi maupun sebagai wadah dalam penyampaian ide-ide penonton yang ikut berpartisipasi sebagai warga negara.

Namun seperti penjelasan sebelumnya, keyakinan kita pada media, khususnya media televisi yang dipandang sebagai media yang saat ini lebih dipilih oleh khalayak dalam mempengaruhi penonton sebagai warga negara untuk memilih sesuatu yang telah diagendakan oleh media. Ini semua

karena kekuatan penonton tidak dapat dipandang lemah, bahkan seringkali media tidak dapat memberikan informasi yang netral, khususnya pemberitaan politik karena selalu berhubungan dengan kepemilikan media. Seperti yang dijelaskan oleh Marxis bahwa media seringkali dipandang oleh penonton sebagai manipulasi dari penguasa cerdas yang sebenarnya menyebarkan budaya korupsi, penyebaran nilai kekerasan, cuci otak serta kepasifan dalam politik (Morley, 1992:72), sehingga penyebaran informasi media tidak terlepas dari berbagai intrik dibalik media tersebut. Dibalik ketidaknetralan media, maka akan muncul penonton yang aktif dalam menanggapi semua pemberitaan dan informasi yang dikirim oleh media.

Munculnya penonton yang aktif dikarenakan dorongan-dorongan dari ketidaknetralan media, sehingga penonton mencoba mengkritisi tayangan-tayangan media tersebut. seperti yang dijelaskan dalam buku *Television Audience and Cultural Studies*, Counihan menjelaskan bahwa sebenarnya pada saat khalayak mencoba men-decoding atau menafsirkan tanda-tanda, penonton secara aktif terlibat masuk dalam bahan-bahan program televisi yang diterjemahkan oleh orang-orang dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda (Morley, 1992:72). Begitu juga yang ingin dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, bahwa latar belakang dari informan yang dikaitkan dalam memandang politik nasional. Secara tidak langsung penonton aktif dengan latar belakang yang berbeda akan mencoba membangun gambaran-gambaran berbeda disesuaikan dengan apa yang pernah mereka alami dan mereka terima selama ini, sehingga sangat jelas



penonton sebagai warga negara dalam mensukseskan pemilu sebenarnya tidak secara langsung diajarkan oleh media, namun media dibalik itu mempengaruhi cara pandang penonton dan akan mempengaruhi penerimaan mereka dalam melihat suatu pemberitaan atau fenomena politik, namun penonton yang aktif tidak serta merta menerima informasi itu, namun akan menyaring dan membandingkan dengan informasi yang sebelumnya mereka miliki.

#### **4. *Reception Analysis* dalam Melihat Pemberitaan Televisi Swasta Nasional**

Munculnya studi ilmu komunikasi yang konsen terhadap studi isi tayangan media, penonton dan kultur khususnya yang diproduksi oleh televisi mendorong munculnya tipe penelitian yang berfokus dalam bagaimana makna diproduksi dan penerimaan khalayak atau dalam penelitian ini adalah penonton. Menurut Jensen dalam penelitian khalayak selama tahun 1980 adalah bentuk dari tanggapan masyarakat dalam memandang suatu fenomena yang berada di sekitarnya. Analisis penerimaan khalayak pun berdasarkan dari berbagai dasar ilmu-ilmu sosial lainnya, namun yang terpenting adalah mencoba membangun sebuah hasil yang valid dari penerimaan khalayak dengan menggunakan dampak dari penyebaran atau produksi dari makna media dan penonton, atau dalam kata lain, *reception analysis* mengasumsikan bahwa tidak ada “efek” tanpa ada “makna” (Jensen, 2002:135).

Dari pernyataan Jensen sangat jelas bahwa dalam menentukan penerimaan penonton dalam melihat makna yang disampaikan oleh media, khususnya dalam penelitian ini adalah media televisi swasta nasional, begitu juga yang terjadi pada pemberitaan televisi swasta nasional di Indonesia dalam memberitakan majunya Ical menjadi calon Presiden dan diterima oleh korban lumpur lapindo. Dibalik itu juga melihat adanya efek yang bisa disebut juga hasil dari penerimaan oleh penonton setelah menyaksikan makna-makna yang di produksi oleh media tersebut. Dalam buku *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* oleh Nicholas W. Jonkowski menjelaskan bahwa reception analysis telah membuat keberangkatan baru dalam mempelajari secara mendalam proses-proses sebenarnya melalui produksi makna media yang berasimilasi dengan produksi makna atau penerimaan dan praktek budaya penonton (Jonkowski, 2002:140). Dari hasil analisis tersebut selanjutnya diinterpretasikan dengan mengacu pada konteks, baik latar belakang sejarah serta budaya dan konteks isi media.

Dibalik itu, Stuart Hall menjelaskan tentang *reception* bahwa produksi makna tidak menjamin konsumsi makna sebagaimana yang dimaksud oleh pengode karena pesan-pesan dalam televisi yang dikonstruksikan sebagai tanda dengan komponen multi tafsir sehingga lebih dari sekedar serangkaian makna potensial (Barker, 2011:35). Hall menjelaskan ketika penonton menyaksikan tayangan berita, penonton ikut berpartisipasi dalam rangka kerja kultural dengan produsen, maka *decoding* penonton dan *encoding*

tekstual oleh televisi akan mencoba menyerupa atau menyamakan, dengan kata lain ada pertarungan produksi yang dilakuakn oleh penonton. Secara detail dijelaskan pula bahwa ada makna yang dikirimkan oleh televisi kemudian disebarkan kepada penonton, namun dilain sisi penonton telah memiliki penerimaan dari makna tersebut, walaupun belum dapat dikatakan diterima atau tidak, kerja dari *reception analysis* lebih dari sekedar pengiriman dan penerimaan makna, namun melihat penyebab penonton mengambil kesimpulan akhir setelah menyaksikan tayangan televisi, dalam penelitian ini adalah pemberitaan. *Reception analysis* pun tidak terlepas dari pernyataan Hall bahwa penonton adalah pencipta kreatif makna dalam kaitannya dengan televisi (mereka tidak sekedar menerima begitu saja makna-makna tekstual) dan mereka melakukannya berdasarkan kompetensi kultural yang dimiliki sebelumnya yang dibangun dalam koteks bahasa dan relasi sosial, ini semua tentunya berdasarkan hubungan antara *encoding* oleh media dan selanjutnya informasi-informasi di *decoding* oleh penonton, berikut ini beberapa pemaparan antara *encoding* yang dilakukan oleh media dan proses *decoding* oleh informan dalam penelitian ini adalah penonton:

#### ***a. Encoding***

Dalam memandang *encoding* atau produksi makna yang disampaikan oleh pihak produsen atau dalam penelitian ini adalah media televisi swasta nasional. Hall dalam buku *Cultural Studies* mengartikan proses *encoding* televisi sebagai suatu artikulasi momen-momen

produksi, sirkulasi, distribusi dan reproduksi yang saling terhubung. Namun masing-masing memiliki praktik spesifik yang niscaya ada dalam sirkuit itu namun tidak menjamin momen berikutnya, dan ini semua dibentuk oleh pihak media. (Barker: 2011:2867). Dengan kata lain bahwa dalam proses *encoding* memiliki waktu-waktu atau melihat kejadian yang saat itu sebenarnya sedang terjadi pada saat pengiriman makna, namun secara khusus produksi makna tidak memastikan pada makna itu sebagaimana yang dikehendaki oleh pengode, maksud dari ini semua bahwa pengode seperti dalam penelitian ini adalah televisi swasta nasional yang memberitakan tentang majunya Ical menjadi calon presiden, belum tentu memiliki tujuan atau makna yang seperti diterima oleh penonton karena sebenarnya pesan-pesan televisi yang dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan komponen penekanan yang beraneka ragam itu tidak selamanya oleh penonton atau penerima makna.

Pembentukan makna dari produsen dalam pandangan peneliti dapat dilihat sebagai bentuk awal pengiriman pesan, namun dalam gambaran terjadinya *encoding* selalu ditandai oleh kerangka pengetahuan yang dibentuk oleh pengode, seperti analogi *encoding – decoding* yang dijelaskan oleh Stuart Hall bahwa relasi produksi diawali oleh kerangka pengetahuan yang dimiliki oleh produsen atau dalam penelitian ini adalah televisi swasta nasional kemudian membentuk struktur makna pertama atau disebut *encoding* selanjutnya menjadi sebuah penyampaian ide, gagasan, citra bahkan studi-studi yang dikemas dalam sebuah

program (Hall, 2011:217). Sebagai pengiriman makna, informasi yang dikirim oleh media selanjutnya membentuk struktur makna yang dibentuk oleh penonton sehingga menjadi sebuah kerangka pengetahuan. Oleh karena itu, *encoding* akan memiliki efek mengontruksi beberapa batasan yang dalam lingkupnya dari penerimaan penonton, namun untuk encoding sendiri melihat pembuatan atau produksi makna yang diarahkan oleh produsen kepada penonton.

#### ***b. Decoding***

Sebuah proses komunikasi masa melibatkan beberapa pendekatan untuk melihat hasil dari penerimaan penonton didalam memandang produksi makna yang disebarkan oleh produsen, pertama studi tentang artefak media, studi tentang program televisi dan yang terakhir adalah *decoding*. Dalam buku *Television, Audience and Cultural Studies* David Morley banyak menjelaskan tentang proses produksi makna yang dilakukan oleh penonton atau disebut dengan *decoding*. Proses *decoding* atau menafsirkan tanda-tanda yang penonton secara aktif berkaitan dengan cara program televisi yang sama diterjemahkan oleh orang-orang dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda (Morley, 1992:72). Seperti pada penelitian ini, informan yang diwakili oleh korban lumpur lapindo mencoba memproduksi makna dari pemberitaan Ical menjadi calon presiden. Setiap pemahaman komunikasi masa akan tidak sama jika melihat dari berbagai produksi, program dan penonton, walaupun

televisi dalam penelitian ini televisi swasta nasional mencoba mengisolasi penonton dengan tayangan-tayangannya. Namun, dibalik itu sesuai dengan kritis-politik agendanya, Morley memberikan perhatian khusus pada status kelas dari kelompok responden yang berbeda-beda dalam melihat *decoding*. Kemudian berdasarkan penelitian, telah meneliti gender dan kelas pada pijakan yang kurang lebih sama sebagai perbandingan, etnis dan budaya berbeda-beda. Dalam studi terbaru usia jarang menjadi pusat penerimaan dan studi penonton (atau pengembangan teori dalam penelitian media lain) (Jensen, 2002:163), atau dengan kata lain bahwa beda pengalaman dan kebiasaan yang terbangun setiap hari maka *decoding* dari tiap penonton pun berbeda dengan melihat makna yang dikirimkan oleh televisi dengan penerimaan penonton.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Paradigma Penelitian**

Dalam buku *Living War Room*, Ing Ang menjelaskan bahwa keluarga dalam memandang kerja televisi menyampaikan produksi makna dan keluarga sebagai penerima makna tersebut. *Reception analysis* dipandang sebagai kerja televisi menyampaikan konsep-konsep dalam televisi fenomena dalam bentuk fitur maupun intrik dan di interpretif berbeda-beda dengan anggota atau grup dalam keluarga (Ang, 1996:59). Ini semua menjelaskan bahwa sebenarnya *reception analysis* sajian khalayak media. Penonton atau yang dijelaskan oleh Ing Ang adalah anggota dalam keluarga

berinteraksi dengan media dan memaknai bermacam-macam dalam menyaksikan televisi dan penonton dianggap aktif. Dibalik itu, James Carey menjelaskan tentang penelitian kualitatif berhubungan dengan *reception analysis* untuk dapat mengemukakan interpretasi-interpretasi, orang menempatkan diri pada keberadaan dan kemudian mensistematisasikan interpretasi-interpretasi bersangkutan, sehingga mereka lebih dekat dengan kita. (Pawito, 2008:38). *Reception analysis* dalam metode komunikasi dapat dikategorikan dalam paradigma interpretif konstruktivistik, menurut Morley dalam bukunya *The Nationwed Television Studies* menjelaskan bahwa dalam paradigma interpretif, melihat bagaimana masyarakat atau sosial mengartikan makna berhubungan dengan kebiasaan dan efek, serta melihat perilaku penonton dalam memandang media (Moorley, 2005:122), sehingga dalam paradigma ini, peneliti memahami alasan-alasan dari tindakan sosial yang mereka lakukan. Semuanya dilihat dari penonton yang mengkontruksikan makna, dan dihubungkan dengan kehidupan mereka.

Masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 2 merupakan korban lumpur lapindo yang berada dalam berbagai latar belakang, baik sebelum menjadi korban dalam bentuk ekonomi atau sosial hingga latar belakang komunitas atau organisasi yang mereka miliki saat ini, sehingga dalam mengkontruksi pemberitaan televisi swasta yang memiliki berbagai latar belakang juga, memungkinkan untuk mendapatkan berbagai kontruksi. Dalam lingkungan saat ini pula, masyarakat korban lumpur lapindo tersebut dapat bertukar informasi dan pemaknaan ataupun penyebaran informasi yang secara tidak

langsung akan mempengaruhi penerimaan mereka nantinya dalam memandang pemberitaan dalam televisi yang dikaitkan dengan kehidupan yang mereka jalani sehari-hari.

## **2. Informan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penerimaan citra Ical sebagai calon presiden dalam pemberitaan televisi swasta nasional, informan dipilih melalui teknik sampling purposif, informan yang dipilih merupakan orang-orang tertentu karena dianggap mengetahui situasi, berdasarkan penilaian tertentu mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedural pengujian hipotesis (Rakhmat, 2009:81). Dalam penelitian yang menjadi informan penelitian adalah masyarakat Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur.

Pemilihan informan didasari oleh:

1. Masyarakat yang tinggal di Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur merupakan korban lumpur lapindo yang merasakan dampak dari lumpur lapindo langsung. Oleh karena itu, sesuai dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Saat pemberitaan televisi swasta nasional menyampaikan beberapa informasi tentang pencalonan Ical menjadi presiden, maka akan terlihat pertarungan dalam memproduksi makna dari televisi kepada informan yang pada asumsi awal peneliti, akan terjadi penolakan.



2. Korban lumpur lapindo sebelumnya memiliki rumah atau tempat tinggal yang berlokasi berbeda-beda dari beberapa tempat desa dan dusun yang terkena dampak lumpur lapindo, sehingga informan yang peneliti ambil merupakan representasi dari seluruh korban lumpur lapindo.
3. Beberapa masyarakat yang saat ini tinggal di Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur tergabung dalam berbagai kelompok yang mengurus segala bentuk ganti rugi lumpur lapindo oleh PT. Minarak Lapindo Jaya, antara lain: Gerakan Korban Lumpur Lapindo, TIM 16, Pendukung Kontrak dan mendukung keputusan presiden. Beberapa kelompok yang muncul di sekitar masyarakat tentunya juga akan mempengaruhi penerimaan informan dalam melihat pemberitaan majunya Ical sebagai presiden dalam pemberitaan televisi swasta nasional. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat seberapa besar dan pengaruh dari keikutsertaan informan dalam kelompok dalam mempengaruhi penerimaan mereka.
4. Mengetahui dan menonton berita-berita tentang pencalonan Aburizal Bakrie sebagai calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional, sehingga mempermudah peneliti untuk meneliti penerimaan informan dalam pemberitaan televisi swasta nasional tersebut.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam melihat penerimaan informan terhadap pemberitaan majunya Ical sebagai calon presiden pada televisi swasta nasional, ada beberapa tahap yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data tersebut, dan disesuaikan dengan urutan-urutan langkah yang telah peneliti lakukan, antara lain:

#### **a. Studi Pustaka**

Ada beberapa cara untuk mendapatkan data atau informasi mengenai sebuah penelitian, dalam penelitian ini, menggali data *encoding* atau melihat produksi makna yang dikirimkan oleh televisi dilakukan dengan studi pustaka. Jika ada beberapa data yang dianggap penting yang belum “ditemukan”, maka peneliti dapat melakukan studi pustaka dalam bentuk reduksi data, mencari kembali data yang masih dibutuhkan dengan menjelajahi teks (Pawito, 2008:182). Jika peneliti telah melakukan studi pustaka berkenaan dengan data yang masih kurang, maka selanjutnya akan menghasilkan penjelasan tentang konsep-konsep dan simbol yang terdapat dalam teks yang sedang diteliti serta pandangan-pandangan teoritik yang relevan.

Dalam penelitian melihat citra Ical yang dibangun oleh televisi swasta nasional berkenaan dengan pencalonan dirinya menjadi presiden, peneliti mencari beberapa informasi dan data pendukung dengan cara mencari informasi melalui teks (buku, dan dokumentasi pemberitaan

pada televisi dan video) tentang pemberitaan pencalonan Ical menjadi calon Presiden Republik Indonesia periode tahun 2014-2019 yang datanya dapat diperoleh dengan melihat pemberitaan dan latar belakang stasiun televisi swasta yang memberitakan mengenai pemilu tahun 2014 nanti.

**b. *Focus Group Discussion (FGD)***

Dalam penelitian ini, digunakan teknik FGD untuk mengumpulkan data. Teknik FGD merupakan pengumpulan data dari berbagai informasi dari informan yang didapatkan dengan diskusi berkelompok dan terfokus. Menurut Irwanto, FGD merupakan upaya yang sistematis dalam mengumpulkan data dan beberapa informasi dari informan dengan 3 kata kunci, yaitu : bukan wawancara atau obrolan, kelompok bukan individu dan tidak bebas atau terfokus (Irwanto,2006:1).

Peneliti pertama-tama mencoba menghubungi beberapa masyarakat atau korban lumpur lapindo dari berbagai organisasi, latar belakang ekonomi dan sosial hingga daerah awal sebelum menjadi korban. Setelah itu terkumpul informan yang dijadikan satu kelompok dan belum seluruhnya sangat mengenal latar balakang satu sama lain, walaupun mereka satu warga yang bergabung saat menjadi korban lumpur lapindo. Setelah terkumpul menjadi kelompok, maka dilakukan diskusi kelompok yang terfokus pada permasalahan lumpur lapindo dan penerimaan mereka saat menyaksikan pemberitaan pencalonan Ical sebagai calon

Presiden Republik Indonesia, periode 2014-2019 dalam pemberitaan televisi swasta nasional. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwa teknik pengumpulan data menggunakan FGD dalam penelitian ini sebagai data awal dan mencari tahu informasi serta gambaran keadaan sebelum dan sesudah informan menjadi korban lumpur lapindo, dan sebagai persiapan data-data yang akan digali dalam wawancara mendalam.

### **c. Wawancara Mendalam**

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor). Dalam penelitian komunikasi kualitatif dikenal setidaknya ada tiga jenis wawancara : wawancara informal, menggunakan pedoman dan open-ended (Pawito, 2007:132), dalam penelitian ini juga peneliti melakukan berbagai tahap-tahap seperti yang dijelaskan oleh Pawito, antara lain :

#### **a. Wawancara Percakapan Informal**

Wawancara percakapan informal menunjuk pada kecenderungan sifat sangat terbuka dan sangat longgar (tidak terstruktur) sehingga wawancara memang benar-benar mirip dengan percakapan. Pertanyaan-pertanyaan mengalir secara spontan seiring berkembangnya konteks dengan situasi wawancara, dan segala sesuatunya terasa sangat luwes. Setelah peneliti menemui informan,

peneliti melakukan percakapan informal terkait keluarga, hubungan sosial sehari-hari dan aktivitasnya, bahkan peneliti melakukan pendekatan dengan menyamakan hobi dan *interest* informan, sehingga mendapatkan kedekatan, setelah terjadi percakapan informal, peneliti kemudian melanjutkan wawancara dengan pedoman. Pernyataan yang dikemukakan oleh peneliti dapat berbeda-beda antara subjek yang satu dan subjek yang lain.

b. Wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara

Setelah mendapatkan kedekatan kepada informan, kemudian peneliti baru melakukan wawancara dengan pedoman. Dengan berbagai pertanyaan yang telah disiapkan sebelum dilaksanakan wawancara. Pedoman wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi yang ingin didapatkan dari informan yang nanti dapat dikembangkan dengan memperhatikan perkembangan.

c. Wawancara dengan menggunakan *open-ended standard*.

Dikarenakan latar belakang yang bermacam-macam dari informan, seperti: ekonomi, pendidikan dan sosial. Sangat diperlukan wawancara menggunakan *open ended standard*, peneliti menyesuaikan pertanyaan dengan berbagai latar belakang tersebut namun tetap dalam satu konsep pertanyaan. Wawancara dengan menggunakan standar *open-ended* sangat membutuhkan kecermatan dalam penyusunan pertanyaan baik dalam kaitan dengan susunan item

pertanyaan serta bagian-bagian yang akan dicakup dalam pilihan kalimat atau kata-kata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara karena teknik ini dianggap sangat mendalam untuk mendapatkan informasi, mendetail dan mencakup segala aspek dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Wawancara juga digunakan oleh peneliti untuk memperjelas dari informasi yang sebelumnya didapatkan melalui FGD, sebelumnya FGD hanya sebatas diskusi untuk melihat seluruh kondisi saat ini dalam masyarakat, selanjutnya untuk memperdalam informasi, maka peneliti melakukan wawancara mendalam.

#### **4. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **a. Tempat Pelaksanaan Penelitian:**

Berada di kompleks korban lumpur lapindo, Desa Kludan RT 01 RW 02 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur (berlokasi kurang lebih 5 KM dari tanggul lumpur Lapindo).

##### **b. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Akhir bulan Juni – Oktober 2012 (waktu yang diperlukan akan sesuai dengan kebutuhan kelengkapan data dan informasi yang diperlukan).

## 5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian yang berhubungan dengan korban lumpur lapindo, dikaitkan dengan pencalonan Aburizal Bakrie sebagai calon presiden dalam pemberitaan televisi swasta nasional, akan melihat dari berbagai sudut pandang untuk menganalisis data yang tersedia. Data-data yang didapatkan bukan hanya dari sisi informan saja, melainkan dari sisi televisi swasta nasional yang memberitakan tentang pencalonan Aburizal Bakrie menjadi presiden. Ini semua tentunya akan berhubungan dengan penyampaian citra dari pemberitaan televisi swasta nasional tersebut.

Pertama, peneliti mencoba melihat makna-makna yang diproduksi oleh media televisi, khususnya televisi swasta nasional atau analisis data melalui encoding. Menjelaskan tentang *encoding*, menurut Hall (1981) mengartikan proses *encoding* televisi sebagai suatu artikulasi momen-momen produksi, sirkulasi, distribusi dan reproduksi yang saling terhubung dalam tayangan televisi (Barker, 2011:287). Oleh karena itu, dalam penelitian ini melihat bahwa sebenarnya media televisi, khususnya televisi swasta nasional mencoba menyampaikan atau memproduksi makna yang akan disampaikan kepada penonton berhubungan dengan pencalonan Ical menjadi presiden. Peneliti mencoba melihat proses produksi, alur jalannya berita dan distribusi yang berhubungan dengan waktu dan isi dalam pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden di pemberitaan televisi swasta nasional. Seperti penjelasan John Storey dalam buku *Cultural Studies* dan *Kajian Budaya Pop*. Momen produksi media dibingkai

seluruhnya oleh makna-makna dan ide-ide; praktik pengetahuan yang menyangkut “rutinitas” produksi (Storey, 2008:12) oleh karena itu peneliti dalam melihat pemberitaan televisi swasta nasional dalam memberitakan pencalonan Ical menjadi calon presiden dengan melihat rutinitas pemberitaan dan isi pemberitaannya yang dilihat dalam: topik, reportase, agenda-agenda, peristiwa, person. Dibalik itu, untuk menambah beberapa penggalan data, peneliti mencoba menganalisis data dengan bantuan framing, penggunaan analisis framing oleh peneliti hanya dibatasi untuk mencari data-data menunjukkan kecenderungan pemberitaan televisi swasta nasional dalam memberitakan Ical menjadi calon presiden, tidak dengan analisis framing secara mendalam, peneliti melakukan beberapa tahap antara lain (Eriyanto, 2009:70):

Pertama, melalui fakta realitas. Dalam analisis ini, peneliti melihat pemberitaan dari stasiun televisi swasta nasional melalui asumsi atau perkataan reporter dan dibandingkan dengan realitas. Kedua dengan menuliskan fakta, proses dimana berhubungan dengan fakta yang disajikan kepada penonton. Menuliskan fakta dengan melihat perangkat tertentu, penempatan yang mencolok (judul dari headline dan penempatan), pengulangan pemberitaan sehingga melihat kecenderungan pemberitaan, hingga melihat kepemilikan media.

Untuk menambah data dari *encoding*, peneliti mencoba melakukan studi pustaka, dengan menjelajahi beberapa literatur buku, jurnal dan literatur akademik lainnya, ini semua bertujuan untuk melihat berbagai



sumber tentang pemberitaan dan karakteristik televisi swasta nasional (dokumentasi dan pemberitaan). Ini semua dilakukan oleh peneliti sebagai bahan dasar awal atau penuntun peneliti untuk menyiapkan pertanyaan dan sebagai batasan-batasan peneliti dalam melakukan langkah penelitian terhadap informan.

Setelah itu, peneliti mencoba melihat penerimaan informan dalam pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden atau proses *decoding*. Dalam proses *decoding*, Counihan menjelaskan bahwa *decoding* merupakan proses menafsirkan tanda-tanda yang penonton secara aktif terlibat masuk dalam program televisi yang sama diterjemahkan oleh orang-orang dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda (Moorley, 1992:72). Peneliti melihat bagaimana penerimaan dan apa saja yang membentuk penerimaan informan dalam memandang pencalonan Ical menjadi calon presiden di pemberitaan televisi swasta nasional, maka informan telah melakukan proses *decoding*.

Melalui bahan-bahan data *decoding* dan *encoding* tersebut, peneliti melakukan analisis data dengan mencoba melihat penerimaan informan yang didapat dari wawancara, selanjutnya melihat pemberitaan oleh televisi swasta nasional (*encoding*) dan pemberitaan tersebut merujuk pada pencitraan positif atau negatif bahkan netral, serta dikelompokkan sehingga semua data terkumpulkan dan menjadi sebuah tulisan serta diolah atau menjadi sebuah penelitian yang mudah dimengerti.

## 6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari skripsi ini adalah:

- |         |  |
|---------|--|
| BAB I   | Pendahuluan  |
|         | Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.   |
| BAB II  | Fenomena Lumpur Lapindo  |
|         | Bab ini memberikan gambaran tentang munculnya lumpur lapindo hingga kini, pasang surut politik dan bisnis Ical hingga karekteristik kelompok-kelpompok yang muncul disekitar masyarakat korban lumpur lapindo yang mempengaruhi cara penerimaan mereka terhadap pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden. |
| BAB III | Gambaran Lokasi Penelitian   |
|         | Bab ini memberikan gambaran tentang demografi lokasi penelitian yang berhubungan dengan masyarakat, jumlah penduduk hingga sosial ekonomi mereka, serta menjelaskan profil-profil informan dalam penelitian ini.   |
| BAB IV  | Ical di Mata Televisi Swasta Nasional  |
|         | Bab ini bertujuan untuk menganalisis pemberitaan   |

televisi swasta nasional dalam pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden dan kecenderungan stasiun televisi tersebut dalam memberitakan pemberitaan tersebut.

#### BAB V Citra Ical di Mata Korban Lumpur Lapindo

Bab ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan informan dalam pemberitaan majunya Ical menjadi calon presiden yang dihubungkan dengan pemberitaan televisi swasta nasional.

#### BAB VI Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang ditarik dari pembahasan permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran