

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat sekarang ini. Media massa juga semakin memegang peranan yang sangat penting untuk bisa menjembatani informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada era reformasi media bisa bernafas lega dengan dibukanya kebebasan pers di Indonesia.

Peran dan fungsi media yang semakin kuat ini telah membawa media sebagai pilar keempat dalam demokrasi setelah lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Bahkan media saat ini dapat dikatakan menjadi pilar utama dalam demokrasi. Hal ini disebabkan oleh pemberitaan media yang dapat mempengaruhi kebijakan yang ada di dalam tiga lembaga tersebut diatas. Lebih jauh, media saat ini telah mampu mengkonstruksi pandangan masyarakat terhadap wacana yang berkembang melalui pemberitaan yang disajikan.

Konstruksi pemberitaan media, menyebabkan masyarakat percaya pada pemberitaan yang disajikan. Hal ini menjadikan media sebagai salah satu sumber informasi terpercaya yang dapat membentuk pandangan masyarakat. Terutama media televisi yang sangat bisa dijumpai di setiap rumah.

Televisi merupakan media massa yang sangat cepat penyampaian informasinya. Peran televisi sebagai media komunikasi audio visual juga sangat luar biasa dibandingkan dengan media massa yang lain. Informasi yang disampaikan pun beragam dari berita sampai ranah pribadi atau asmara. Berbagai kalangan bisa menikmati acara televisi yang disajikan, dari kalangan anak-anak sampai dewasa bisa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Sementara itu, Effendy (1993) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah sebagai fungsi menyebarkan informasi, mendidik, mempengaruhi (Karlinah, 2004:18-19). Televisi adalah media yang paling kuat untuk menarik dan memerangkap perhatian orang, sehingga ia adalah media yang berpotensi bisa sangat besar untuk memperkaya, sekaligus memanipulasi dan mengeksploitasi pikiran, persepsi, waktu, dan kesadaran dengan cara menyajikan, menyuguhkan acara-acara yang sudah di *setting* sedemikian rupa agar ikut dalam salah satu tujuan dari media tersebut.

Jatuhnya pesawat AirAsia dengan nomor penerbangan QZ8501 hilang kontak setelah melakukan kontak terakhir pada pukul 06.17 WIB, pada hari Minggu 28 Desember 2014 tahun lalu. Pesawat AirAsia QZ8501 mengalami insiden tragis dengan hilang kontak di Teluk Kumai dan akhirnya dipastikan terjatuh di Perairan Karimata. Pesawat dengan tujuan Surabaya – Singapura serta total ada 155 orang penumpang dan 7 awak kabin pesawat yang menjadi korban dari pesawat tersebut. Kepedihan bagi bangsa Indonesia terutama bagi keluarga para penumpang. Hingga saat penulisan ini dibuat pencarian terus

dilakukan oleh Badan Sar Nasional (Basarnas), Tentara Nasional Indonesia (TNI), dan pihak lain yang berkaitan.

Berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 membuat Indonesia diguncang duka mendalam. Hilangnya Air Asia QZ8501, merupakan insiden besar ketiga sepanjang 2014. Ketiganya memiliki keterlibatan dengan negara tetangga Malaysia. Insiden pertama terjadi pada 8 Maret 2014, yaitu hilangnya Malaysia Airlines MH370 yang sampai saat ini masih menjadi misteri. Insiden kedua Malaysia Airlines MH17 yang ditembak jatuh di Ukraina pada 17 Juli 2014 dan ketika AirAsia QZ8501 yang diperkirakan hilang kontak di Teluk Kumai Kalimantan Tengah.

Tragedi jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 menjadi bencana bagi Indonesia di akhir tahun 2014 lalu. Berbagai media menyiarkan berita bencana tersebut. Dalam konteks kebencanaan, informasi menjadi suatu kebutuhan yang sangat serius.

Sebagai institusi penyedia informasi, media menjadi pusat perhatian publik, secara khusus pada berbagai peristiwa bencana yang terjadi di Indonesia. Secara positif media bisa menjadi sumber pertama yang memberi informasi peristiwa, menunjukkan perkembangan dan secara psikologis mendorong rasa kemanusiaan publik dan atau menjadi mediator bantuan bencana. Titik penjualan bagi media, kabar buruk adalah berita yang bagus. Media massa pun bagaikan “memanen” berita-berita berisi bencana yang selalu layak jual. Hal ini disebabkan adanya doktrin mapan yang

terdapat dalam jurnalisme, yakni “*bad news is a good news*”. Artinya adalah kabar buruk merupakan berita yang bagus”. Apabila setiap bencana dimasukkan dalam kategori kabar buruk, bukankah media secara otomatis mampu melakukan produksi berita bagus? Dirumuskan secara tegad, tidakkah kesengsaraan sosial mendatangkan keuntungan *financial* bagi media? (Triyono Lukmantoro, 2007:44 dalam jurnal *Governance Bencana*. Renai Kajian Politik lokal dan sosial-humaniora)

Demi kecepatan berita sampai-sampai media melupakan kode etik jurnalistik pemberitaan. Media tvOne pernah mendapatkan teguran oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengenai penayangan berita ditemukannya korban AirAsia di Teluk Kumai dan gambar yang ditontonkan tidak disensor atau di-*blur*. Hal ini membuat para keluarga korban *shock* dan tidak terima dengan hal tersebut. Sangat disayangkan media sekelas tvOne melakukan tindakan tersebut.

Informasi dari berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 ini sangat ditunggu-ditunggu oleh masyarakat. tvOne menayangkan korban jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 yang tidak di-*blur* atau disamarkan gambar tersebut terlihat jelas mayat yang sudah mengapung.



Gambar 1. 1 Korban ditemukan dan keluarga menangis haru

Sumber: <https://www.youtube.com/>

Awal berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 tujuan Singapura tersebut membuat berbagai media menyiarkan semua hal yang berkaitan tentang jatuhnya pesawat tersebut. Salah satunya media tvOne, media ini jelas sekali sering memberitakan tentang informasi dari jatuhnya pesawat AirAsia.

Berkali-kali presenter pria itu meminta maaf atas penayangan gambar. Dalam gambar eksklusif tvOne itu memang tampak tim Basarnas tengah turun dari heli dan hendak mengevakuasi temuan jasad yang mengambang di laut dan mengenakan pakaian dalam. Presenter itu juga terus menjelaskan bahwa penayangan gambar untuk memastikan kondisi temuan di laut. Namun tidak etis ketika penayangan gambar yang tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik.

Pada program siaran jurnalistik “Breaking News”, 30 November 2014 pukul 14.48 WIB, TV One menyiarkan gambar jenazah korban kecelakaan pesawat Air Asia QZ8501 dalam proses evakuasi dengan kondisi mengapung di laut tanpa busana lengkap," kata KPI Pusat dalam siaran persnya.

Dalam surat yang ditandatangani oleh Wakil Ketua KPI Pusat, Idy Muzayyad pada 31 Desember 2014, KPI menilai gambar yang ditayangkan secara *close up* tanpa edit ini sangat tidak sopan dan dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan rasa trauma pada masyarakat, khususnya keluarga korban.

“Terbukti, di Surabaya, ada keluarga korban yang langsung pingsan begitu melihat tayangan tersebut,” ujar Idy (Republika.co.id)

Berita tersebut menampilkan dua bingkai keadaan, yaitu gambar mengenai jasad yang akan diambil dan kondisi keluarga korban yang menunggu kabar mengenai keluarga atau kerabat yang terlibat insiden ini. Media Tv One menayangkan *close up* wajah salah satu keluarga korban ketika melihat jasad tersebut dengan wajah yang ditutup oleh tangan dan menangis haru.

Faktor komersialisme yang begitu kental dan terlihat jelas dalam berita ini. Menampilkan dua gambar berbeda di layar kaca televisi dengan kondisi gambar jenazah yang tidak di-*blur* membuat siapapun yang melihat akan merasa miris, sedih dengan bencana ini. Sungguh ironisnya dan tragis jika berita tersebut dijadikan daya jual bagi media yang bersangkutan. Titik penjualan dalam suatu berita nampak jelas disampaikan. Bagaimana *shot* gambar menjurus kepada keluarga korban secara *close up*. Komodifikasi dalam berita bencana dalam hal ini adalah penanyangan yang tidak etis, tidak sesuai dengan kode etik pemberitaan. Ada harga pada berita. Berita menjadi komoditas, sebab berita dibeli dan dijual melalui agen berita.

Dengan informasi tayangan-tayangan yang diluar batas membuat masyarakat menjadi penasaran akan bagaimana nasib pesawat nahas tersebut. Akibatnya masyarakat harus mengikuti perkembangan informasi yang dicari dari berbagai pihak. Artinya media televisi yang berkaitan sering di tonton dan secara otomatis menaikkan *rating* media televisi tersebut. Demi hal tersebut terkadang media melupakan psikologi korban dan cenderung memanfaatkan keadaan yang terjadi. Berita –berita bencana seolah menjadi konsumsi publik setiap hari.

Berita lain datang dari *Live Breaking News* Metro Tv yang menayangkan reporter sedang bertanya kepada salah keluarga korban :

Seorang reporter pria bertanya kepada keluarga korban jatuhnya pesawat AirAsia di Live Breaking News Metro Tv.



Gambar 1.2 Keluarga korban dijumpai pertanyaan bertubi-tubi

Sumber : <https://www.youtube.com/>

Keluarga korban dijumpai pertanyaan bertubi-tubi oleh reporter. Dari wawancara reporter dengan keluarga korban tersebut menjadi salah satu informasi yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat. Bagaimana perasaan dari

keluarga korban, bagaimana keadaan korban yang sebenarnya, bagaimana kondisi pesawat yang sebenarnya dan masih banyak lagi informasi yang ditunggu oleh masyarakat. Pada saat reporter mewawancari keluarga korban tersebut disamping Maskur ada seorang ibu dan itu juga keluarga korban yang mana menangis tersedu-sedu melihat informasi yang dilihatnya dipapan pengumuman tersebut. Terlihat kamera meng- *close-up* wajah ibu tersebut yang menangis tersedu-sedu. Hal ini menunjukkan kesedihan, tangis para keluarga korban menjadi daya jual atau komodifikasi berita yang *update* dan topik yang bagus untuk diberitakan.

Pada saat reporter menanyakan kembali sontak dihentikan dan reporter tersebut tidak bisa menanyakan kembali kepada salah satu keluarga korban tersebut. Artinya ketika pertanyaan dilontarkan kepada keluarga korban membuat keluarga korban semakin sedih dan bisa mengganggu psikologi orang tersebut. Terkadang media, televisi terutama bersifat *lebay* atau berlebihan dalam memberitakan. Seperti contoh seorang reporter sambil setengah berlari menjelaskan bagaimana harus menyelamatkan diri dan menggambarkan heroiknya ketika harus menghindari kemungkinan turunya awan panas atau heroiknya pada korban banjir yang mengungsi. Atau dalam hal ini berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 reporter meliput diatas pesawat, terlihat berdesak-desakkannya para awak media dan rela dibentak-bentak oleh aparat keamanan, demi mencari informasi para keluarga penumpang pesawat tersebut yang menunggu informasi kejelasan di *Crisis Center*.

Sebagai institusi penyedia informasi, media menjadi pusat perhatian publik, secara khusus pada berbagai peristiwa bencana yang terjadi di Indonesia. Secara positif media bisa menjadi sumber pertama yang memberi informasi peristiwa, menunjukkan perkembangan dan secara psikologis mendorong rasa kemanusiaan publik dan atau menjadi mediator bantuan bencana. Ada beberapa aspek peran media massa khususnya televisi, namun dianggap masih mengecewakan, karena pemberitaan bencana tersebut *relative* kecenderungan “jualan” derita para korban (Setio Budi,2011:21)

Berita bencana selalu saja menjadi titik jual bagi para media, dimana media selalu memanfaatkan psikologis, kesedihan, *profile* bahkan kisah asmara para korban bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501. Media Tv One dan Metro Tv selalu menayangkan bagaimana perkembangan dari jatuhnya pesawat AirAsia. Penayangannya ada yang bersifat *live* ada juga *tapping*. Kedua media tersebut selalu meng- *update* perkembangan berita bencana AirAsia bahkan secara eksklusif. Kedua media tersebut juga konsen atau fokus kedalam program berita. Maka dari itu peneliti ingin meneliti bagaimana berita bencana justru menjadi titik jual bagi media yang bersangkutan. Berdasarkan hal diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana komodifikasi bencana dalam berita jatuhnya pesawat AirAsia di Tv One dan Metro tv.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis dalam penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Komodifikasi Bencana dalam Berita Jatuhnya Pesawat AirAsia tvOne dan Metro Tv?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana komodifikasi berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 di Tv One dan Metro Tv. Penelitian ini mencoba mengungkap komodifikasi bencana dalam berita jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 yang dibangun tvOne dan Metro Tv.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan atau memberikan kontribusi dalam bidang studi ilmu komunikasi khususnya untuk memahami teori kajian media dalam wacana pemberitaan media.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan agar :

- a. Lembaga yang terkait diantaranya media televisi untuk lebih mengikuti alur yang sudah ada dan sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Diharapkannya P3SPS menjadi dasar bagi lembaga penyiaran

dalam menyajikan program siaran yang berkualitas, sehat dan bermartabat.

- b. Kepada Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atau Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) dan Dewan Pers bisa lebih mengawasi dan lebih selektif dalam melihat program acara yang disuguhkan oleh media terutama televisi khususnya dalam informasi berita. Agar tidak terjadi hal yang melanggar etika jurnalistik.
- c. Kepada masyarakat atau penonton dapat lebih kritis dalam menerima informasi yang diberikan oleh media terutama televisi.

E. Kerangka Teori

1. Berita Televisi

Berita tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Setiap hari ribuan berita ditayangkan di beberapa media massa. Diantaranya media koran, televisi, internet, dan radio. Berita televisi merujuk pada praktik penyampaian berita terbaru dari beragam peristiwa melalui media televisi. Program berita televisi bisa dalam durasi detik sampai durasi jam yang menyediakan informasi terbaru dari ranah internasional, nasional, regional, maupun lokal. Beberapa stasiun televisi membuat program berita sebagai bagian dari programming yang mereka lakukan, namun ada juga stasiun televisi yang keseluruhan programming-nya mengkhususkan pada program berita. Program berita diudarakan setiap hari secara reguler oleh stasiun televisi (Dash dalam Junaedi 2013:21).

Secara garis besar, berita dapat digolongkan dalam dua jenis, yaitu *hardnews* dan *softnews*.

a. *Hardnews*

Hardnews adalah jenis berita langsung yang memiliki sifat *timely* atau terikat waktu. Berita jenis ini sangat tergantung pada aktualitas waktu, sehingga keterlambatan berita akan menyebabkan berita menjadi basi atau tidak baru lagi. Beberapa peristiwa yang dapat digolongkan sebagai *hardnews* antara lain: rapat kabinet, peristiwa olahraga, kecelakaan, bencana alam, dan meninggalnya orang terkenal.

b. *Softnews*

Softnews adalah berita tidak langsung yang tidak memiliki sifat *timeless* atau tidak terikat waktu. Berita jenis ini tidak tergantung pada waktu, sehingga selalu bisa dibaca, didengar, dan dilihat kapan pun tanpa terikat pada aktualitas. Beberapa peristiwa yang bisa diklasifikasi dalam jenis ini antara lain: penemuan ilmiah, dan kisah sukses, dan kisah tragis (Junaedi, 2013:6-7)

Kelengkapan dalam sebuah berita juga diperlukan, yaitu untuk kejelasan dalam suatu berita yang akan disampaikan atau ditayangkan dalam sebuah media massa. Unsur berita terdiri dari 5W + 1H. Berita televisi mengandung unsur gambar yang merekam sebuah peristiwa. Prinsip penayangan audio visual pada berita televisi menuntut pelaporan sebuah peristiwa dengan cara “menunjukkan” (*to show*) dan bukan menceritakan (*to tell it*). Dalam berita peristiwa, prinsip “*apa yang didengar, itu pula yang dilihat*” menjadi sangat penting bagi pemirsa yang menontonnya. Jika dalam implementasinya tidak sesuai atau berbeda antara apa yang dilihat dan didengar, selain membosankan, juga akan menjadi alasan yang cukup bagi pemirsa untuk mengalihkan perhatiannya dari layar kaca. Karena pada prinsipnya, dalam berita televisi untuk menguraikan pesan secara jelas itu tidak bisa ditawar lagi. Berita televisi

umumnya bersifat *hardnews*. Oleh karena itu untuk menghindari kesalahpahaman pemirsa dalam menangkap pesan maka penggunaan pemilihan kata harus bersifat denotatif (Sidarta, 2012:32)

Berita di televisi di era sekarang sudah menggunakan teknologi satelit yang canggih dengan peralatan yang memadai dan tentunya tidak murah. Selain itu memerlukan persiapan yang matang terutama karena menyangkut koordinasi antara kru di studio dan kru dilapangan. Hal tersebut untuk mendukung penyampaian berita dalam bentuk *live on cam* ataupun secara *package*.

Live on Cam adalah bentuk berita televisi yang disiarkan langsung dari lokasi peliputan. Sebelum reporter di lokasi kejadian menyampaikan laporannya tentang peristiwa terjadi, presenter terlebih dahulu membacakan *lead in* dan kemudian memanggil reporter lapangan untuk menyampaikan laporan liputannya. Saat reporter menyampaikan laporannya bisa juga disisipi gambar yang relevan dengan peristiwa yang terjadi (Junaedi,2013:34)

Dalam produksi berita televisi, reporter tidak bekerja sendiri. Melainkan reporter berkerja dalam tim. Dalam hal ini memerlukan komunikasi yang baik dalam format hal mencari berita dan menyampaikan berita. Posisi tertinggi yaitu produser yang memutuskan ke mana liputan dilakukan, berapa lama liputan dilakukan, dan dalam format apa berita disajikan. Tugas pekerjaan in disusun dalam *running orders*, yaitu sebuah daftar peristiwa yang diputuskan untuk diliput (Dash dalam Junaedi 2013:24)

Bentuk berita *live on cam* memerlukan berita yang benar-benar berita tinggi yang layak untuk ditayangkan secara *live on cam*. Seperti contohnya

pemberitaan jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 di tvOne dan Metro TV. Metro TV yang melaporkan suasana pencarian pesawat di Teluk Kumai Kalimantan Tengah oleh kapal KN Jadayat, serta di tvOne menampilkan berita pencarian AirAsia QZ8501 cuaca terpantau cerah, yang nantinya Basarnas akan melakukan upaya evakuasi pengangkatan ekor pesawat yang sudah ditemukan.

Di sisi lain berkaitan dengan bencana berita jatuhnya pesawat AirAsia format berita yang disampaikan tidak hanya dengan format *live on cam* namun juga dengan format *package*. *Package* (PKG) adalah format berita televisi di mana presenter hanya membacakan *lead in*-nya saja. Isi berita akan ditayangkan secara keseluruhan sebagai tubuh berita segera setelah presenter membacakan *lead in*. Jadi tubuh berita sudah merupakan paket berita yang sebelum ditayangkan telah dikemas menjadi satu kesatuan yang utuh dan serasi antara gambar, narasi, sound bite, dan terkadang juga grafis. Umumnya tubuh berita dalam format ini diakhiri dengan narasi.

2. Elemen Berita

Berita televisi maupun berita media cetak sudah seharusnya membutuhkan kriteria kelayakan berita yang pantas untuk di tayangkan ataupun di cetak dalam jumlah banyak. Banyaknya berbagai peristiwa yang terjadi dalam kehidupan manusia menyebabkan perlunya kriteria peristiwa yang mana kaya untuk disebut sebagai berita. Berikut ini beberapa kriteria tentang kelayakan berita (*newsworthiness*).

a. Timeliness dan immediacy

Immediacy kerap diistilahkan dengan *timelines*. Peristiwa yang memiliki kelayakan berita yaitu peristiwa yang segar, baru terjadi beberapa jam lalu atau bahkan beberapa detik yang lalu (Dash dalam Junaedi,2007:57). Dengan kata lain, peristiwa yang baru saja terjadi merupakan peristiwa yang layak menjadi berita. Unsur waktu sangat penting dalam hal ini. Sebagai contoh adalah berita tentang hasil penghitungan suara dalam pemilu akan memiliki nilai layak berita jika segera setelah hasil pemilu diumumkan.

b. *Proximity*

Penikmat berita atau khalayak berita akan tertarik dengan berbagai peristiwa yang terjadi di dekatnya, di sekitar kehidupan sehari-harinya. Kelayakan menjadi berita juga dilihat dari unsur kedekatan (geografis,emosional) dengan pembaca,relevansi bagi pembaca. Semakin dekat kita dengan peristiwa semakin penting berita tentang peristiwa tersebut bagi kita (Dash dalam Junaedi, 2007:57)

Melalui unsur ini pula, tergambaran keberhasilan koran-koran lokal, yang dikelola dengan baik. Mereka mencari perkembangan kota atau provinsi yang menjadi lahan kehidupan mereka (Santana, 2005:18) Sebagai contoh adalah berita hukuman mati atas tenaga kerja wanita (TKW) asal Indonesia di Arab Saudi layak menjadi berita utama bagi stasiun televisi di Indonesia, namun bisa jadi hal ini tidak menjadi berita utama di Arab Saudi.

c. *Conflict*

Peristiwa-peristiwa perang, demonstrasi, tau kriminal, merupakan contoh elemen konflik di dalam pemberitaan. Perseteruan antar individu, antar tim atau antar kelompok, bentrok, perdebatan para politisi sampai antar negara, merupakan elemen-elemen natual dari berita-berita yang mengandung konflik. Dengan berita tersebut akan menarik perhatian khalayak untuk menonton berita yang disajikan. Sebagai contoh berita konflik Gerakan Aceh Merdeka dengan Tentara Negara Indonesia yang terjadi beberapa tahun yang lalu menarik dijadikan berita konflik.

d. *Eminence and prominence*

Eminence and prominence berarti menyangkut peristiwa dan /atau orang terkenal. Berita tentang orang yang terkenal akan memiliki kelayakan berita yang lebih dibandingkan dengan orang yang tidak terkenal. Seperti contoh meninggalnya Michael Jackson yang menjadi berita utama di berbagai media massa bahkan banyak stasiun televisi yang menghentikan program siarannya demi breaking news kematian penyanyi terkenal ini (Junaedi, 2013:9)

e. *Consequence and impact*

Consequence and impact merupakan peristiwa yang memiliki konsekuensi pada kehidupan khalayak serta menimbulkan peristiwa lain tentu akan semakin layak untuk mendapat perhatian khalayak. Berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi. Semakin besar konsekuensi yang muncul sebagai

akibat dari peristiwa tersebut dalam kehidupan khalayak, maka akan semakin besar pula perhatian khalayak terhadap berita tersebut. Sebagai contoh adalah pengumuman kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi seperti premium oleh pemerintah. Kenaikan harga BBM umumnya akan menyebabkan banyak dampak lain yang berlangsung lama, seperti unjuk rasa elemen masyarakat yang menolak dengan kenaikan harga BBM.

f. *Human Interest*

Human interest adalah peristiwa yang menarik perhatian dan menyentuh perasaan khalayak. Peristiwa yang menarik perhatian ini misalnya, peristiwa yang aneh, unik dan tidak biasa, menarik perhatian khalayak sehingga layak diberitakan (Junaedi, 2013:10)

Elemen-elemen berita dalam berita sangat diperlukan untuk penyampaian berita televisi demi menunjang informasi agar dapat tersampaikan dengan baik. Sebagai contoh nikah massal yang melibatkan pasangan berusia 60 tahun.

3. Komunikasi Bencana

Media massa berlomba-lomba dalam mencari berita saat bencana datang dengan porsi yang cukup besar. Di sisi lain mereka (media massa) beradu untuk memberikan informasi secara *live* maupun *update*. Berita bencana seakan menjadi santapan sehari-hari bagi para media massa. Pemberitaan tentang bencana kebanyakan media massa menyajikan berita yang hampir sama dengan menyanangkan penderitaan para korban sendiri

seperti isak tangis, kesedihan, kerusakan, jumlah korban lengkap dengan visualisasi mayat-mayat bergelimpangan, darah, bercecran, bangunan luluh lantak, yang memberikan kesan mencekam dan bahkan terkadang kisah asmara para korban juga diberitakan (Badri, 2011:157)

Dalam buku *Kapitalisme Media* (2013) ditulis oleh Dr. Machyudin Agung Harahap, M.Si disebutkan bahwa media televisi adalah lembaga yang aktif memaknai realitas melalui tayangan program yang disajikan kepada khalayak. Media televisi sebagai agen konsumsi khalayak terkait dengan bagaimana media menampilkan peristiwa-peristiwa yang relevan dengan khalayak. Televisi memiliki hubungan dua arah dengan realitas sosial. Di satu sisi televisi memiliki mencerminkan apa adanya, tetapi di pihak lain televisi mempengaruhi realitas sosial, fakta ini mengemuka ketika televisi menayangkan berita yang diangkat dari peristiwa dan kejadian di masyarakat (Harahap, 2013:65)

Artinya fungsi media tidak lagi murni dan tidak asli, justru sekarang fungsi media massa membawa konsekuensi sendiri pada informasi yang diberitakan. Peristiwa yang dijadikan berita tidak disampaikan sebagaimana adanya tetapi justru melalui seleksi. Fakta ini sejalan dengan pendapat Hall (1982) yang mengatakan bahwa media massa pada dasarnya tidak mereproduksi, melainkan menentukan realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih untuk itu. Dengan era sekarang ini banyak pemilik media yang memanfaatkan kepemilikannya. Media sudah tidak lagi bisa netral (Harahap, 2013:66)

International Strategy for Disaster Reduction-United Nations, mendefinisikan bencana sebagai gangguan serius terhadap fungsi sistem masyarakat yang mengakibatkan kerugian berskala besar yang melampaui kemampuan masyarakat tersebut untuk mengatasinya dengan sumber daya mereka sendiri. Bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 di Teluk Kumai merupakan insiden besar ketiga sepanjang 2014. Berbagai media menyiarkan berita tentang jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 ini, terutama media televisi Tv One dan Metro yang menyiarkan berita jatuhnya pesawat AirAsia ini secara eksklusif.

Mengikuti berbagai perkembangan terakhir, baik dari pemberitaan media, dari berbagai ulasan, catatan-catatan lapangan, masih menunjukkan bahwa langkah-langkah penanganan yang dilakukan pemerintah/ lembaga yang relevan pada bencana yang terjadi masih belum bisa dikatakan baik (Budi, 2011:21)

Media massa memiliki peranan penting dalam menyampaikan informasi bencana kepada khalayak. Namun konstruksi berita yang disampaikan kadang melupakan nilai-nilai entitas kemanusiaan. Hal ini justru mengakibatkan bencana kedua bagi para korban atau keluarga korban. Karena setiap terjadi bencana besar media massa umumnya memberikan porsi *headline* dengan konstruksi seragam yang menyajikan pesan dramatik, traumatik, dan mencekam (Badri,2011:157)

Jurnalisme memiliki fungsi mengabarkan berita. Karena itu, tulang punggung jurnalisme sesungguhnya adalah pemberitaan. Mengingat tugas penting jurnalisme terletak di sini, maka mengabarkan berita tidak boleh sembarangan. Bersandarkan pada fakta atau data faktual di lapangan, maka berita dianggap

sebagai produk sakral, dan karenanya harus dikemas sedemikian rupa sehingga berbeda dengan sajian media lainnya. Ada kode etik yang mengikat para pelapor berita, ada pula rumus universal yang diamini oleh seluruh media pemberitaan. Sebagian teorisi menyebut rumus generik itu sebagai 'nilai berita' yang lain menyebutnya sebagai 'kualitas pemberitaan' (Badri, 2011:177)

Peran media sebagai institusi penyedia informasi, media menjadi pusat perhatian publik, secara khusus pada berbagai peristiwa bencana yang terjadi di Indonesia. Secara positif media bisa menjadi sumber utama yang memberi informasi peristiwa, menunjukkan perkembangan dan secara psikologis mendorong rasa kemanusiaan publik dan atau menjadi mediator bantuan bencana. Kontribusi dalam hal ini adalah membantu atau menjembatani bantuan dana atau pun jasa. Disisi lain bisa menjadikan kita masyarakat Indonesia yang lebih baik dengan meminimalisir bencana yang terjadi dengan solusi yang baik pula, melihat pengalaman bencana yang sudah terjadi (Budi,2011:34)

Gambaran tentang realitas yang "dibentuk" oleh isi media massa yang nantinya mendasari respon dan sikap khlayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula pada khlayak, sehingga akan memunculkan respon dan sikap yang salah juga terhadap obyek sosial itu. Dalam kasus bencana media massa mestinya menyampaikan informasi yang benar kepada masyarakat. Maka dari itu media massa dituntut untuk menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas tersebut adalah etis dan moralnya dalam penyajian isi media. Penyajian secara akurat akan sangat menentukan dampak

seperti apa yang akan terjadi dalam suatu wilayah bencana maupun kepada korban dan keluarga korban (Budianto, 2011:197)

Dalam konteks bencana, sudah semestinya media massa memainkan fungsi informasi secara maksimal. Selain itu fungsi pengawasan dalam konteks pengawasan lingkungan dengan memainkan peran sebagai lingkungan dengan menerapkan fungsi *early "warning system"* ketika bencana terjadi. Bukan sebaliknya justru menjadi “hantu” yang tiba-tiba ke masyarakat di daerah rawan bencana yang menambah beban psikologis dan rasa takut masyarakat. Kondisi mental dan psikologis masyarakat di daerah korban bencana tidaklah sama. Jelas sekali keduanya mempunyai kecemasan yang mendalam. Hal ini seharusnya masyarakat memperoleh perlindungan dari berbagai bencana dan ketenangan dalam beraktivitas bukannya justru tekanan dari berbagai media yang memberitakan bencana yang tidak sesuai dengan fungsinya (Budianto, 2011:199)

Hampir semua stasiun TV swasta kini bersaing menampilkan pemberitaan atau sajian informasi yang telah dikemas sedemikian rupa. Berbagai langkah strategis dilakukan untuk memikat penonton/ pemirsa. Sejalan laju perekonomian global, industri media massa modern telah memposisikan diri sebagai lembaga ekonomi ditandai internasionalisasi dan komersialisasi informasi yang ada dalam masyarakat. Topik-topik pemberitaan yang memiliki nilai jual (*selling topic*) telah menjadi bagian integral bagi media massa untuk menambah peningkatan *oplah/rating*, baik media cetak maupun media elektronik. Berbagai strategi dilakukan demi

memperoleh keuntungan dari sebuah acara televisi, untuk tujuan akhir perolehan *rating* dan spot iklan. Dalam konteks bencana hal ini terlihat dari stasiun-stasiun tv swasta di Indonesia memanfaatkan keadaan bencana ke dalam sebuah berita yang menunjukkan kegiatan komodifikasi dalam berita.

Pada tataran ini, secara mikro sesungguhnya media telah melakukan komodifikasi. Menurut Mosco (1996:141), *commodification*: “*the process of transforming use value into exchange values.*” Komodifikasi sebagai proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi sebuah komoditas yang mempunyai nilai tukar. Produk media berupa informasi dan hiburan memang tidak dapat diukur seperti halnya barang bergerak dalam ukuran-ukuran ekonomi konvensional. Namun aspek *tangibility*-nya akan relatif berbeda dengan “barang” dan jasa lain. Dengan demikian produk media menjadi barang dagangan yang dapat dipertukarkan dan mempunyai nilai ekonomis (Martono,2014:14 dalam jurnal *Kebebasan Pers di Indonesia pada Era Reformasi dan Ekonomi Politik Media*)

Vincent Mosco (2009) berpendapat bahwa komodifikasi pada dasarnya adalah proses transformasi hal-hal yang dinilai dari kegunaannya menjadi produk-produk yang dapat ditransaksikan yang dihargai dengan nilai tukar, yakni komoditas. Mengutip asumsi mazhab pemikiran Karl Marx, nilai guna (*use value*) merupakan fakta biologis tentang kebutuhan manusia, sementara nilai tukar adalah buatan yang timbul dari serangkaian rekayasa sosial tertentu, misalnya mekanisme pasar maupun regulasi negara. Mosco menunjukkan tiga aspek dalam konsentrasi komodifikasi ke dalam konteks industri komunikasi adalah yakni isi media, khalayak dan pekerja.

Komodifikasi merupakan kata kunci yang dikemukakan oleh Karl Marx sebagai “ideologi” yang bersemayam dibalik media. Menurutnya, kata itu bisa dimaknai sebagai upaya mendahulukan peraihan keuntungan dibandingkan tujuan-tujuan lain (Burton dalam Halim,2013:45).

Komodifikasi bencana tersebut tak lepas dari hegemoni kapitalis dan ketatnya persaingan industri media. Dengan dalih oplah dan rating, media berlomba-lomba menyajikan berita secepat dan sedahsyat mungkin dengan mengabaikan skurasi data dan fakta, serta etika dan nilai- nilai jurnalisme. Keberpihakkan kepada masyarakat pun menjadi semu, bila ujung-ujungnya adalah untuk menjual berita dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis (Badri,2011:172)

Rating adalah presentase jumlah pemirsa atau terget pemirsa pada satuan target populasi. Ada pula *audience share*, yaitu presentase jumlah pemirsa atau target pemirsa di semua saluran televisi. Sistem ini terbagi dalam angka-angka, sehingga acara televisi dijualbelikan seperti komoditas (Lichty dkk dalam Ishadi,2014:22) Besarnya *rating* per program sekaligus menjadi ukuran jumlah penonton pada sebuah acara di sebuah stasiun televisi pada jam dan hari tertentu. Hal ini akan mempengaruhi Cost Per Rating Point (CPRP), sehingga dengan cepat akan diketahui efektivitas harga sebuah spot iklan dan pemasangan iklan pada spot tersebut.

Jauh sebelumnya, George Lukacs (1885-1971) dalam *History and Class Consciousnes* menjelaskan bahwa kapitalisme menguasai seluruh dimensi kehidupan masyarakat sehingga interaksi dalam kehidupan masyarakat ini selalu ditandai oleh pemiskinan makna hidup yang autentik. Kebebasan untuk mengaktuallan dimensi kemanusiaan dalam masyarakat sebagai ciri autentik kehidupan masyarakat yang mampu memaknai kebebasan dirinya kemudian diganti oleh adanya aktivitas pertukaran nilai

uang yang secara objektif menimbulkan keterasingan hidup. Proses ini disebut komodifikasi (Sutrisno dalam Halim, 2013:47)

Dalam *History and Class Consciousness*, Lukacs menguraikan bahwa kapitalisme menguasai seluruh dimensi kehidupan masyarakat sehingga interaksi dalam kehidupan masyarakat ini selalu ditandai oleh pemiskinan makna hidup yang autentik. Kebebasan untuk mengaktualkan dimensi kemanusiaan dalam masyarakat sebagai ciri autentik kehidupan masyarakat yang mampu memaknai kebebasan dirinya kemudian diganti oleh adanya aktivitas pertukaran nilai uang yang secara objektif menimbulkan keterasingan hidup. Proses ini disebut komodifikasi. Hal ini erat dengan proses reifikasi, yaitu proses merosotnya dimensi manusia yang utuh menjadi benda belaka: manusia kehilangan jati dirinya sebagai subjek pelaku (*agent*) bagi dirinya sendiri karena lenyapnya kreativitas. Proses ini berujung pada *fetisme komoditas*, yaitu pemberhalaan hidup manusia pada barang-barang hasil industri. Dengan fenomena ini, jati diri masyarakat menjadi terfragmentasi ke dalam sistem sosial yang dibingkai oleh kepentingan ekonomis belaka, dan dalam sistem ini yang diuntungkan adalah pihak yang memiliki jaringan dengan para pemilik modal (kapitalis) yang bekerja sama dengan kekuasaan negara. (Sutrisno dan Purtanto,2005:28-29 dalam *Teori-teori Kebudayaan*)

Berkaitan dengan teori Lukacs yang mana merosotnya dimensi manusia yang utuh menjadi benda belaka, manusia sendiri kehilangan jati dirinya sebagai subjek pelaku. Dalam hal ini kaum *proletar* adalah tanda objektif dalam masyarakat kapitalisme yang menderita ketidakadilan akibat sistem kelas yang diciptakan kaum *borjuis*. Bagi Lukacs, kaum proletar adalah pihak yang paling dirugikan nasibnya. Masyarakat sekarang semakin tidak ada nilainya, manusia sekarang kalah dengan benda. Dalam hal penelitian ini siaran berita menjadi sebuah benda yang

dijual laku dipasaran. Siaran berita lebih menunjang pundi-pundi rupiah, oplah/rating bagi media yang bersangkutan.

Dengan tampilan raut wajah korban menangis, dijatuhi pertanyaan yang begitu banyak dan bahkan kisah asmara korban bencana pesawat AirAsia. Akibatnya manusia menjadi terfragmentasi ke dalam sistem sosial yang dibingkai oleh kepentingan ekonomis belaka atau dalam hal ini berkaitan dengan kepentingan media belaka untuk memperoleh *rating* ataupun iklan.

Baik Lukacs, Baran dan Davis, maupun Mosco, sama-sama menekankan adanya perubahan nilai guna menjadi nilai tukar. Bahkan Lukacs, Baran dan Davis, mengidentifikasi keberadaan komodifikasi sebagai kegiatan produksi dan distribusi komoditas yang lebih mempertimbangkan daya tarik, agar bisa dipuja oleh orang sebanyak-banyaknya (Halim, 2013:47) Reifikasi yang dihasilkan oleh relasi-relasi komoditas memperoleh arti pentingnya bagi evolusi objektif masyarakat dan bagi posisi yang diambil manusia dalam menghadapinya (Lukacs, 2014:162)

Materi genre sangat berkaitan dengan pemilihan tema, baik secara kecabulan atau kecabulan komoditas, yang cenderung sensasional. Baudrillard juga menghadirkan aspek “membuat menjadi spektakuler” yang bisa diartikan sebagai pengemasan atau konstruksi pesan ada juga repetisi pesan. Dengan demikian, komodifikasi isi media merupakan kegiatan

pengelola media dalam memperlakukan pesan sebagai komoditas yang bisa menyenangkan khalayak, mengundang para pemasang iklan, dan memperpanjang bisnis media, yang ditandai dengan penyajian informasi-informasi bertema sensasional meliputi kehidupan seputar artis dan selebritas, mistis atau takhayul, serba-serbi seks, juga politisi atau pejabat, bencana alam yang dikemas secara spektakuler.

Tampilan komoditas yang disertai tanda-tanda telah mengelabui kepetingan yang terselubung, *audiens* dibuat terharu dengan berbagai teknik manipulasinya. Apa yang kita konsumsi dari media tersebut adalah merupakan simbol-simbol dan tanda-tanda komoditas yang mampu mencuri perhatian publik (Totona,2010:80)

4. Ekonomi Politik Media

Ekonomi politik merupakan ilmu kekayaan yang berhubungan dengan usaha manusia guna mendapatkan kebutuhan dan memuaskan keinginannya. Di sisi lain Vincent Mosco membuat batasan bahwa ekonomi politik merupakan hubungan sosial, khususnya kekuasaan, yang terkait masalah produksi, distribusi, dan konsumsi atas sumber daya. Dalam hal ini media sebagai organisasi atau industri yang mengkhususkan pada produksi dan distribusi komoditas budaya, sekaligus menjawab pertanyaan tentang spesifikasi kebutuhan atau keinginan masyarakat.

Ekonomi politik media melibatkan tiga komponen penting, yakni pemilik sarana produksi kapitalis (pemilik modal), dominasi pemikiran (hegemoni) dan upaya mempertahankan ketidaksetaraan antara kelas

penguasa dan kelas tertindas (subordinat) (Halim, 2013: 40) Pandangan ideologi Marx tentang pendekatan ekonomi politik untuk dianalisis media massa (1977) berpendapat, pernyataan Marx dalam *The German Ideology* memerlukan tiga proporsi empiris hingga dapat divalidasi secara memuaskan bahwa produksi dan distribusi gagasan dipusatkan di tangan para pemilik sarana-sarana produksi kapitalis, bahwa karena itu gagasan mereka semakin mengemuka dan mendominasi pemikiran kelompok-kelompok subordinat dan dalam arena itu dominasi ideologis ini berfungsi mempertahankan sistem ketidaksetaraan kelas yang umum terjadi saat memberi hak istimewa kelas penguasa dan mengeksploitasi kelas-kelas subordinat.

Ekonomi politik media adalah perspektif tentang kekuasaan pemilik modal dan politik sebagai basis ekonomi dan ideologi industri media dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat, yang ditandai kompromi kepada pasar melalui produk-produk “budaya” komersial. Isi media dan makna dari setiap pesan ditentukan oleh basis ekonomi organisasi dimana pesan-pesan itu diproduksi (Halim,2013:42) Pada akhirnya ekonomi politik media menjadi bagian penting dari ideologi yang bersemayam di dalam teks (bahasa) dan lembaga yang mewacanakannya. Pendekatan ekonomi politik melihat hubungan antara kepemilikan dengan kekuasaan politik sebagai arena pertarungan pengaruh dalam struktur dan hasil produk media (Halim,2013:41) Media massa sebagai pihak yang berperan dalam menyampaikan nilai-nilai dan

asumsi dominan yang berasal dari kelas penguasa dan melayani berbagai kepentingan kelas penguasa, dan mereproduksi struktur kepentingan kelas yang setara. Media massa yang juga sepenuhnya di bawah kendali pemilik modal akan senantiasa memilih jalur aman demi kelangsungan usahanya. Pada akhirnya ekonomi politik menjadi bagian penting dari ideologi kelas penguasa.

Berkaitan dengan komodifikasi yang dibangun oleh dua media yaitu tvOne dan Metro tv bahwa ada keterlibatan kekuasaan dari masing - masing pihak yang mempunyai kekuasaan dari suatu media televisi tersebut. Seperti halnya dalam pembuatan sebuah berita, pemilik modal punya hak untuk mengaturnya sesuai keinginannya dan demi meraup keuntungan juga sudah diatur oleh para pemegang kekuasaan tersebut.

Berita bencana contohnya, kedua media tersebut yaitu tvOne dan Metro tv menayangkan pemberitaan jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 dengan secara eksklusif dan intens. Mulai dari informasi hilangnya hingga strategi pencarian dari Basarnas. Media jelas mempunyai masing-masing cara jitu agar bisa memperoleh keuntungan. Dalam hal ini berita jelas sekali dijual oleh berbagai media, namun dalam hal ini berita bencana terlihat sekali dijadikan sebagai objek-objek pundi rupiah. Seperti contoh setiap berita bencana selalu menampilkan isak tangis, kesedihan, luka berat, darah dan masih banyak lagi. Hal tersebut sudah menjadi tayangan disetiap bencana, di sisi lain dilihat dari judul berita dalam sebuah televisi yang

sering kali membuat ras takut pemirsanya hanya guna untuk menggambarkan sisi drama dalam sebuah berita.

Kekusaan dan penentuan dari sebuah berita terletak pada siapa yang memimpin dan menguasai. Pimpinan redaksi dan pemilik modal punya andil dalam segala hal informasi yang akan tayang dalam sebuah stasiun televisi. Di sisi lain terkadang tayangan yang disajikan untuk meraup keuntungan bahkan untuk mengkampanyekan kepentingan pemiliknya melalui frekuensi publik televisi.

Ekonomi Politik dipandang sebagai kombinasi dari kajian relasi negara/pemerintah terhadap aktivitas industri individu. Dengan demikian, konsepsi ekonomi politik dapat dirumuskan sebagai studi tentang relasi – relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, yang dalam interaksinya secara bersama-sama menentukan sisi produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya. Analisa ekonomi politik kritis memperhatikan perluasan “dominasi” perusahaan media, baik melalui peningkatan kuantitas dan kualitas produksi budaya yang langsung dilindungi oleh pemilik modal. Dan ekstensifikasi dominasi media dikontrol melalui dominasi produksi isi media yang sejalan dengan preferensi pemilik modal. Proses komodifikasi media massa memperlihatkan dominasi peran kekuatan pasar. Proses komodifikasi justru menunjukkan menyempitnya ruang kebebasan bagi para konsumen media untuk memilih dan menyaring informasi. Maka tidak mengherankan apabila peran media di sini justru menjadi alat legitimasi kepentingan kelas yang memiliki dan mengontrol media melalui

produksi kesadaran dan laporan palsu tentang realitas objektif yang ada dan juga sudah terbiaskan karena dibentuk oleh kelompok, baik secara ekonomis maupun politik. (Andjani,2013:112)

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

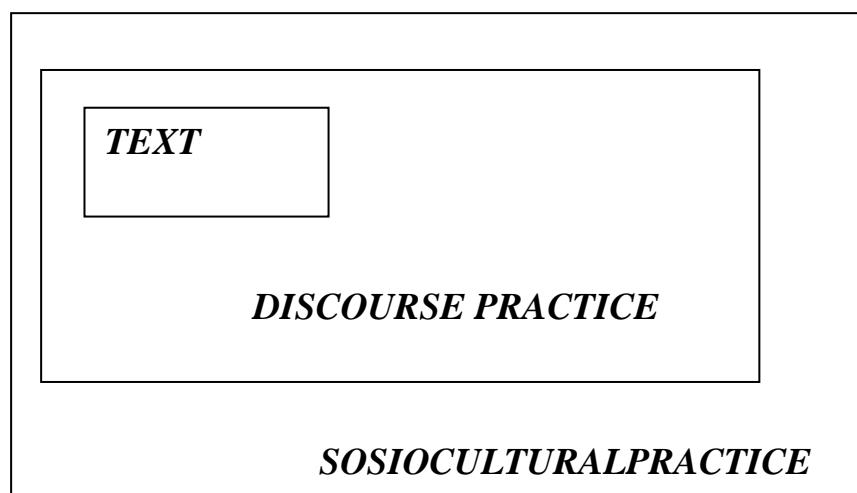
Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma kritis dan dengan menggunakan analisis wacana kritis. Paradigms kritis merupakan sebuah paradigma yang menganggap bahwa sebuah realitas yang dikonstruksi di media merupakan relitas yang semu yang sudah dimodifikasi dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial, politik, budaya, ekonomi, etnik, dan gender. Paradigma kritis juga melihat bahwa media bukanlah sesuatu yang netral karena memihak pada kelompok yang dominan sehingga kelompok dominan itu memiliki akses untuk dipengaruhi dan memaknai peristiwa bahkan memarginalkan kelompok yang tidak dominan.

Pendekatan analisis wacana kritis merupakan salah satu alat untuk melihat teks yang membentuk sebuah wacana dan mengaitkannya dengan praktik *sociocultural* yang ada di masyarakat. Analisis wacana kritis melihat teks bukanlah sesuatu yang netral namun membentuk wacana dan sudah dimodifikasi oleh adanya praktik diskursus dalam proses produksi dan konsumsi teks. Teks yang merupakan hasil dari proses diskursus tersebut membentuk sebuah praktek sosial dan budaya. Selain itu praktek

sosial dan budaya juga mempengaruhi bagaimana praktik diskursus tersebut diproduksi dan dikonsumsi oleh media.

Perbedaan analisis wacana kritis dengan analisis wacana hadir muncul dari tujuan yang ingin dicapai oleh analisis kritis. Analisis wacana kritis memiliki tujuan yakni menganalisis wacana yang mencerminkan atau mengkonstruksi masalah sosial, meneliti bagaimana ideologi yang mengikat. Tujuan terakhir yakni mengikat kesadaran agar peka terhadap ketidakadilan, diskriminasi, prasangka dan bentuk-bentuk penyalahgunaan kekuasaan. Analisis wacana kritis ingin membongkar bentuk-bentuk dominasi yang disembunyikan oleh para pembentuk wacana. Analisis wacana kritis dengan model Norman Fairclough membagi analisis menjadi tiga dimensi yang saling berhubungan dalam satu bingkai. Yakni *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*.

Bagan 1.1 Model Critical Discourse Analysis Norman Fairclough



Dari Bagan 1.1 diatas menggambarkan tentang ketiga dimensi yang saling berhubungan dalam satu bingkai. Dalam dimensi teks merupakan tatanan diskripsi mengenai bahasa dan wacana. Dalam dimensi tersebut memberikan pengertian bahwa *text* meliputi apa yang dikatakan secara langsung maupun secara tidak langsung seperti melalui bahasa tubuh, Selain itu *text* disini meupakan apa yang dituliskan, seperti kosakata yang digunakan narator,tata bahasa dalam kalimat, hubungan antar kalimat, dan struktur teks (Faircolough,1992:75)

Dalam kolom selanjutnya yakni mengenai dimensi *discourse practice* memberikan pengertian bahwa teks yang telah dibuat dipengaruhi oleh produksi dan konsumsi teks. Produksi teks menyangkut darimana dan bagaimana teks tersebut diproduksi oleh institusi yang membuat teks tersebut. Melihat rutinitas dalam institusi dalam institusi tersebut, seperti proses awal hingga akhir hingga sampai teks tersebut mencapai garis akhir. Selain itu juga melihat siapa saja yang pembuat teks tersebut. Dalam tatanan konsumsi teks, melihat segmentasi dan targeting dari institusi tersebut.

Sociocultural adalah hal yang terpenting dalam analisis wacana kritis. *Text* yang sebelumnya sudah dibuat dan dianalisis, kemudian dihubungkan dengan kultur sosial yang sedang terjadi. Melihat bahwa sesungguhnya media bekerja untuk mengkontruksi apa yang terjadi pada peristiwa atau realitas, namun kultur sosial yang sudah ada pada masyarakat luas-lah yang sebenarnya sudah membentuk kontruksi

tersebut. Media merupakan cerminan dari kultur sosial yang sudah berkembang (Fairclough,1995:51)

Supaya analisis wacana kritis semakin tajam, maka diperlukan analisis mengenai hubungan dengan luar teks yang meliputi dua hal, yakni menganalisa hubungan dengan unsur lain atau peristiwa yang lain dan yang kedua yakni hubungan antar teks dengan teks yang lain disebut dengan intertekstualitas. Intertekstualitas tampak dalam dua bentuk yakni kehadiran unsur-unsur dari teks lain dalam suatu teks yang berupa kutipan, laporan, tulisan, ataupun pemikiran. Teks selalu memiliki asumsi, yakni merupakan latar belakang dari apa yang dikatakan namun dianggap ada. Seperti intertekstual, asumsi menghubungkan satu teks dengan teks lainnya, hanya saja asumsi tidak langsung dikaitkan dengan teks tertentu. Intertekstualitas dan asumsi mengandaikan sejarah teks dan pemaknaan. Maka, intertekstualitas dan asumsi semakin mempertajam analisis karena bukan hanya pemaknaan harafiah namun juga membantu membongkar ideologi atau kepentingan yang sudah dibekukan oleh bahasa.

Fairclough (1998) mengidentifikasi karakteristik analisis wacana kritis sebagai berikut:

- (a) Memberi perhatian pada masalah-masalah sosial, (b) Percaya bahwa relasi kekuasaan bersifat diskurtif, atau mengada dalam wacana, (c) Percaya bahwa berperan pembentukan masyarakat dan budaya, (d) Percaya bahwa wacana berperan dalam membangun ideologi, (e) Percaya bahwa wacana bersifat

historis, (f) memediasikan hubungan antara teks dan masyarakat sosial, (g) Bersifat interpretif dan eksplanatif, (h) percaya bahwa wacana merupakan suatu bentuk aksi sosial.

Dalam pemahaman fairclough (1998), wacana mempunyai tiga efek. Pertama, wacana memberikan andil dalam mengkontruksi identitas sosial dan posisi subjek. Kedua, wacana membantu mengkonstruksi relasi sosial di antara orang-orang. Dan ketiga, wacana memberikan kontribusi dalam mengkontruksi sistem pengetahuan dan kepercayaan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah berita bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZS8501 di media televisi tvOne dan Metro tv. Berita bencana tersebut menjadi objek karena kedua media tersebut sering menayangkan berita bencana tersebut bahkan secara live. Berita bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 diambil pada tanggal 29 Desember 2014 – 2 Januari 2015.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan sumber data yang merupakan data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung.

a. Data Primer

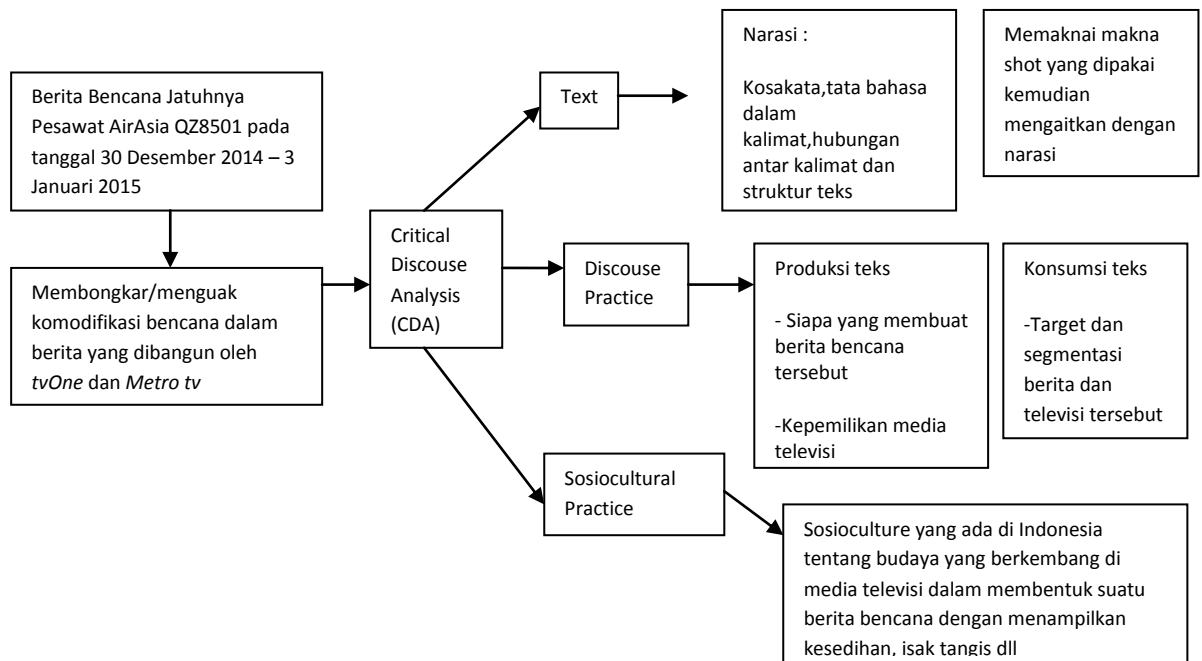
Data primer, yaitu data yang merupakan keseluruhan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai konsep penelitian ataupun yang terkait dengannya yang diperoleh secara langsung melalui unit analisis

yang dijadikan objek penelitian. Sumber data yang paling utama adalah semua isi dan teks dari berita bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 di media televisi tvOne dan Metro tv yang diperoleh dari youtube, situs web maupun website resmi dari kedua media televisi tersebut.

b. Data Sekunder

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

Bagan 1.2 Tahapan Penelitian



4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian “Komodifikasi Berita Bencana Kecelakaan Pesawat AirAsia di Media Televisi (Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Berita

Bencana Jatuhnya Pesawat AirAsia QZ8501 di *tvOne* dan *Metro tv* pada tahun 2014)”, analisis data menggunakan tiga dimensi wacana yang saling berhubungan dalam satu bingkai seperti dijelaskan diatas.

Dalam penelitian ini teks yang dimaksud adalah narasi, adegan, shot yang menunjukkan tentang komodifikasi terhadap berita bencana jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501 di dalam kedua media *tvOne* dan *Metro tv*. Meneliti melalui narasi teks maka akan melihat kosakata yang digunakan oleh narator, tata bahasa dalam kalimat, hubungan antar kalimat, dan struktur teks. Meneliti dari adegan dan shot teks maka peneliti akan melihat bagaimana adegan shot tersebut dibentuk. Dalam dimensi *discourse practice* melihat dari pembuat berita tersebut, dan juga melihat kepemilikan media yang menayangkan berita bencana tersebut di televisi. Melalui dimensi *sociocultural practice* melihat tentang kultur sosial, budaya dan ideologi yang ada di Indonesia.

Peneliti ingin membongkar bagaimana komodifikasi yang ditampilkan dalam berita bencana jatuhnya pesawat AirAsia dibangun oleh media televisi *tvOne* dan *Metro tv*. Menurut peneliti, wacana penayangan berita bencana selalu ditampilkan, terfokuskan pada eksploitasi korban diantaranya tangisan, kesedihan, raut wajah, dan bahkan kisah pribadi asmara korban.

5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memudahkan penyajian dari hasil analisis data dan memudahkan proses analisis penelitian. Untuk itu, tulisan ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab.

Bab pertama yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori dan metodologi penelitian. Bab ini disajikan sebagai sebuah pendahuluan dan pengantar isi dari pembahasan penelitian pada bab-bab selanjutnya.

Bab kedua berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian. Bab ini berisi profil media televisi tvOne dan Metro tv sebagai objek penelitian yang akan menggambarkan gambaran mengenai objek penelitian dan memberikan informasi yang mendukung tentang objek penelitian.

Bab ketiga berisi tentang hasil analisis penelitian, dan bab keempat akan berisi tentang kesimpulan penelitian dan juga saran untuk penelitian kedepannya.

