

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media khususnya film awalnya hanya dianggap sebagai penggambaran cerita yang sebatas sebagai fungsi hiburan. Film cerita fiksi sampai non fiksi pun bermunculan dengan beragam konsep cerita yang semakin menarik dan salah satu perkembangannya munculnya konsep film dokumenter yang dikategorikan sebagai film non fiksi. Pada mulanya film dokumenter juga hanya dimaknai sebagai format film dokumentasi yang merekam kejadian tanpa diolah lebih dalam, misalnya dokumentasi upacara kenegaraan ataupun peristiwa perang.

Layaknya sifat media, film dokumenter juga tidak bisa terlepas dari subyektifitas pembuatnya. Jadi ketika faktor manusia ikut berperan, persepsi tentang kenyataan akan sangat bergantung pada orang pembuat film tersebut. Joris Ivens seorang pembuat film dokumenter Belanda dalam bukunya *The Camera and I* menyebutkan, kekuatan utama dalam film dokumenter terletak pada rasa keontetikannya. Dengan kata lain film dokumenter bukan cerminan pasif dari kenyataan, melainkan ada proses penafsiran atas kenyataan yang dilakukan pembuat film. Adanya kekuatan pada rangkaian penyampaian dokumentasi fakta menjadi format yang kuat untuk mempengaruhi massa. Hal ini sepertinya sangat disadari betul bukan hanya oleh kalangan pembuat film tapi juga untuk publik politik yang memanfaatkan kekuatan film dokumenter untuk melakukan

Satu waktu, dimasa kemenangan Revolusi Oktober 1917, Lenin pernah mengatakan, film adalah bentuk paling revolusioner dari semua cabang seni. Dilanjutkan oleh Stalin pada pernyataannya dalam Kongres ke-13 Partai tahun 1924, "Sinema merupakan alat agitasi massa yang paling mujarab, sehingga tugas-tugas yang mampu diembannya harus betul-betul kita olah dan tangani dengan serius". Di China, film merupakan sebuah media propaganda utama dan paling penting selama periode kaum Maois. Makna film tidak saja sebagai *self evidence* (pembuktian terhadap diri sendiri) dengan menyingkirkan potensi revolusionernya, namun juga mengandung makna praktek, pengalaman dan diskursus (komunikasi).¹

Salah satu film dokumenter yang diharapkan pembuatnya menjadi potensi revolusioner sebagai perlawanan terhadap hegemoni global ialah film dokumenter dengan judul "*The Revolution will Not Be Televised*" karya Donnacha 'O Briain dan Kim Bartley. Film ini bisa dikatakan sebagai bentuk perlawanan terhadap hegemoni media khususnya yang terjadi di Venezuela. Diawali dengan terpilihnya Hugo Rafael Chávez Frías pada 6 Desember 1998, akhirnya mengesahkan Chavez menduduki jabatan sebagai presiden Venezuela didukung oleh 56% suara rakyat Venezuela menggantikan Rafael Caldera. Janji memberantas korupsi dan pengentasan kemiskinan menjadikan Chavez terpilih kembali untuk kedua kalinya sebagai presiden Venezuela pada Juli 2000 untuk masa jabatan selama 6 (enam) tahun². Dukungan yang sangat besar didapatkan Chavez dari kalangan kaum miskin di Venezuela yang berjumlah sekitar 80%. Hal ini ironis

¹ <http://www.layarperak.com>

mengingat Venezuela merupakan Negara penghasil minyak terbesar ke tiga di dunia, penghasil salah satu energi yang dibutuhkan setiap negara di dunia, bahkan bisa mempengaruhi stabilitas ekonomi maupun panggung politik internasional.

Dalam menjalankan pemerintahannya, presiden ke-53 di Venezuela ini melakukan beberapa tindakan yang dinilai kontroversial salah satunya kebijakan Undang-undang Reformasi kepemilikan tanah yang menetapkan bagaimana pemerintah bisa mengambil alih lahan-lahan tidur, tanah milik swasta, serta mengundang Undang-undang Hidrokarbon yang menjanjikan royalti fleksibel bagi perusahaan-perusahaan yang mengoperasikan tambang minyak milik pemerintah. Di antaranya memberi kekuasaan pada pemerintah untuk mengambil alih perusahaan-perusahaan real estate yang luas dan tanah-tanah pertanian yang dianggap kurang produktif mengundang protes jutaan orang di ibukota Caracas.³

Selain melakukan revolusi dan mengeluarkan kebijakan yang sangat ditentang oleh kelompok elit yang tentu saja merasa sangat dirugikan, Chavez juga secara lugas menentang dominasi Amerika Serikat (AS) lewat gagasan globalisasi-neoliberalismenya. Presiden Venezuela ini juga sangat kritis terhadap kebijakan Amerika, dan secara terang-terangan mengutuk AS secara langsung lewat media, saat melakukan serangan membabi buta berkaitan dengan isu teroris di Afghanistan.

Dalam kancah ekonomi dan politik Chavez bisa dibilang memiliki banyak "musuh", peperangan lewat media yang mengarah pada propaganda pun tampak jelas terjadi di Venezuela. Dengan kebijakan dan sikap kritisnya dia sangat dipuja

³ <http://umar.said.ttg.venezuela.htm>

oleh para pendukungnya tapi tentu tidak oleh sekelompok elit di Venezuela dan negara barat dalam hal ini ialah Amerika Serikat yang merasa dirugikan setelah Chaves mengambil alih kepemilikan perusahaan minyak, mengubah kepengurusan dengan menempatkan orang-orang nya di perusahaan dan menaikkan harga ekspor Minyak.

Di tengah pemberitaan negatif yang dilakukan oleh sebagian besar TV swasta, *A Power Picture* memproduksi film dokumenter yang ingin menunjukkan tentang perjuangan revolusi Chaves hingga terjadinya kudeta terhadap Hugo Chaves Frias yang sempat terjadi. Dokumenter ini ingin memperlihatkan bagaimana penggunaan media sebagai sarana propaganda dilakukan secara maksimal oleh kaum elit yang didukung penuh Amerika. Sejak Februari 2002, kalangan pers televisi swasta mulai membicarakan kekacauan dalam pemerintahan Venezuela, intinya memojokkan Chaves dengan menyebutnya sebagai diktator, tirani, dan tidak mampu mengakomodasi kepentingan rakyatnya. Sedang Hugo Chaves melawan hanya dengan menggunakan TV Lokal pemerintah di *Chanel 8* dan radio lokal.

Salah satu puncaknya ialah 11 April 2002 saat dua oposisi pendukung Chaves bersitegang tiba-tiba ada tembakan yang sebenarnya tidak diketahui asalnya hingga menewaskan 11 orang anggota oposisi dari kedua belah pihak. Saat itu terjadi manipulasi yang dilakukan media milik kaum oposisi, pengambilan gambar menampakkan kelompok Bolivarian sedang menembaki kaum elit di bawah jembatan. Dari fakta yang dihimpun saksi mata dan rekaman video, tidak

ditayangkan berulang-ulang oleh televisi swasta. Dan Chaves dituduh bertanggung jawab penuh akan peristiwa ini dan terjadilah kudeta.

Satu-satunya sarana penyampai informasi *Channel 8* pun di sabotase sehingga tidak dapat digunakan untuk menepis berita, Chaves diculik dan dipaksa menandatangani surat pengunduran diri dan Istana Negara di Caracas diambil alih oleh Pedro Carmona. Tetapi dengan usaha para pendukungnya baik kalangan sipil atau militer yang loyal Chaves dibebaskan dan sampai sekarang masih menjabat sebagai presiden Venezuela.

Yang menarik untuk dikaji, usaha kudeta terhadap Hugo Chavez yang terjadi selama 48 jam menjadi karya film dokumenter dengan judul, "*The Revolution will not be Televised*", yang di produksi *A Power Picture*. Dengan durasi sekitar satu jam film ini memperlihatkan dukungannya terhadap Hugo Chavez. Film inipun juga mendapat apresiasi dari insan perfilman dengan mengusung banyak penghargaan dari berbagai Festival Film. Realitas yang digambarkan dalam film dokumenter ini, membangun dukungan penuh bagi Hugo Chavez dan menampilkan Presiden Venezuela ini sebagai "korban" propaganda politik yang dilakukan oleh kekuatan dominasi global, wacana yang dibangun di

B. Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi propaganda media sebagai usaha perlawanan terhadap hegemoni global yang ditunjukkan dalam film dokumenter "*The Revolution will not be Televised*".

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana konstruksi wacana propaganda media sebagai usaha perlawanan terhadap hegemoni global yang ditunjukkan dalam film dokumenter "*The Revolution will not be Televised*".

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi penelitian karya ilmiah di bidang ilmu komunikasi selanjutnya, khususnya berkaitan dengan kajian analisis teks media dalam menganalisis bagaimana makna, realitas dan pesan yang ada dibalik suatu film dengan menggunakan metode wacana kritis.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap

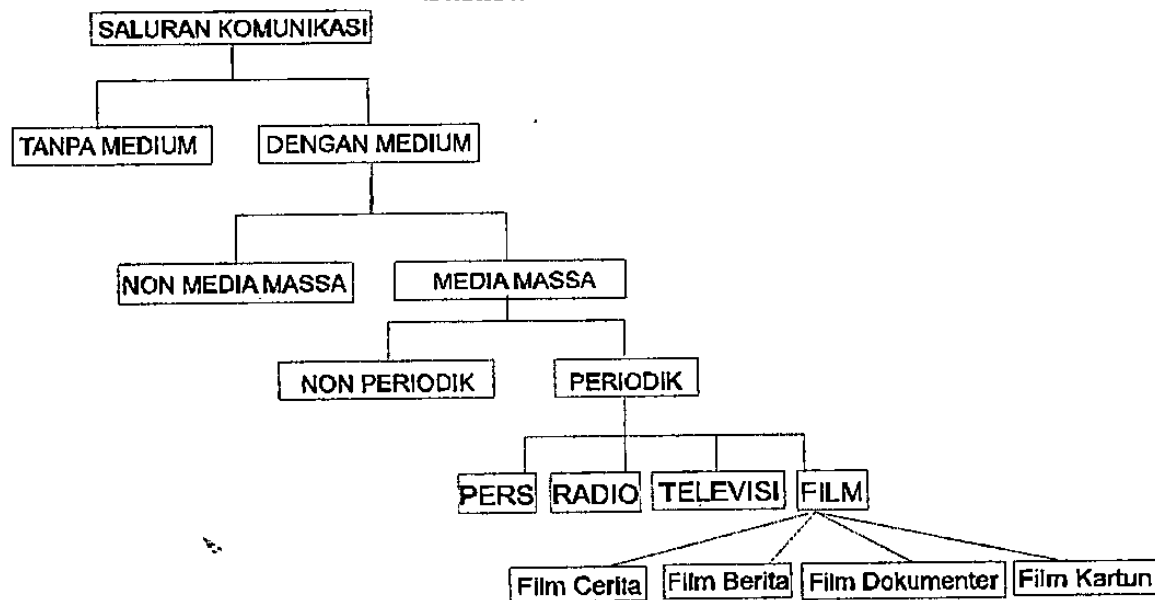
E. Kerangka Teori

E.1 Media Massa

E.1.1 Film sebagai Saluran Media Komunikasi

Penggunaan media sebagai sarana komunikasi tidak terlepas dari proses komunikasi massa. Dilihat dari satu sisi pengertiannya komunikasi massa merupakan proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan komunikasi ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, yang menjadi medium disini tentu saja media bisa berupa cetak ataupun elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Bagan I
Saluran Komunikasi



Sumber: Hoeta-Soehoet. Manajemen Media Massa (2002:6)

Film sebagai salah satu bentuk media massa bisa berfungsi sebagai fungsi informatif, edukatif, bahkan edukatif. Berbeda dengan film berita yang

film dokumenter merupakan hasil

interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.⁴ Seiring dengan perkembangan kompleksitas fungsi media, media tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi dan edukasi, tetapi bisa berfungsi sebagai alat propaganda. Dalam politik, media sangat mempengaruhi proses politik yang terjadi pada suatu negara. Dan para politikus sangat menyadari betul kekuatan media dalam membangun citra dan opini publik yang bisa mempengaruhi kedudukan politisnya.

Film bagi para aktivis politik yang berjuang diberbagai sektor masyarakat; serikat buruh, petani, mahasiswa dan kaum miskin perkotaan seharusnya bermakna sebagai upaya memberikan suara bagi mereka yang tak mampu bersuara, bertindak bagi yang takut dan ragu bertindak. Untuk tujuan ini, maka film tak akan berkompromi dengan pasarnya para pemodal dunia sinema, dalam hal ini film mengarah pada usaha propaganda.

Film propaganda yang kuat adalah film yang betul-betul berani mengolah dan menyampaikan fakta dalam bentuk dokumenter, non fiksi maupun fiksi, yang diperiksa dari sejarah dan dialektika perkembangan munculnya fakta tersebut. Film propaganda memiliki kekuatan untuk memberi dampak langsung pada perubahan pandangan, pikiran dan keberpihakan politik masyarakat penontonnya Kekuatannya adalah pada rangkaian penyampaian dokumentasi fakta dan pesan politik dari film tersebut, keindahan dan teknik adalah kekuatan penyempurnanya⁵.

⁴ Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala. *Komunikasi Massa suatu pengantar* (2005: 139)

E.1.2 Perubahan Konsep Media

Pada awal perkembangan jaringan media massa, selain untuk memenuhi kebutuhan hiburan media massa memiliki peran untuk menyebarluaskan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat. Hingga sebelum dekade 1990-an, sistem media komunikasi di berbagai negara hanya terbatas pada radio, televisi, dan media cetak terbitan dalam negeri. Dewasa ini, media komunikasi massa seperti televisi, radio, iklan, dan buku telah berkembang dengan sangat cepat dan luas. Tidak hanya sebagai sarana informasi ataupun hiburan, tetapi media massa menjadi berfungsi untuk mengkonstruksi makna yang sarat dengan "bias".

Banyak hal yang mempengaruhi proses berkembangnya konsep media. Hal tersebut tidak lepas dari salah satu efek tercetusnya konsep globalisasi. Kennedy dan Cohen menyimpulkan bahwa globalisme, ialah sebuah kesadaran dan pemahaman baru bahwa dunia adalah satu. Peter Drucker menyebutkan globalisasi sebagai zaman transformasi sosial. Dalam beberapa dekade saja, masyarakat telah berubah kembali baik dalam pandangan mengenai dunia, nilai-nilai dasar, struktur politik dan sosial, maupun seni.

Media dan globalisasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan, saling mendorong dan mempengaruhi dalam perkembangan dan perubahan masyarakat global. Pada konteks sosial melahirkan yang disebut globalisasi media (*media globalization*) yang semakin memperluas penyebaran dan sosialisasi produk-produk dominan di berbagai aspek sosial, budaya dan politik. Norma-norma sosial, kepercayaan, wacana, ideologi dan nilai tidak hanya menjadi isu dalam

yang tidak terlepas kaitannya dengan imperialisme ekonomi, politik, budaya serta pluralitas. Dari proses globalisasi diatas globalisasi dapat didefinisikan:⁶

Globalization is best considered a complex set of interacting and often countervailing human, material and symbolic flows that lead to diverse, heterogeneous cultural positioning and practices which persistently and variously modify established vectors of social, political and cultural power

Disini globalisasi dilihat sebagai pertimbangan terbaik dari suatu bentuk kompleksitas interaksi yang mengimbangi manusia, material, dan arus simbolik yang menjadikannya pemimpin dari segala keberagaman, budaya heterogenitas dan praktek-prakteknya secara terus menerus dan dengan berbagai cara mengupayakan dan membatasi garis-garis sosial, kekuatan politik dan budaya.

Globalization is the product of a changing economic and political order, one in which technology and capital have combined in a new multifaceted imperialism

Globalisasi bisa juga dilihat sebagai produk dari perubahan ekonomi dan politik, salah satunya adalah teknologi dan modal yang tergabung dalam bermacam segi imperialis baru

Perubahan dalam konsep ruang dan waktu dimana komunikasi global antar budaya terjadi demikian cepatnya. Pasar dan produksi ekonomi di negara-negara yang berbeda menjadi saling bergantung sebagai akibat dari pertumbuhan perdagangan internasional, peningkatan pengaruh perusahaan multinasional, dan dominasi organisasi semacam *World Trade Organization* (WTO). Peningkatan interaksi kultural melalui perkembangan media massa (terutama televisi, film, musik, dan transmisi berita dan olah raga internasional). Penawaran konsumsi,

gagasan, pengalaman baru mengenai hal-hal yang melintasi beraneka ragam budaya, misalnya dalam bidang *fashion*, literatur, dan makanan.⁷

Kalau kita tarik garis umum dampak globalisasi media pada tata sosial masyarakat, maka dapat ditemukan garis positif atau konstruktif serta garis negatif atau destruktif. Garis positif atau lebih tepat akibat konstruktif fenomena globalisasi media massa adalah perubahan sosial politik yang meliputi keterbukaan, penonjolan tiga isu global (demokratisasi, hak asasi manusia dan kelestarian lingkungan hidup) termasuk juga kebebasan pers sebagai bagian integral sistem komunikasi sosial masyarakat. Sementara itu, garis negatif dalam arti dampak buruk dari globalisasi media dapat juga dilihat dari fenomena masyarakat yang semakin konsumeristis, apatis, individualistis dan sebagainya. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa globalisasi media massa juga memicu kerusakan etika atau moral kehidupan berbangsa dan bermasyarakat.

E.1.3 Media dan Politik Pemaknaan

Dalam banyak kasus, pemberitaan media terutama yang berhubungan dengan peristiwa yang melibatkan pihak dominan, tidak jarang disertai dengan penggambaran negatif kaum marjinal. Persoalannya adalah bahwa media tidak bisa bersifat netral.⁸ Seperti dikatakan Marshall McLuhan, "*the medium is the message,*" medium itu sendiri merupakan pesan. "Apa-apa yang dikatakan," ditentukan secara mendalam oleh medianya. Terlebih lagi jika disadari bahwa dibalik pesan-pesan yang disalurkan lewat media niscaya tersembunyi berbagai

⁷ <http://indonesian.tribune.com/POLITIK/2005/agustus05/media.htm>

mitos. Dan mitos sebagai sistem signifikasi, mengandung muatan ideologis yang berpihak kepada kepentingan mereka yang berkuasa.⁹

Filsuf Perancis Destutt de Tracy memperkenalkan istilah ideologi untuk menjelaskan ilmu tentang ide yaitu, sebuah disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengenali prasangka-prasangka dan bias-bias mereka.¹⁰ Bagi Michael Foucault, ideologi bekerja menurut satu aturan utama, mendefinisikan perbedaan antara subjek yang normal dan yang abnormal. Ia menolak eksistensi setiap realitas di luar atau melampaui wacana. "*An ideology is a set of ideas that structure a group's reality, a system of representations or a code of meaning governing how individuals and group see the world*" (sebuah ideologi ialah satuan ideal yang membangun realitas kelompok dan menjadi sistem representasi atau kode yang mengatur bagaimana individu dan kelompok memandang dunia).¹¹

Proses pemberitaan media yang demikian, terkait erat dengan politik pemberitaan media, yang diantaranya berhubungan dengan strategi media dalam meliput peristiwa, memilih, dan menampilkan fakta serta dengan cara apa fakta itu disajikan- yang secara langsung atau tidak langsung, berpengaruh dalam merekonstruksi peristiwa. Hal terpenting dalam memahami media adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan. Dalam tulisannya, "*The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies*," Stuart Hall menyatakan, makna tidak tergantung pada struktur makna itu sendiri, tetapi lebih kepada praktik pemaknaan. Dalam pandangan hal, makna adalah suatu produksi

⁹ Budiman, 1999a:12

¹⁰ Dani Cavallaro, *Critical and Cultural Theory* (teori kritis dan teori budaya), 2004, Niagara, Yogyakarta hal.135

¹¹ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Media Studies* (California)

sosial, suatu praktek konstruksi yang merupakan cerminan dari kelompok kepentingan dominan.

E.2 Propaganda Media

E.2.1 Pengertian Propaganda

Menurut Prof. Dr. H.C.J Duyker, dalam *Winkler Prins Encyclopaedie* mengemukakan kata “Propaganda” berasal dari bahasa latin “Propagare” yang artinya mengembangkan atau memekarkan. Kata tersebut timbul dari kata *Congregatio De Propagandafide* di tahun 1622 pada waktu Paus Gregorius mendirikan suatu organisasi yang saat itu bertujuan mengembangkan agama Katolik Roma baik di Italia maupun Negara-negara lain. Di masa sekarang propaganda tidak secara khusus digunakan untuk pengembangan agama saja tetapi sudah bersifat umum. Prof. Duyker membuat uraian bahwa propaganda bisa diartikan yakni, “Sebagai bentuk penggunaan berbagai lambang untuk mempengaruhi perasaan atau pikiran manusia sedemikian rupa, sehingga tingkah laku yang timbul karena pengaruh itu sesuai dengan keinginan si propagandis”.

Sedang Lasswel berpendapat, “ Propaganda dalam arti yang luas, adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya” (representasi dalam hal ini berarti kegiatan atau berbicara untuk suatu kelompok). Teori Qualter mengatakan, “Propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain

yang tersedia, reaksi dari mereka yang dipengaruhi akan seperti yang diinginkan si propagandis”.

Dari beberapa pendapat ilmuwan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa elemen-elemen yang ada dalam propaganda¹²:

- 1) Adanya komunikator, atau orang/lembaga yang menyampaikan informasi dengan isi dan tujuan tertentu.
- 2) Adanya komunikan, penerima pesan yang diharapkan menerima kemudian melakukan sesuatu sesuai dengan pola yang ditentukan oleh komunikator.
- 3) Kebijaksanaan atau politik propaganda yang menentukan isi dan tujuan yang hendak dicapai.
- 4) Pesan tertentu yang telah dirumuskan sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang efektif.
- 5) Sarana atau medium (media) yang sesuai dan tepat dengan situasi dari komunikan (*media habit*).

Berikut beberapa teknik-teknik propaganda yang dipaparkan oleh para ilmuwan, salah satunya ialah teknik propaganda Harwood Chids¹³, yakni:

- 1) *Strategy of Publicity*, penyebaran propaganda dengan menggunakan media komunikasi untuk menyebarluaskan suatu pesan.
- 2) *Strategy of Organization*, pembentukan suatu jaringan organisasi untuk melaksanakan kegiatan sugesti massa.

- 3) *Strategy of Argument*, kemampuan propagandis untuk mengemukakan suatu pesan secara jelas dan nyata untuk meyakinkan massa dengan cara-cara yang logis, masuk akal, dan dapat diterima.
- 4) *Strategy of Persuasion*, daya upaya propaganda untuk membujuk, merayu, menghimbau rakyat dengan jalan sugesti yang dilandaskan pada emosi dan bukan kepada sesuatu yang rasional.

Dalam setiap peristiwa politik yang terjadi, komunikasi merupakan “darah” dalam interaksi politik yang berlangsung. Komunikasi politik mengacu kepada segala bentuk pertukaran symbol atau pesan yang secara signifikan mempengaruhi fungsi dari system politik.¹⁴ Ada tiga cara utama berpikir tentang persuasi seperti yang terjadi dalam politik. Pendekatan persuasi politik ialah propaganda, periklanan dan retorik. Jacques Ellul, seorang sosiolog dan filosof Prancis, merangkumkan definisi komunikasi propaganda sebagai persuasi, “komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulasi psikologis dan digabungkan di dalam suatu organisasi”.

Manipulasi psikologis bisa dilakukan seperti lewat lambang maupun retorika. Contoh manipulasi psikologis yang dilakukan oleh Partai Nazi, Hitler yang memperlihatkan ikatan yang essential diantara organisasi melalui lambing. Ketika Hitler berbicara di depan lautan manusia, bendera-bendera nasional dan partai mengelilinginya, dengan menggunakan oratori penuh emosi untuk

membangkitkan rasa identitas, komitmen, dan kesetiaan dari khalayaknya, Hitler memukau orang dengan *yell*-nya, "*ein Volk, ein Reich, ein Fuhrer*" (satu bangsa, satu imperium, satu pemimpin)¹⁵.

E.2.2 Propaganda Isi Media

Propaganda merupakan salah satu dari kegiatan komunikasi. Dan media massa merupakan medium komunikasi yang banyak digunakan untuk dapat mempengaruhi khalayak karena sifatnya yang massa. Dan dalam komunikasi massa terdapat beberapa kegiatan yang sering menggunakan media dalam penyampaianya seperti Propaganda, Rhetorika, Publisitas, Periklanan Agitasi, Komunikasi Internasional, dan sebagainya.

Menurut Alex Sobur, media (pers) sering disebut banyak orang sebagai *the fourth estate* (kekuatan keempat) dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini terutama disebabkan oleh suatu persepsi tentang peran yang dapat dimainkan oleh media dalam kaitannya dengan pengembangan kehidupan sosial-ekonomi dan politik masyarakat. Bahkan, media, terlebih dalam posisinya sebagai suatu institusi informasi, dapat pula dipandang sebagai faktor yang paling menentukan dalam proses-proses perubahan sosial-budaya dan politik. Oleh karena itu, dalam konteks media massa sebagai institusi informasi, Karl Deutsch, menyebutnya sebagai *the nerves of government* (urat nadi pemerintah).

Alex Sobur sendiri mendefinisikan media massa sebagai: "Suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat

membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris.

Louis Althusser menulis bahwa,

“Media, dalam hubungannya dengan kekuasaan, menempati posisi strategis, terutama karena anggapan akan kemampuannya sebagai sarana legitimasi. Media massa sebagaimana lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni, dan kebudayaan, merupakan bagian dari alat kekuasaan negara yang bekerja secara ideologis guna membangun kepatuhan khalayak terhadap kelompok yang berkuasa.”

Althusser melihat media sebagai ruang di mana berbagai ideologi di representasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi, dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga bisa menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.

Media massa merupakan alat atau sarana penyebaran ideologi kelompok dominan, alat legitimasi, dan alat kontrol sosial atas wacana publik. Sehingga tidak menutup kemungkinan terjadinya praktek diskursif oleh media terhadap kelompok-kelompok marjinal, yang ditekan oleh kelompok dominan (penguasa). Bahkan, praktek diskursif tadi dapat dimanfaatkan media sebagai alat legitimasi atau pembenaran-pembenaran terhadap suatu konteks permasalahan yang tidak

propaganda yang ampuh untuk mengkonstruksi makna terutama oleh kelompok dominan.

Dilihat dari pemikiran-pemikiran diatas, beberapa konsep teoritis berkaitan dengan isi media dalam prosesnya membentuk propaganda dapat diformulasikan sebagai berikut:

- a) Isi media terkadang merefleksikan realitas sosial dengan atau tanpa distorsi.
- b) Isi media dipengaruhi oleh pembuat media. Adanya faktor intrinsik (latar belakang personal, kebudayaan, pendidikan), psikologis, sikap, dan pandangan tertentu dari para pembuat media. Konsep ini melahirkan agenda media yang ditentukan oleh pekerja media.
- c) Pengaruh media rutin. Bagaimana pengorganisasian kerja dimana media dibuat mempengaruhi cara kerja para pembuat berita. Misal, seorang reporter dilatih untuk menulis berita dengan model piramid dan sebagainya.
- d) Pengaruh institusi sosial dan kekuatan-kekuatan eksternal yang dominan. Pada perspektif ini diyakini bahwa kepentingan politik, ekonomi, dan budaya merupakan faktor dominan yang mempengaruhi isi media.
- e) Isi media bisa memiliki fungsi ideologi dan dapat digunakan untuk kepentingan penguasa. Dalam pandangan hegemoni melihat isi media dipengaruhi oleh kekuatan yang bekerja di masyarakat yang digunakan untuk mempertahankan kekuasaan yang dimilikinya. Para pemilik media kerap ditemukan sebagai elite-elite bisnis industri yang berhubungan intim dengan para elite pemegang kekuasaan. Bisnis mereka kerap terkait dengan kebijakan

dituding ikut menjaga status quo kekuasaan para tokoh politik yang menjadi rekanan mereka. Keterdekatan itu mempengaruhi kerja pemberitaan media. Khususnya, media-media yang di sahkan para elite bisnis industri.

Pemberitaan media sering terlihat memarginalkan sosok-sosok oposan atau menggaungkan statement-statement propaganda. Investigasi media jadi sering terbentur dengan kongkalingkong politis mereka. Para pemilik media banyak yang menjadi kawan bahkan kader politisi dan kekuasaan, Para wartawan, redaksi, dan seluruh manajemen media, dikooptasi jaringan bisnis (campur politik) para pemilik media. Bahkan, bisa terkait dengan jaringan korporasi internasional yang diabsahkan politik-kekuasaan.¹⁶

E.3 Ekonomi Politik Media

E.3.1 Pendekatan Kritis dalam Ekonomi Politik Media

Beragamnya media secara langsung atau tidak langsung tercermin kepentingan –kepentingan yang “tidak murni”. Ketidakmurnian ini dapat ditilik melalui kepemilikan modal dan produksi media yang senantiasa berorientasi pada market. Market bukan hanya dalam makna tradisional, atau pengerukan material ekonomi tetapi juga dalam ideologi, politik, dan kekuasaan yang bermuara pada penjinakan, penundukan dan penakhlukan.

“Media Massa adalah kelas yang mengatur”, demikian teori marxis tentang posisi media dalam sistem kapitalisme modern. Media massa diyakini bukan sekedar medium lalu lintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam

masyarakat, melainkan berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan. Melalui pola kepemilikan dan melalui produk-produk yang disajikan media adalah seperangkat ideologis yang melanggengkan dominasi kelas pemodal terhadap publik yang diberlakukan semata-mata sebagai konsumen, dan terhadap pemegang kekuasaan. Untuk meluluskan lahirnya regulasi - regulasi yang pro pasar.¹⁷

Yang menarik diamati ialah peran media dalam struktur ekonomi dan politik suatu Negara. Satu prinsip dalam sistem industri kapitalis, media massa harus diberi fokus perhatian yang memadai sebagaimana institusi-institusi distribusi lain. Kondisi-kondisi yang ditemukan pada level kepemilikan media, praktik-praktik pemberitaan, dinamika industri radio, televisi, perfilman, dan periklanan mempunyai hubungan yang saling menentukan dengan kondisi – kondisi ekonomi politik yang berkembang di suatu Negara, serta pada akhirnya dipengaruhi oleh kondisi-kondisi ekonomi politik global.

Pendekatan kritis dalam studi ekonomi politik media dicirikan menjadi tiga karakter sentral:¹⁸

a) Pendekatan ekonomi-politik bersifat holistik

Pendekatan yang dilakukan secara menyeluruh, intelerasi antara dinamika sosial, politik, dan budaya dalam masyarakat, serta menghindari kecenderungan untuk mengabstraksikan realita-realita sosial ke dalam teori ekonomi atau teori politik. Media diletakkan dalam totalitas sistem yang luas,

¹⁷ Agus Sudibyo. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, LkiS: 2004 hlm: 2

¹⁸ Agus Sudibyo. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, LkiS: 2004 hlm: 2

sebagai bagian integral dari proses-proses ekonomi, sosial, dan politik yang berlangsung di suatu masyarakat.

Teks isi media beserta tindakan jurnalis dalam memproduksinya, perusahaan media, struktur industri media, dan interaksi antara pers dan berbagai kelompok sosial, yang muncul dalam proses memproduksi dan mengonsumsi produk media, harus pula dipahami sebagai proses yang berlangsung dalam struktur politik otoritarian atau struktur ekonomi kapitalis secara spesifik tercipta di Negara tertentu yang jika dirunut juga sangat dipengaruhi oleh situasi-situasi global

b) Pendekatan kritis ekonomi-politik media bersifat historis

Mengarah tentang bagaimana perubahan-perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi dalam sistem kapitalisme global. Orientasi historis ini menempatkan ekonomi-politik sebagai studi proses-proses perubahan sosial sebagai produk interaksi-interaksi historis.¹⁹

c) Pendekatan kritis ekonomi-politik media bersifat praksis

Pendekatan ini berfokus pada segi-segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka merubah keadaan, terutama di tengah arus besar perubahan sosial kapital. Pendekatan ini memandang pengetahuan ialah produk dari interaksi dan dialektika antara teori dan praktek secara terus menerus.

E.3.2 Ekonomi dan Media

Bisnis media merupakan bisnis yang besar, karena itu saat membicarakan media tidak bisa dilepaskan dari kepentingan uang, ekonomi, dan laba. Menurut Karl Marx media berhubungan erat dengan ekonomi kapitalis. Dimana pemilik modal atau dalam sisi media ialah penguasa media menjadi kelompok dominan yang mampu menggunakan media massa untuk melakukan pengkonstruksian realitas yang berujung pada upaya legitimasi masyarakat terhadap suatu wacana.²⁰

Dominasi terhadap media, pekerja media, dan konsumen media, dalam analisis ekonomi-politik media pun lebih dikaitkan dengan *capitalist mode of production*. Perusahaan-perusahaan media massa berkeyakinan bahwa semakin besar perusahaan mereka, semakin besar pula keuntungan yang bisa mereka raih, dan semakin besar pula kesempatan bagi mereka untuk memaksakan program-program mereka kepada masyarakat. Pada akhirnya, faktor utama *merger* nya perusahaan-perusahaan media itu adalah keuntungan materi tanpa akhir dan hal inilah yang menjadi ciri khas sistem kapitalis. Bahkan, Hollywood, produsen film terbesar di dunia, yang produk-produknya menguasai pasaran film dunia, juga telah menyediakan diri untuk dijadikan alat propaganda bagi pemerintah Amerika Serikat. Mark Crispin Miller, seorang dosen studi media massa di Universitas New York mengatakan, "Media massa Amerika sebagian besar dikontrol oleh

²⁰ Laurence Grossberg, Ellen Wartella, D. Charles Whitney. *Media Making (Mass Media in*

perusahaan-perusahaan besar, yang demi keuntungan-keuntungan ekonomi, mereka menjadi pendukung pemerintah.”²¹

Ada beberapa hal yang menjadi dasar sumber dari media *profit*, yakni:²²

- Dalam memproduksi media diperlukan modal untuk membayar proses produksi dan distribusi suatu media.
- *Profit* bisa didapat media dari konsumen langsung ataupun para pemasang iklan. Bahkan tidak sedikit media yang sangat bergantung pada iklan hingga mempengaruhi format berita yang ditampilkan dimana iklan dipasang.
- Kompetisi antar media, salah satu ideologi yang dibawa kapitalis ialah semua produk yang dihasilkan akan masuk dalam persaingan pasar bebas. Sehingga banyak para pengusaha media bersaing untuk memperebutkan pasar. Menaikan oplah penjualan maupun mendapat rating tinggi menjadi tujuan para pengusaha media, tentu saja akhirnya banyak pemasang iklan dan pendapatan atau keuntungan yang diterima pun akan semakin tinggi.

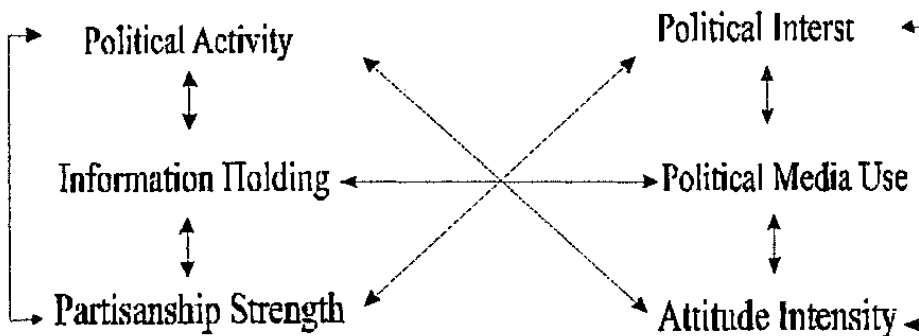
E.3.3 Politik dan Media

Media jelas memiliki peran penting dalam politik. Pertama, karena media merupakan sumber informasi politik terbanyak. Kedua, media menjadi sumber potensial dalam persuasi dan pembuatan keputusan khalayak, yang secara tidak langsung menjadi kendaraan bagi para aktivis politik untuk memperluas identitas ataupun beriklan. Ketiga, informasi dan persuasi yang diberikan media

²¹ septyLibrary.unisba.ac.id/artikel/artikel-septi-030902.doc

mendorong tingkah laku atau aktivitas politik khalayak.²³ Berikut bagan yang menunjukkan hubungan antara penggunaan media dan perilaku politik:

Bagan 2
Hubungan antara penggunaan media dan perilaku politik



Sumber: Laurence Grossberg, Ellen Wartella, Charles Witney. Media Making (mass media in a popular culture). (338:1998)

Setiap media memiliki sikap yang berbeda dalam melihat satu permasalahan, sehingga antara media satu dengan media lain pasti memiliki sikap yang berbeda terhadap suatu isu tertentu. Begitupun dalam pengertian politik disini, adakalanya setiap media memiliki kepentingan untuk golongan politik tertentu. Dalam hal ini tidak hanya suatu partai politik, akan tetapi juga berbagai kepentingan lain yang berhubungan dengan kepemilikan media, sejarah media, alasan ekonomis, misi media, aturan keredaksian serta kepentingan lainnya.²⁴

Latar belakang kepemilikan media yang berbeda mempengaruhi warna pemberitaan yang diproduksi. Ketika sebuah berita berhubungan dengan pemilik media, maka berita yang diangkat akan cenderung positif meskipun tidak begitu yang ditampilkan di media lain. Pemilik media bisa seorang “individu”, atau juga

²³ Atkin, 1981

merupakan perusahaan, organisasi profesional, organisasi sosial politik, organisasi masyarakat, BUMN, yayasan, atau lembaga lain.

Karena faktor keterikatan sejarah, tidak sedikit media yang harus menjaga hubungan antara lembaga yang ikut membidani lahirnya media tersebut, sehingga ketika memberitakan lembaga atau individu yang memiliki kaitan sejarah berdirinya media cara memberitakannya akan berbeda dengan media lain yang tidak memiliki keterkaitan sejarah.

Alasan ekonomis juga mempengaruhi pemberitaan dalam media. Saat berita berkaitan dengan perusahaan besar yang berpengaruh terhadap eksistensi media, ataupun yang diberitakan negatif ialah lembaga yang memasang iklan besar dan rutin, maka perusahaan penerbitan tidak berani untuk menuliskan berita yang macam-macam terhadap lembaga atau perusahaan tersebut.

Misi yang diemban oleh media akan mempengaruhi sikap dan warna pemberitaannya. Misalnya, media yang memiliki misi tertentu baik dari sisi kesukuan, keagamaan, maupun golongan tertentu.

Aturan keredaksian berhubungan dengan hal-hal diatas, juga dengan aturan terbitnya media. Misal, media yang terbit bulanan tidak akan memuat

.....

E.4 Konsep Counter-Hegemoni

Hegemoni dalam bahasa Yunani kuno disebut *'eugemonia'* sebagaimana dikemukakan Encyclopedia Britanica dalam prakteknya di Yunani, diterapkan untuk menunjukkan dominasi posisi yang diklaim oleh negara-negara kota (*polis* atau *citystates*) secara individual, misalnya yang dilakukan oleh negara kota Athena dan Sparta, terhadap negara-negara lain yang sejajar.²⁵

Dalam hegemoni, kelompok yang mendominasi berhasil mempengaruhi kelompok yang didominasi untuk menerima nilai-nilai moral, politik, dan budaya dari kelompok dominan (*the ruling party*, kelompok yang berkuasa). Hegemoni diterima sebagai sesuatu yang wajar, sehingga ideologi kelompok dominan dapat menyebar dan dipraktikkan. Nilai-nilai dan ideologi hegemoni ini diperjuangkan dan dipertahankan oleh pihak dominan sedemikian sehingga pihak yang didominasi tetap diam dan taat terhadap kepemimpinan kelompok penguasa. Hegemoni bisa dilihat sebagai strategi untuk mempertahankan kekuasaan.

Media dalam konteks Teori Kritis selalu berhubungan dengan ideologi dan hegemoni. Hal ini berkaitan dengan cara bagaimana sebuah realitas wacana atau teks ditafsirkan dan dimaknai dengan cara pandang tertentu. Pendapat Golding dan Murdock (Currant & Guravitch ed., 1991:188) menunjukkan bahwa studi wacana media meliputi tiga wilayah kajian, yaitu teks itu sendiri, produksi dan konsumsi teks.

Pemaknaan dan makna tidak *an sich* ada dalam teks atau wacana itu sendiri (Fiske, 1988:143-144). Hal ini bisa dijelaskan bahwa ketika kita membaca

²⁵ Nezar Patria & Andi Arief, *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 1999, hal 115.

teks, maka makna tidak akan kita temukan dalam teks yang bersangkutan. Yang kita temukan adalah pesan dalam sebuah teks. Sebuah peristiwa yang direkam oleh media massa baru mendapat makna ketika peristiwa tersebut ditempatkan dalam identifikasi kultural di mana berita tersebut hadir. Peristiwa demi peristiwa diatur dan dikelola sedemikian rupa oleh para awak media, dalam hal ini oleh para wartawan. Itu berarti bahwa para awak media menempatkan peristiwa ke dalam peta makna. Identifikasi sosial, kategorisasi, dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting di mana peristiwa itu dibuat bermakna bagi khalayak.

Para awak media dalam konteks pemberitaan teks media selalu memperhatikan aspek konsensus sosial. Meskipun demikian, pemahaman awak media terhadap suatu proses produksi media sangat dipengaruhi oleh proses pengolahan peta ideologi pada setiap awak media, dalam hal ini adalah wartawan.

Antonio Gramsci seorang pemikir neo marxis dari Italia berangkat dari kritiknya terhadap konsepsi kekuasaan *ala* Karl Marx yang mereduksi praktik dominasi pada struktur ekonomi, berpandangan bahwa kekuasaan diperoleh lewat hegemoni ide-ide (dalam wilayah budaya) yang didasarkan atas mekanisme konsensus.²⁶

Melalui hegemoni, ide-ide yang diciptakan penguasa menentukan struktur kognitif masyarakat. Upaya hegemoni ini berlangsung untuk menggiring persepsi orang dalam kerangka yang telah ditentukan oleh negara. Bagi Gramsci, hegemoni berarti situasi dimana suatu blok historis faksi kelas berkuasa

²⁶ Fawzi Fashri, *Kekerasan Simbolik sebagai Mekanisme Reproduksi Kekuasaan*, Skripsi Ilmu

menjalankan otoritas sosial dan kepemimpinan atas kelas-kelas subordinat melalui kombinasi antara kekuatan, dan terlebih lagi dengan konsensus.

Praktik normal hegemoni di arena klasik rezim parlementer dicirikan dengan kombinasi kekuatan dan konsensus, yang secara timbal-balik saling mengisi tanpa adanya kekuatan yang secara berlebihan memaksakan konsensus. Sesungguhnya, usahanya adalah untuk memastikan bahwa kekuatan tersebut akan tampak hadir berdasarkan atas konsensus mayoritas yang diekspresikan oleh apa yang disebut dengan organ opini publik-koran dan asosiasi.²⁷

Dalam hal ini hegemoni menyangkut pada penyebaran ideologi yang sudah demikian dominan dalam masyarakat. Pada analisis Gramscian, ideologi dipahami sebagai ide, makna dan praktik yang, kendati mereka mengklaim sebagai kebenaran universal, merupakan peta makna yang mendukung kekuasaan kelompok sosial tertentu.

Hegemoni merupakan tempat tinggal sementara penguasa ini berarti bahwa hegemoni juga harus dipertahankan setelah kekuasaan diperoleh secara terus menerus. Karena hegemoni akan membuka tantangan atasnya yaitu penciptaan blok kontra hegemoni yang melakukan *counter* hegemoni dari kelompok dan kelas subordinat. Jika tantangan yang diciptakan oleh blok kontra ini menciptakan krisis kekuasaan yang parah-krisis organik- maka usaha-usaha yang dilakukan untuk mempertahankan kekuasaan tidak hanya berupa pertahanan semata tetapi juga harus menciptakan keseimbangan baru dari berbagai kekuatan politik.

²⁷ Gramsci 1971:80 dikutip oleh Chris Barker dalam *Cultural Studies Teori dan*

Lebih lanjut Gramsci menjelaskan bahwa untuk menghilangkan pengaruh hegemoni harus dilakukan counterhegemony yaitu penyadaran yang meliputi aspek sosial, budaya, politik, ekonomi serta menyentuh aspek kognitif tentang ketertindasan yang disebabkan oleh hegemoni.

Counter-hegemoni digambarkan Gramsci sebagai “sebuah perlawanan yang berangkat dari adanya krisis hegemoni kelas penguasa, yang terjadi akibat kegagalan kelas penguasa menjalankan kebijakannya, ataupun secara sengaja dicabut kekuasaannya oleh persetujuan massa, atau akibat berkumpulnya sejumlah massa terutama kaum petani atau intelektual borjuis yang secara tiba-tiba bangkit dari kepasifan politiknya”.²⁸

Strategi *Counter-Hegemoni* dilakukan dengan membangkitkan kesadaran masyarakat akan sistem hegemonik yang selama ini membelenggu mereka. Lebih jauh Gramsci mencoba menerangkan bahwa dari waktu ke waktu ketika suatu kelas sudah memegang kendali hegemoni maka akan terjadi krisis organik dimana blok berkuasa mulai mengalami disintegrasi, sehingga memberikan kesempatan bagi kelas yang lebih rendah untuk melampaui batas-batas korporasinya dan membangun suatu gerakan yang luas yang mampu menjadi ancaman terhadap tatanan yang ada dan meraih hegemoni, tetapi jika kesempatan ini tidak diambil keseimbangan kekuatan itu akan kembali lagi kepada kelas yang dominan yang akan membangun kembali hegemoninya yang didasarkan atas pola aliansi yang baru.

²⁸ Antonio Gramsci, *Catatan-Catatan Politik Gramsci*, diterjemahkan dari selection from the prison note books of Antonio Gramsci oleh Wabandi Boes Gafar, hal. 142

Dalam kasus ini hegemoni global ditunjukkan oleh kelompok dominan yakni Amerika sebagai kelompok yang memiliki pengaruh besar dalam lingkup internasional, monopoli ekonomi, politik, bahkan intervensi dilakukan dengan tameng sebagai polisi dunia. Film dokumenter "*the revolution will not be televised*" ini dibuat sebagai salah satu alat untuk meng-counter hegemoni dari kekuasaan media yang dominan.

E.5 Analisis Wacana Kritis

E.5.1 Analisis Wacana

Menurut Eriyanto (*Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*), Analisis Wacana dalam studi linguistik merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal (yang lebih memperhatikan pada unit kata, frase, atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan di antara unsur tersebut). Analisis wacana adalah kebalikan dari linguistik formal, karena memusatkan perhatian pada level di atas kalimat, seperti hubungan gramatikal yang terbentuk pada level yang lebih besar dari kalimat.

Analisis wacana dalam lapangan psikologi sosial diartikan sebagai pembicaraan. Wacana yang dimaksud di sini agak mirip dengan struktur dan bentuk wawancara dan praktik dari pemakainya. Sementara dalam lapangan politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa. Karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu subyek, dan lewat

Ada tiga pandangan mengenai bahasa dalam bahasa. Pandangan pertama diwakili kaum positivisme-empiris. Menurut mereka, analisis wacana menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa, dan pengertian bersama. Wacana diukur dengan pertimbangan kebenaran atau ketidakbenaran menurut sintaksis dan semantik (titik perhatian didasarkan pada benar tidaknya bahasa secara gramatikal).

Pandangan *kedua* disebut sebagai konstruktivisme. Pandangan ini menempatkan analisis wacana sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subyek yang mengemukakan suatu pertanyaan. Pengungkapan dilakukan dengan menempatkan diri pada posisi sang pembicara dengan penafsiran mengikuti struktur makna dari sang pembicara. --Analisis Framing (bingkai).

Pandangan *ketiga* disebut sebagai pandangan kritis. Analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Bahasa tidak dipahami sebagai medium netral yang terletak di luar diri si pembicara. Bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subyek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya. Oleh karena itu analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa; batasan-

... dan kekuasaan menjadi wacana, performatif yang mesti dipakai

Wacana melihat bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan. Karena memakai perspektif kritis, analisis wacana kategori ini disebut juga dengan analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*). Ini untuk membedakan dengan analisis wacana dalam kategori pertama dan kedua (*discourse analysis*).

Interpretasi, atau pemaknaan teks, tidak bisa dihindari dalam analisis teks, tapi pemaknaan itu seharusnya diminimalisir karena interpretasi tidak membuka struktur diskursif dan pada kenyataannya malah mengaburkan. Wacana sering dimengerti sebagai bahasa yang digunakan dalam merepresentasikan praktik sosial dari sudut pandang tertentu. Dalam memahami wacana, kita tidak bisa lepas dari konsep ideologi karena setiap makna dari wacana selalu bersifat ideologis.²⁹

Diantara analisis wacana kritis yang lazim dikenal dalam studi komunikasi adalah analisis wacana kritis yang terutama bersumber dari pemikiran mahzab Frankfurt. Ketika mahzab Frankfurt tumbuh di Jerman tengah berlangsung proses propaganda besar-besaran yang dilakukan oleh Adolf Hitler. Media dipenuhi oleh prasangka, retorika, dan propaganda. Media menjadi alat dari pemerintah untuk mengontrol publik, menjadi sarana pemerintah untuk mengobarkan semangat perang. Ternyata media bukanlah entitas yang netral, tetap bisa dikuasai oleh kelompok dominant.³⁰

²⁹ Fairclough dalam Burton, 2000:31

E.5.2 Media Sebagai Agen Konstruksi (Wacana Kritis)

Media memproduksi makna dengan mengungkap realitas. Paradigma kritis berpandangan bahwa tidak ada realitas yang benar-benar riil, karena realitas semu yang terbentuk bukan melalui prose salami, tetapi oleh proses sejarah dan kekuatan sosial, politik, dan ekonomi. Berbeda dengan pandangan positivistik, paradigma kritis memahami realitas bukan dibentuk oleh alam atau alami tetapi dibentuk oleh manusia. Ini tidak berarti setiap orang membentuk realitasnya sendiri-sendiri, tetapi orang yang berada pada kelompok dominanlah yang menciptakan realitas, dengan memanipulasi, mengkondisikan orang lain agar mempunyai penafsiran dan pemaknaan seperti yang mereka inginkan.³¹

Burhan Bungin mengemukakan bahwa dalam kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

Individu mengkonstruksiksn realitas sosial, dan merekonstruksikannya ke dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasar subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.³² Unsur utama dalam konstruksi realitas ialah bahasa, sebab dengan bahasa suatu cerita apa saja bisa diungkapkan. Bahasa verbal maupun nonverbal (gambar, lambang, foto, ataupun tulisan) dapat mengkonstruksikan realitas dengan banyak makna, artinya bahasa tidak hanya mampu mencerminkan satu makna tetapi dapat juga menciptakan makna itu

³¹ Bahan perkuliahan, *Komunikasi Massa*, Dosen pengampu Fajar Junaedi, 2005

³² Burhan Bungin, *Wacana Kritis: Analisis Kritis Terhadap Realitas Sosial*, PT Kompas Media Nusantara

sendiri. Fakta merupakan hasil dari proses pertarungan antara kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang ada dalam masyarakat.³³

Everett M. Roger, seperti dikutip oleh Eriyanto, mengemukakan bahwa media bukanlah entitas yang netral, tetapi bisa dikuasai oleh kelompok dominan.

” Saya memahami pernyataan Everett M. Roger bahwa media memiliki kemungkinan besar dikuasai oleh kelompok berkuasa atau kelompok-kelompok yang memegang kekuasaan”

Paradigma kritis ini percaya bahwa media adalah sarana di mana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan, bahkan memarjinalkan mereka dengan menguasai dan mengontrol media. Sehingga jawaban yang diharapkan dari pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah adanya kekuatan-kekuatan yang berbeda dalam masyarakat yang mengontrol suatu proses komunikasi.

Berita dalam pandangan kritis dianggap bukan cermin dari realitas. Sebaliknya, ia hanyalah cermin dari kepentingan kelompok dominan. Dan wartawan berperan sebagai partisipan dari kelompok yang ada dalam masyarakat. Wartawan bersifat tidak netral dan tidak otonom, adanya faktor kepentingan kelas atas dalam redaksi seperti pemimpin redaksi, cerminan dari kepentingan pengiklan, ataupun kepentingan bagian sirkulasi agar oplah naik, hal-hal tersebut yang bisa mempengaruhi isi berita dalam paradigma kritis.³⁴

Menurut Horkheimer, seperti dikutip Eriyanto, salah satu sifat dasar dari teori kritis adalah selalu curiga dan mempertanyakan kondisi masyarakat dewasa ini. Karena kondisi masyarakat yang kelihatannya produktif dan bagus tersebut

³³ Bahan perkuliahan, *Komunikasi Massa*,. Dosen pengampu Fajar Junaedi, 2005

sesungguhnya terselubung struktur masyarakat yang menindas dan menipu kesadaran khalayak.

Stuart Hall, mengungkapkan bahwa menurut pandangan kritis, titik penting dalam memahami media adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan. Makna ialah suatu produksi sosial, suatu praktik. Bagi Stuart Hall, media massa pada dasarnya tidak memproduksi, melainkan menentukan realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Makna, tidaklah secara sederhana dapat dianggap sebagai reproduksi dalam bahasa, tetapi sebuah pertentangan sosial, perjuangan dalam memenangkan wacana. Oleh karena itu, pemaknaan yang berbeda merupakan arena pertarungan dimana memasukkan bahasa di dalamnya. Perjuangan antar kelompok ini melahirkan pemaknaan untuk mengunggulkan satu kelompok dan merendahkan kelompok lain.³⁵

F. METODOLOGI PENELITIAN

F.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis wacana kritis yang bersifat kualitatif. Analisis wacana menekankan konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Bahasa dipercaya terlibat dalam hubungan kekuasaan dan tindakan representasi yang terdapat pada masyarakat dan berbagai bentuk praktik sosial.

F.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian difokuskan tentang penggambaran propaganda media dalam usaha perlawanan terhadap hegemoni global yang ditunjukkan oleh film dokumenter produksi *A Power Picture*, "*The Revolution will not be Televised*", film ini berfokus pada dokumentasi saat terjadinya usaha kudeta terhadap Hugo Chavez di Venezuela. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui konstruksi wacana *counter* hegemoni yang dikembangkan dan dibangun oleh pembuat film.

F.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data pertama dengan studi film dokumenter yang diproduksi oleh *A Power Picture*. Dengan melakukan analisis dalam karya audiovisual tentang wacana yang digambarkan pada film tersebut. Kedua, mengumpulkan data dan teori yang diperoleh melalui literature-literatur, buku, internet serta sumber lain yang memuat informasi pendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan media di venezuela yang dijadikan media propaganda hingga terjadinya kudeta terhadap presiden Hugo Chaves Frias. Ketiga, penelusuran sejarah dan literatur untuk

.....

F.4 Teknik Analisis Data

F.4.1 Analisis Teks

Dalam analisis teks, penulis mencoba untuk membuat analisis terhadap produksi film dokumenter dari *A Power Picture* berkaitan dengan wacana tentang perlawanan terhadap kekuatan dominan yang dilakukan Hugo Chaves yang ditunjukkan dalam "*The Revolution will not be Televised*". Struktur analisis yang digunakan untuk menganalisis teks adalah dengan struktur analisis Van Dijk. Sedangkan hal-hal yang diamati:³⁶

Model struktur wacana Teun A. Van Dijk

Struktur wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK Tema topik yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita dikemas dalam teks berita utuh	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail lain	Latar, detil, maksud, pengandaian, dan nominalisasi
	SINTAKTIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
	STILISTIK/LEKSIKON Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita	Leksikon
	RETORIS Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan	Grafis, metafora, dan ekspresi

1. Tematik

Elemen tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menggambarkan apa yang hendak diutarakan oleh wartawan dalam pemberitaan. Karena itu topik menunjukkan tema sentral, konsep dominant, dan paling penting dari suatu berita. Topik yang menggambarkan gagasan secara umum dalam sebuah teks berita, akan didukung oleh subtopik-subtopik lain yang saling menguatkan terbentuknya topik secara umum.³⁷

2. Skematik

Skematik menunjukkan skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir dan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Meskipun memiliki skema atau alur yang beragam, berita umumnya memiliki dua kategori skema besar.³⁸ Pertama, *summary* yang ditandai oleh judul dan lead atau ringkasan tema yang ingin disampaikan oleh wartawan. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan. Menurut Van Dijk, arti penting dari skematik ialah strategi wartawan untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Tematik strategi untuk memberikan tekanan pada bagian mana yang akan didahulukan dan ditonjolkan juga bagian mana yang

3. Latar

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar yang dipilih menentukan kearah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Misalnya ketika seorang wartawan ingin menampakkan *good image* terhadap tokoh tertentu, maka ia akan memilih latar tentang gambaran positif tokoh tersebut. Sebaliknya ketika wartawan menggambarkan latar dengan menonjolkan hal-hal buruk terhadap tokoh tertentu, yang ditonjolkan hanyalah pendapat-pendapat negatif .

4. Detil

Elemen ini berhubungan dengan control informasi yang ditampilkan seseorang. Detil yang lengkap dan panjang lebar merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak. Hal yang menguntungkan bagi komunikator atau pembuat teks akan diuraikan secara terperinci, sebaliknya fakta yang tidak menguntungkan, detil informasi akan dikurangi atau disamarkan.³⁹

5. Maksud

Hampir sama dengan detil, elemen maksud akan menguraikan secara eksplisit dan jelas ketika ada informasi yang menguntungkan kedudukan komunikator. Dan sebaliknya akan menjelaskan secara implisit (tersamar) ketika informasi tersebut merugikan komunikator.⁴⁰

³⁹ Eriyanto hlm: 238

⁴⁰ Ibid hlm: 240

6. Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antarkata, atau kalimat dalam teks. Dua buah kalimat yang menggambarkan dua fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhungan ketika seseorang menghubungkannya.⁴¹ Misal, kalimat “ Terpilihnya Hugo Chavez sebagai presiden Venezuela” ,dengan kalimat “Amerika sebagai pencetus gagasan pasar bebas”, bisa dihubungkan wartawan dengan maksud tertentu.

7. Koherensi Kondisional

Koherensi kondisional diantaranya ditandai oleh pemakaian anak kalimat sebagai penjelas. Anak kalimat ini menjadi cermin kepentingan komunikator karena ia dapat memberikan keterangan baik atau buruk pada khalayak.⁴²

8. Koherensi Pembeda

Jika koherensi kondisional berhubungan dengan pertanyaan bagaimana peristiwa dihubungkan atau dijelaskan, maka koherensi pembeda berhubungan dengan pertanyaan bagaimana kedua peristiwa itu dibedakan.⁴³

9. Peningkaran

Elemen ini menunjukkan bentuk praktik wacana yang menggambarkan bagaimana wartawan menyembunyikan apa yang ingin diekspresikan secara

menyetujui sesuatu, padahal ia tidak setuju dengan menggunakan argumentasi dan fakta yang menyangkal persetujuan tersebut.⁴⁴

10. Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat ialah segi sintaktis yang berhubungan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Bentuk kalimat bukan hanya persoalan kebenaran teknis menurut tata bahasa, tapi menentukan makna yang disebut oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seorang menjadi subyek dari pernyataannya. Dalam kalimat yang berstruktur pasif seseorang menjadi objek dari pernyataannya.⁴⁵

11. Kata Ganti

Elemen ini merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Misal dalam mengungkapkan sikapnya komunikator tidak menggunakan kata “saya” atau “kami”, yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata. Akan tetapi memilih memakai kata ganti “kita” yang menjadikan sikap tersebut seolah-olah representasi dari sikap bersama dalam suatu komunitas tertentu.⁴⁶

12. Leksikon

Pada dasarnya elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan

.....

digunakan bukan hanya factor kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.⁴⁷

13. Praanggapan

Jika latar berarti upaya mendukung pendapat dengan cara memberi latar belakang, maka praanggapan ialah upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya.

14. Grafis

Elemen ini untuk memeriksa apa yang ditonjolkan atau ditekankan (dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam wacana berita. Grafis biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat berbeda. Pemakaian huruf tebal, miring, garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran yang lebih besar. Bagian-bagian yang ditonjolkan ini menunjukkan kepada khalayak tentang pentingnya bagian tersebut. Dimana komunikator menginginkan perhatian yang lebih dari komunikan terhadap bagian tersebut.⁴⁸

15. Metafora

Dalam suatu wacana, komunikator tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tapi juga kiasan, ungkapan, maetafora yang dimaksudkan sebagai ornament atau bumbu dari suatu berita. Akan tetapi, pemakaian metafora tertentu bisa menjadi petunjuk utama untuk bisa memahami makna suatu teks. Metafora tertentu digunakan oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berfikir, alas an pembeda atas gagasan atau pendapat tertentu

kepada public. Wartawan menggunakan kepercayaan dalam masyarakat, ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah leluhur, kata-kata kuno, bahkan mungkin ungkapan yang diambil dari ayat-ayat suci, yang semuanya dipakai untuk memperkuat pesan utama.⁴⁹

F.4.2 Analisis Kognisi Sosial

Dalam melihat kognisi sosial atau bagaimana teks media diproduksi, maka dalam hal ini yang diteliti ialah kesadaran mental pembuat film dokumenter, kognisi dan strategi pembuat film dokumenter dalam memproduksi film tersebut. Hal ini dilihat dari ideologi, ilmu pengetahuan, perilaku, norma, dan nilai dari sebuah institusi sebagai representasi dari kognisi sosial.

F.4.3 Analisis Konteks Sosial

Pada jenjang konteks sosial, penulis akan melakukan studi literatur sejarah dan penelusuran kepustakaan. Analisis ini berfungsi untuk menganalisis bagaimana masyarakat melakukan produksi dan reproduksi wacana. Analisis