

**IDEOLOGI DAN HEGEMONI MEDIA CETAK
MELALUI EDITORIAL PADA HARIAN *MEDIA INDONESIA***

***IDEOLOGY AND HEGEMONY OF PRINTED MEDIA
THROUGH EDITORIAL OF HARIAN *MEDIA INDONESIA****

ROSNIAR



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013**

**IDEOLOGI DAN HEGEMONI MEDIA CETAK
MELALUI EDITORIAL PADA HARIAN *MEDIA INDONESIA***

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

R O S N I A R

kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013**

TESIS

IDEOLOGI DAN HEGEMONI MEDIA CETAK
MELALUI EDITORIAL PADA HARIAN MEDIA INDONESIA

Disusun dan diajukan oleh

ROSNIAR

Nomor Pokok P1400210012

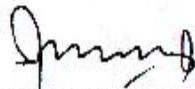
telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

pada tanggal **1 Mei 2013**

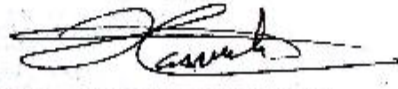
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Penasihat

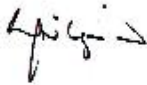


Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si.
Ketua



Dr. Hasrullah, M.Si.
Anggota

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc.

Direktor Program Pascasarjana
Universitas Hasanudin



Prof. Dr. M. Mursalin

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rosniar
Nomor Pokok : P1400210012
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, April 2013

Yang menyatakan,

R O S N I A R

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya dengan selesainya tesis ini.

Gagasan yang melatari permasalahan yang diangkat timbul dari hasil pengamatan penulis terhadap politik editorial yang dilakukan oleh Harian *Media Indonesia* yang telah melakukan hegemoni berdasarkan ideologi yang dianutnya. Penulis bermaksud menyumbangkan konsep bahwa sikap resisten terhadap pemerintah bukanlah ukuran *valid* guna menilai bahwa sebuah media komersial yang menjalankan politik ekonomi media telah berjuang bagi kepentingan masyarakat luas. Oleh karena itu, fungsi media sebagai sumber informasi, mendidik, menghibur yang mempunyai tanggung jawab sosial seharusnya menanggalkan subjektivitas berupa ideologi media.

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan tesis ini, yang hanya berkat bantuan berbagai pihak, maka tesis ini dapat selesai pada waktunya. Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. Sc selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M. Si sebagai Ketua Komisi Penasihat dan Dr. Hasrullah, MA sebagai Anggota Komisi Penasihat atas bantuan dan

bimbingan yang telah diberikan mulai dari pengembangan minat terhadap permasalahan penelitian ini, pelaksanaan penelitiannya sampai dengan penulisan tesis ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Marzuki Gizing dan Ibu Wati Tatte atas bantuan moril dan materil, kepada saudara-saudara dan tak terkecuali kepada kawan-kawan Komunikasi Pasca (Kompas) UNHAS 2010, dan yang terakhir ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mereka yang namanya tidak tercantum tetapi telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tesis ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya penelitian tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemaslahatan bersama serta bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Amin.

Makassar, April 2012

Penulis,

ABSTRAK

ROSNIAR. *Ideologi dan Hegemoni Media Cetak melalui Editorial pada Harian Media Indonesia* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Hasrullah)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) strategi pembingkaihan isu berdasarkan kategorisasi yang dilakukan Harian *Media Indonesia* dalam pengemasan editorial, dan (2) strategi wacana atas teks terhadap kecenderungan redaksional editorial Harian *Media Indonesia* terhadap sebuah isu/peristiwa.

Tipe penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dan deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan kritis. Sumber data berupa dokumentasi teks editorial edisi 2 Januari 2012 sampai 30 Juni 2012. Dari keseluruhan editorial dilakukan analisis isi kuantitatif dengan melibatkan dua orang *coder* untuk pengkategorisasian editorial. Data berupa hasil kategorisasi dianalisis dengan menggunakan *Critical Discourse Analysis (CDA)* model Teun A. Van Dijk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu politik menjadi preferensi *Media Indonesia* dalam sajian editorialnya yaitu 86 editorial dengan persentasi tertinggi 71,07%. Kecenderungan redaksional editorial Harian *Media Indonesia* yang kritis, pro rakyat dan tidak segan-segan memperlihatkan sikap anti pemerintah telah menjalankan hegemoninya berdasarkan ideologi yang dianut. Namun pada isu tertentu menyatakan sikap mendukung kebijakan pemerintah dengan indikasi kepentingan politik media bersangkutan.

ABSTRACT

ROSNIAR. *Ideology and Hegemony of Printed Media through Editorial of Media Indonesia* (supervised by Andi Alimuddin Unde and Hasrullah)

The objectives of the study are: (1) to describe the strategy of issue framing based on the categorisation performed by *Media Indonesia* Daily in the packaging of editorial, and, (2) discourse strategy of the editorial tendency of the media on an issue or event.

The types of the research are quantitative and qualitative descriptive using critical approach. Data sources are documentation of editorial texts since January 2, 2012 until June 30, 2012. All editorial texts are analyzed using quantitative content analysis by involving two coders for categorizing those editorial texts. Data got from editorial categorization will then be analyzed by using *Critical Discourse Analysis (CDA)* model by Teun A. Van Dijk.

The study reveals that political issues become preferences of *Media Indonesia* in its 86 editorials with a percentage of 71,07%. The editorial tendency of *Media Indonesia* which is critical, for the people, and anti-government has played its hegemony based in its ideology. However in certain issues it explicitly shows its support to the government for the sake of its political interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori dan Konsep	9
1. Ideologi dan Hegemoni Madia	9

2. Editorial dalam Pandangan Surat Kabar Komersial	20
3. Teori Kritis Media	28
4. Memahami Bias Media	37
B. Teori yang Mendukung	41
C. Hasil Penelitian yang Relevan	46
D. Kerangka Pemikiran	49
 BAB III METODE PENELITIAN	 52
A. Tipe Penelitian	52
B. Sumber Data	52
C. Prosedur Pengumpulan Data	53
D. Populasi dan Sampel	53
E. Teknik Analisis Data	54
F. Tahapan Penelitian dan Jadwalnya	56
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Hasil Penelitian	60
1. Kategorisasi Editorial Harian <i>Media Indonesia</i>	65
2. Kecenderungan Redaksional Editorial	
<i>Harian Media Indonesia</i>	68
C. Pembahasan	190
 BAB V PENUTUP	 199
A. Kesimpulan	199
B. Saran	201
 DAFTAR PUSTAKA	 203

CURICULUM VITAE	208
LAMPIRAN	209

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Tabel 1 Jadwal Penelitian	57
2. Tabel 2 Struktur Organisasi Harian <i>Media Indonesia</i>	61
3. Tabel 3 Editorial Harian <i>Media Indonesia</i> Periode Januari-Juni 2012	66

DAFTAR GRAFIK

Nomor	Halaman
1. Grafik 1 Persentasi Kategori Editorial Harian <i>Media Indonesia</i>	67
2. Grafik 2 Persentasi Isu Politik Editorial Harian <i>Media Indonesia</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kategorisasi Editorial Harian <i>Media Indonesia</i> Periode 2 Januari 2012 – 30 Juni 2012	209
2. Kecenderungan Redaksional Editorial Harian <i>Media Indonesia</i>	214

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harian *Media Indonesia* merupakan salah satu harian nasional yang kritis dalam memberitakan berbagai hal dalam setiap rubriknya. Motto “Pembawa Suara Rakyat” menjadi misi yang diemban *Media Indonesia* dalam menyuarakan realitas. Tidak heran jika berita dan opini dikemas sedemikian rupa agar pembaca dari berbagai kalangan dapat menikmati berita yang disajikan.

Harian *Media Indonesia* banyak mengkritik pemerintah. Meskipun demikian, jika dilihat dari paradigma kritis, *Media Indonesia* termasuk media yang di dalam beritanya terdapat bias dan ideologi. Hal ini tentu tidak dapat disalahkan karena pada dasarnya setiap media massa memiliki idealisme. Selain itu, proses produksi berita yang terdapat dalam *Media Indonesia*, secara sadar atau tidak sadar, dipengaruhi berbagai kepentingan. Bahkan menurut Bannet dalam Eriyanto (2008:36), media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas sesuai dengan kepentingannya.

Media selalu mengkonstruksi ketika menyikapi sebuah realitas sosial di masyarakat dan memindahkannya menjadi realitas media.

Tindakan ini paling kelihatan terbaca dalam editorial atau kolom tajuk rencana. Halaman ini merupakan pernyataan kecenderungan ideologi dan sikap sebuah media sebagai institusi bukan lagi perorangan wartawan, editor, atau pimpinan redaksi, sehingga besar kemungkinan editorial dikonstruksi bukan lagi refleksi fakta, melainkan merujuk pada ideologi organisasi media, kepemilikan modal dan kepentingan politik.

Beberapa peristiwa besar, sebutlah misalnya, jatuhnya pesawat *Sukhoi Super Jet 100 (SSJ 100)* pada tanggal 9 Mei 2012 adalah sebuah kecelakaan penerbangan yang menewaskan 45 orang. Harian *Media Indonesia* melalui kolom editorialnya dengan judul "Tragedi Sukhoi" mengategorikan peristiwa sebagai kasus kriminal dengan di akhir editorial merekomendasikan penyelesaian yang efektif yaitu pemerintah harus mengusut tuntas dan menindak tegas seluruh pelaku yang bertanggung jawab di balik terjadinya tragedi Sukhoi.

Kolom editorial memang tidak selalu hadir dengan nama editorial. Masing-masing media cenderung memberi nama yang berbeda sebagai ciri khas medianya. Ada yang menyebutnya "Tajuk" (*Republika*). Sementara *Kompas* menyebutnya "Tajuk Rencana". Adapun *Media Indonesia* dan *Tempo* termasuk yang masih memakai nama "Editorial" pada kolom tersebut.

Pemilihan surat kabar Harian *Media Indonesia* sebagai objek penelitian karena surat kabar tersebut merupakan harian nasional yang

mapan secara ekonomis dengan oplah lebih kurang 300.000 —terbesar ketiga di Indonesia— yang setiap eksemplar diperkirakan dibaca oleh 3 hingga 4 orang, sasaran pembacanya dianggap sebagai kelas menengah ke atas. *Media Indonesia* merupakan salah satu bagian dari Media Group, suatu jaringan media yang memiliki lebih dari satu media massa yang dipimpin oleh Surya Paloh, menyediakan rubrik editorial yang diletakkan pada halaman depan. Selain itu, editorial *Media Indonesia* dapat dinikmati pada media yang lain yaitu di stasiun televisi *Metro TV* yang ditayangkan setiap Pukul 08.00 wib. (www.cifor.org/publications/pdf_files/WPapers/WP54Santoso.pdf).

Harian *Media Indonesia* merupakan salah satu media yang sering menunjukkan sikap partisansinya terhadap partai politik. Sepak terjang Surya Paloh sebagai pemilik surat kabar ini dalam politik, tidak bisa dipungkiri mempengaruhi pemberitaannya. Tidak hanya *Media Indonesia*, sejumlah media massa memperlihatkan sikap partisansinya terhadap partai politik secara terbuka walaupun tidak menyatakan diri secara resmi sebagai pendukung salah satu partai politik.

Koheren dengan apa yang dikatakan Tunstall dan Palmer dalam (McQuail, 2010) bahwa hal yang juga berpengaruh adalah apakah perusahaan media dimiliki oleh 'raja media' atau 'mogul', dilambangkan sebagai keinginan menaruh kepentingan pribadi dalam kebijakan

editorial. Keterlibatan media massa dengan kegiatan politik, tidak semata-mata mencerminkan perhatian media terhadap politik, melainkan menyiratkan pula adanya keterikatan atas dasar suatu kepentingan antara sebuah media dan kekuatan politik yang diberitakannya.

Inilah yang membedakan satu koran dengan koran lainnya dalam liputan, kebijakan editorial. Editorial masing-masing surat kabar atau media berbeda satu sama lain. Boleh dikatakan tidak ada media yang sama persis kebijakannya dalam pemberitaannya, karena melalui editoriallah sebuah media mendefinisikan realitas sesuai dengan kepentingannya yang salah satunya yaitu memproduksi ideologi dominan.

Editorial memang bukan kolom yang paling dicari. Meski demikian, posisi editorial tetaplah penting. Bukan semata-mata untuk memenuhi isi sebuah publikasi. Bukan pula karena publikasi lain (surat kabar, majalah, atau tabloid) menyajikannya (sekadar ikut-ikutan; karena memang sudah seharusnya ada). Tetapi sebuah editorial menghadirkan aspek edukatif (sekaligus sedikit provokatif dalam arti positif) kepada pembacanya.

Media yang memproduksi informasi merupakan sebuah institusi yang memiliki latar belakang baik yang berkaitan dengan orang-orang yang terlibat maupun struktur yang ada di sekitar orang-orang tersebut yang akan menjadi ideologi organisasi media. Selain itu informasi yang diproduksi merepresentasikan fenomena yang melekat pada sumber

informasinya yang kemungkinan merepresentasikan berbagai ideologi dari sumber informasi yang diproduksi.

Perlu diingat bahwa pemilihan topik editorial tentunya telah memperhatikan perkembangan informasi dan memperhatikan ideologi masing-masing media. Karena memang, editorial merupakan sikap resmi media massa secara keseluruhan memandang sebuah realitas informasi yang luas yang memungkinkan setiap media massa memiliki *agenda setting* tertentu dalam menyampaikan tajuk rencananya.

Salah satu peristiwa “sederhana” ialah kekalahan tim bulu tangkis kita atas Jepang 2-3 dalam perempat final Piala Thomas dan Uber di Wuhan, China. Harian *Media Indonesia* menulis editorial pada edisi Sabtu 26 Mei dengan judul “Hilangnya Kebanggaan Bangsa” dan sehari sebelumnya menurunkan editorial dengan judul “Grasi untuk Corby”. Pemilihan topik ini bukan tanpa maksud dan tujuan tertentu, ada pesan yang ingin disampaikan melalui pengemasan editorialnya. Dari kedua judul editorial di atas yang semula bertemakan semangat nasionalisme dan masalah hukum menjadi sebuah persoalan politik berdasarkan dari argumentasi-argumentasi editorial.

Inilah yang disebut oleh Edelman dalam Eriyanto (2007:158) sebagai kesalahan kategorisasi yang dianggap menipu khalayak, yakni sebuah peristiwa dibungkus dengan klasifikasi dan kategori tertentu yang menyebabkan khalayak tidak bisa menerima informasi sebenarnya.

Karena itu, dalam melihat sebuah peristiwa, elemen penting adalah bagaimana orang membuat kategorisasi atas suatu peristiwa.

Selanjutnya adalah mengapa hanya peristiwa tertentu saja yang dijadikan sebuah editorial, dengan kata lain media selektif dalam melaporkan sebuah peristiwa. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Bagaimana sebuah media membuat pilihan sangat ditentukan oleh isu apa yang diyakini penting oleh media tersebut. Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Ideologi yang ada dalam media bisa merupakan proses reproduksi dari ideologi yang ada dan bisa juga merupakan sebuah pertarungan ideologi kepentingan baik politik, ekonomi maupun *cultural*. Apabila menggunakan konsep ideologi sebagai kesadaran palsu, maka asumsinya ideologi media tersebut tidak bersumber pada realitas nilai-nilai yang direfleksikan media, tetapi dengan asumsi bahwa media secara sengaja memproduksi informasi untuk kepentingan ideologi tertentu.

Dalam memproduksi fakta-fakta dalam pemikiran, kita tidak pernah memproduksi fakta-fakta secara utuh, melainkan hanya yang mana yang penting berdasarkan kepentingan

praktis, analisis dilakukan untuk menggali kesadaran apa yang disembunyikan untuk melakukan penguasaan apakah penguasaan kapital ekonomi/material, sosial atau yang melekat pada organisasi media menjadi basis struktur media, atau yang temporer yaitu ideologi kepentingan, ideologi sebagai strategi pertarungan kekuasaan.

Idealnya sebuah media harus mencerminkan berbagai realitas sosial, ekonomi, dan budaya di masyarakat dalam struktur dan konten mereka di mana mereka beroperasi dengan cara yang kurang lebih berimbang. Perbedaan konten media harus diperkirakan berkaitan dengan perbedaan sumber atau kepada mereka yang menjadi penerima akhir. Intinya, konten yang disediakan oleh media harus sesuai dengan keseluruhan kebutuhan informasi, komunikasi, dan kebudayaan yang ada di masyarakat.

Pada akhirnya media massa menjadi media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak; wartawan, sumber berita, dan khalayak. Ketiga pihak tersebut mendasarkan keterlibatannya pada pesan sosial masing-masing dan hubungan tersebut diantarai oleh operasionalisasi teks yang mereka konstruksi. Jadi, pekerjaan media sangat erat hubungannya dengan konstruksi realitas.

Dari pemilihan judul editorial, terlebih jika menginterpretasi *content* dari editorial tersebut sangat jelas bahwa ada pesan yang ingin disampaikan di balik teks, dengan demikian media telah menjadi

arena untuk merepresentasikan berbagai realitas, sehingga menarik kemudian untuk dicermati, bagaimana sebuah editorial disajikan pada pembaca, apakah ada motif tertentu dalam pemilihan topik tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pembingkaihan isu berdasarkan kategorisasi yang dilakukan Harian *Media Indonesia* dalam pengemasan editorial ?
2. Bagaimana strategi wacana atas teks terhadap kecenderungan redaksional editorial Harian *Media Indonesia* terhadap sebuah isu/peristiwa ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi pembingkaihan isu berdasarkan kategorisasi yang dilakukan Harian *Media Indonesia* dalam pengemasan editorial.
2. Untuk mengetahui strategi wacana atas teks terhadap kecenderungan redaksional editorial Harian *Media Indonesia* terhadap sebuah isu/peristiwa.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperkaya khasanah penelitian tentang realitas dan konstruksi pemberitaan di media cetak.

2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan memperkaya penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori dan Konsep

1. Ideologi dan Hegemoni Media

Teori ideologi sebagai sebuah praktik dikembangkan oleh Louis Althusser (1971), Marxis generasi kedua yang dipengaruhi gagasan-gagasan Saussure dan Freud, dan orang yang membawa teori-teori struktur dan teori ketidaksadaran untuk menunjang teori-teori Marx yang lebih bersifat ekonomistik (Fiske, 2006:238). Teori Althusser tentang ideologi sebagai praktik merupakan pengembangan teori Marx tentang ideologi sebagai kesadaran palsu.

Bagi Marx, manusia adalah makhluk sosial dan kesadaran tidak bisa dipisahkan dari kondisi sosial. Maka, tidak heran jika Marx berpikir bahwa ideologi menyajikan realitas yang benar-benar berbeda dari apa yang seharusnya, (Adian, 2011:18). Disini Marx tidak melihat ide sebagai produksi manusia, tapi sebagai ideologi yang transsendental dan entitas independen, yang dirasakan manusia pada derajat yang berbeda dalam konteks sejarah yang berbeda. Marx memahami bahwa ideologi membalikkan hubungan antara subjek manusia dan kesadaran atas dasar asumsi yang sama sekali palsu. Dalam konteks ini, Marx

memberikan tekanan yang negatif pada ideologi. Secara gamblang, Marx menyebut ideologi sebagai “bentuk ilusi kesadaran”.

Menurut Althusser (2007:191-195) ideologi merupakan sebuah gambaran tentang hubungan imajiner antara individu-individu dengan kondisi-kondisi eksistensi mereka yang riil. Dua tesis yang diajukan Althusser, yang satu bersifat negatif dan yang kedua bersifat positif. Yang pertama berkaitan dengan objek, yaitu hal yang digambarkan dalam bentuk imajiner dari ideologi, sementara yang kedua berkaitan dengan materialitas dari ideologi. *Tesis I: Ideologi menggambarkan hubungan imajiner antara individu-individu dengan kondisi-kondisi riil eksistensi mereka. Dan Tesis II: Ideologi memiliki sebuah eksistensi yang material.*

Jika ideologi pada dasarnya merupakan fenomena yang positif yang membentuk susunan simbolik ikatan sosial, Thompson (2003:296) menjelaskan bahwa bagaimanapun ia dapat saja berisi ciri-ciri yang berkarakter negatif. Penyebaran keyakinan melampaui anggota pendiri suatu kelompok secara nyata memberikan cara untuk melakukan rasionalisasi dan justifikasi. Ideologi menjadi sarana argumentatif, sebuah skema yang sederhana, sebuah ‘ism’, yang mengajak anggota suatu kelompok untuk berpikir.

Konotasi negatif dari istilah ideologi pertama kali digunakan oleh Napoleon yang kecewa atas perlakuan teman-temannya yang tidak setuju dengan tindakan-tindakan lalimnya selama menjadi penguasa

Perancis dan menamakan mereka kaum “*ideologues*” dengan arti yang merendahkan bahwa mereka adalah intelektual-intelektual yang dokriniter dan tidak realistis. Di sini terkandung pengertian bahwa istilah ideologis diterapkan pada mereka yang menempatkan tujuan-tujuan ideal tanpa mempertimbangkan kepentingan material yang dibutuhkan masyarakat.

Menurut Gramsci dalam Simon (1999:86-87), ideologi tidak bisa dinilai dari kebenaran atau kesalahannya tetapi harus dinilai dari kemanjurannya dalam mengikat berbagai kelompok sosial yang berbeda-beda ke dalam satu wadah, dan dalam peranannya sebagai pondasi atau sebagai agen proses penyatuan sosial.

Salah satu hal penting dalam teori ideologi Althusser adalah konsepnya mengenai subjek dan ideologi. Dalam Heath dan O’Hair (2009:272) mengutip pendapat Althusser mengenai interpelasi. *Interpelation is the process in which ideology creates its subjects; it is the textual operating mechanism through which audiences are positioned.*

Ideologi selalu memerlukan subjek. Ideologi adalah hasil rumusan dari individu-individu tertentu, keberlakuannya menuntut tidak hanya kelompok yang bersangkutan. Akan tetapi, selain membutuhkan subjek, ideologi juga menciptakan subjek. Usaha inilah yang dinamakan interpelasi. Dalam interpelasi ini, individu konkret direkrut menjadi subjek ideologi (Eriyanto, 2008:99).

Selain penjelasan di atas, Thompson (2003:141) mendefinisikan bahwa ideologi adalah legislasi bahasa yang mendefinisikan apa yang patut dalam diskusi publik dan apa yang tidak. Karena itu ideologi hanya mengizinkan hal-hal tertentu untuk dikomunikasikan dan didiskusikan. labukan sekedar 'ekspresi' tapi juga 'represi', menyisihkan isu-isu tertentu dari ruang diskusi dan membuat satu bentuk 'ketidaksadaran publik'.

Ideologi tidak secara langsung berada dari perubahan pengalaman kehidupan sehari-hari secara terus menerus tapi termediasi melalui berita dan interpretasi terhadap berita tersebut. Ideologi adalah pemahaman lapisan kedua, 'teks yang ditulis diatas teks', yang menginterpretasikan dan menyatukan informasi yang dihasilkan oleh sistem produksi berita.

Inilah yang menyebabkan adanya hubungan historis yang sangat dalam antara pemunculan ideologi dan revolusi komunikasi yang diasosiasikan dengan perkembangan dunia cetak. Dalam menyingkap hubungan ini Gouldner dalam Thompson (2003:142) banyak bersandar pada studi awal Habermas tentang formasi 'wilayah publik'.

Perkembangan media massa dan formasi publik, Gouldner menjelaskan, adalah proses yang saling mendukung. Publik terbentuk ketika hubungan antara budaya dan interaksi sosial melemah, dengan demikian masyarakat dapat menawarkan sesuatu tanpa harus terlibat dalam interaksi yang konstan. Tapi perkembangan informasi menciptakan

kebutuhan pada interpretasi, pada persediaan makna yang dapat ditawarkan pada publik.

Ada banyak defenisi tentang ideologi. Raymond William (Eriyanto, 2008:87-88) mendefenisikan penggunaan ideologi dalam tiga ranah. *Pertama*, sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelastertentu. Defenisi ini terutama dipakai oleh kalangan psikologi yang melihat ideologi sebagai perangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. *Kedua*, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat--ide palsu atau kesadaran palsu--yang bisa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan. *Ketiga*, proses umum produksi makna dan ide. Ideologi di sini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi berita

Stuart Hall dalam Marris dan Thornham (2000:271), menyebutkan bahwa *since the media's main sphere of operations is the production and transformation of ideologies*. Seperti dalam Eriyanto (2007:136) Stuart Hall menghubungkan proses kerja dan ideologi profesional dengan ideologi. Proses kerja pembentukan dan produksi berita itu bukanlah sesuatu yang netral, melainkan ada bias ideologi yang secara sadar atau tidak sadar tengah dipraktikkan oleh wartawan. Tetapi berbeda dengan pandangan

madzhab kritis yang tampak reduksionis dalam melihat kinerja media, Hall menawarkan alternatif penjas lain. Media di sini tidaklah sederhana, digambarkan dikuasai oleh kelompok tertentu yang dominan, yang berperan dan punya kekuatan untuk mempengaruhi khalayak.

Di sini media dipandang sebagai agen konspiratif yang menyembunyikan fakta, menampilkan fakta tertentu yang dikehendaki, dan secara sadar mengelabui khalayak untuk kelompok dominan. Seakan media adalah alat yang jahat dan tengah berkonspirasi dengan wartawan untuk tujuan politik tertentu. Menurut Hall, pada akhirnya pemberitaan media memang cenderung memarjinalisasikan kelompok minoritas dan memantapkan posisi *status quo* (kelompok dominan), tetapi proses itu tidak berjalan sebagai satu kelompok mendominasi kelompok yang lain. Prosesnya berlangsung dalam suasana yang kompleks dan sering tidak disadari.

Teori ideologi menekankan bahwa semua teks dan semua makna mempunyai dimensi sosial politik dan tidak dapat dimengerti kalau tidak menyertakan dimensi konteks sosialnya. Kerja ideologi, sebagaimana dinyatakan John Fiske, selalu mendukung *status quo*, melalui mana kelompok yang mempunyai kekuasaan lebih besar menyebarkan gagasan dan pesannya. Sistem ideologi diambil dari kerja itu untuk menyebarkan gagasan mereka. Bagi Fiske, semua teori ideologi sepakat bahwa ideologi bekerja untuk dominasi kelas, perbedaannya hanya pada

cara bagaimana dominasi itu bekerja, dan tingkat efektivitasnya(Fiske, 2004:244).

Pengaruhnya terhadap media massa adalah aktualisasi melalui hegemoni, West & Turner (2008:67) memahami bahwa konsep hegemoni merupakan fitur penting dalam kajian budaya. Secara umum, hegemoni (*hegemony*) dapat didefinisikan sebagai pengaruh, kekuasaan, atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap yang lain. Ide ini adalah ide yang kompleks dan dapat dilacak kembali pada karya Antonio Gramsci.

Media massa yang melakukan keberpihakan atas kepentingan akan semakin *powerfull* dan memiliki ideologi di dalamnya sehingga menyebabkan terjadinya hegemoni media. Teori hegemoni ini dicetuskan oleh Gramsci yang merujuk pada kekuasaan dan praktis. Keberpihakan media terhadap sejumlah kekuasaan merupakan bentuk dari hegemoni. Melalui media massa kelompok dominan terus-menerus menggerogoti, melemahkan dan meniadakan potensi tanding dari pihak-pihak yang dikuasainya.

Media massa akan senantiasa menjadi ajang hegemoni bagi kelompok yang berkuasa artinya masyarakat patuh pada kehendak penguasa dan mereka secara tidak sadar berpartisipasi dalam rangka kepatuhan tersebut. Dalam rangka mengekalkan kekuasaan tersebut, kelompok yang dominan melalui media cenderung menyuarakan

kepentingannya dan berusaha agar kelas lain turut serta berpartisipasi dengan sukarela, atau tanpa mereka sadari dan itulah yang disebut sebagai hegemoni. Media massa tidak pernah lepas dari intervensi pemilik modal yang dikuasai oleh segelintir orang yang memiliki beragam kepentingan seperti kepentingan ekonomi, politik dan ideologi tertentu.

Pemikiran Gramsci mengenai hegemoni didasarkan pada ide Marx mengenai kesadaran palsu (*false consciousness*), suatu keadaan dimana individu-individu menjadi tidak sadar mengenai dominasi yang terjadi di dalam kehidupan mereka. Khalayak dapat dieksploitasi oleh sistem sosial yang juga mereka dukung secara finansial(West &Turner, 2008:68).

Konsep hegemoni Antonio Gramsci dalam Eriyanto (2008:103-104) menekankan pada kekuatan dan dominasi kapitalis tidak hanya melalui dimensi material dari sarana ekonomi dan relasi produksi, tetapi juga kekuatan (*force*) dan hegemoni. Jika yang pertama menggunakan daya paksa untuk membuat orang banyak mengikuti dan mematuhi syarat-syarat suatu cara produksi atau nilai-nilai tertentu, maka yang terakhir meliputi perluasan dan pelestarian “kepatuhan aktif” (secara sukarela) dari kelompok-kelompok yang didominasi oleh kelas penguasa lewat penggunaan kepemimpinan intelektual, moral, dan politik. Hegemoni menekankan pada bentuk ekspresi, cara penerapan, mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan, dan mengembangkan diri melalui

kepatuhan pada korbannya, sehingga upaya itu berhasil mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka.

Bagi Gramsci, proses hegemoni terjadi apabila cara hidup, cara berfikir dan pandangan pemikiran masyarakat bawah terutama kaum proletar telah meniru dan menerima cara berfikir dan gaya hidup dari kelompok elit yang mendominasi dan mengeksploitasi mereka (Simon, 1999:xviii). Namun ada kalanya, jika ideologi dari golongan yang mendominasi telah diambil alih secara sukarela oleh yang didominasi di mana proses hegemoni seringkali justru menyangkut perebutan pengaruh konsep realitas dari pandangan mereka yang mendominasi berhasil diambil oleh mereka yang didominasi.

Inilah yang disebut Gramsci sebagai hegemoni tandingan (*counter-hegemony*) dalam (West & Turner, 2008:71). Lebih lanjut Gramsci menjelaskan bahwa pada hegemoni tandingan khalayak tidak selalu tertipu untuk menerima dan mempercayai apapun yang diberikan oleh kekuatan yang dominan. Terkadang, khalayak juga akan menggunakan sumber daya dan strategi yang sama seperti yang digunakan oleh kelompok sosial yang dominan.

Ritzer & Goodman (2003:227) mengutip pendapat Ellen Wood mengenai karya Ernesto Laclau dan Muffe, *Hegemony and Socialist*

Strategy yaitu menerima fokus pada ilmu bahasa, naskah dan wacana dalam post-modernisme, melepaskan ideologi dari basis materialnya dan akhirnya melarutkan “kehidupan sosial ke dalam ideologi atau diskursus”. Konsep hegemoni yang sangat penting bagi Laclau dan Mouffe adalah konsep yang semula dikembangkan oleh Gramsci yang lebih menekankan pada kepemimpinan *cultural* ketimbang pada pengaruh koersif dominasi negara.

Pergeseran pusat perhatian ini tentu saja menjauhkan kita dari Marxian tradisional yang memusatkan perhatian pada kehidupan material, gagasan, dan wacana. Seperti dikatakan Wood, “Singkatnya, argumen Laclau dan Mouffe adalah bahwa tak ada hal-hal semacam kepentingan material, namun hanya ide-ide tentang kepentingan material yang disusun secara diskursif”.

Salah satu kekuatan hegemoni adalah bagaimana ia menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan, yang dianggap benar, sementara wacana lain dianggap salah. Media disini secara tidak sengaja dapat menjadi alat bagaimana nilai-nilai atau wacana yang dipandang dominan itu disebarkan dan meresap dalam bentuk khalayak sehingga menjadi konsensus bersama. Sementara nilai atau wacana lain dipandang sebagai penyimpangan.

Disini menggambarkan bagaimana proses hegemoni bekerja. Ia berjalan melalui suatu proses atau cara kerja yang tampak wajar. Dalam

produksi berita, proses itu terjadi melalui cara yang halus, sehingga apa yang terjadi dan diberitakan oleh media tampak sebagai suatu kebenaran, memang begitulah adanya, logis dan bernalar (*common sense*) dan semua orang menganggap itu sebagai suatu yang tidak perlu dipertanyakan (Eriyanto, 2008:105).

Selain itu, kajian media massa pada umumnya terkait dengan aspek budaya, politik dan ekonomi sebagai suatu kesatuan yang saling mempengaruhi. Dari aspek budaya, media massa merupakan institusi sosial pembentuk definisi dan citra realitas sosial, serta ekspresi identitas yang dihayati bersama secara komunal. Begitu juga apabila media massa dilihat dari aspek politik. Media massa memberikan ruang dan arena bagi terjadinya diskusi aneka kepentingan berbagai kelompok sosial yang ada di masyarakat dengan tujuan akhir untuk menciptakan pendapat umum sebagaimana yang diinginkan oleh masing-masing kelompok sosial tersebut. Dari aspek ekonomi, media massa merupakan institusi bisnis yang dibentuk dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan secara material bagi pendirinya.

Sebagian besar teori mengenai efek ideologi atau hegemoni adalah berdasarkan pengamatan terhadap media dan konten, bukan terhadap khalayak atau efek (McQuail, 2011:255). Wartawan sebagai salah satu produser media, memiliki kekuasaan besar dalam memproduksi informasi. Seperti yang dikatakan oleh McQuail, Golding

dan Bens (2005:228), *the second type of power agents with whom journalists most often interact are sources of information. Journalists have more power resources in this relationship. Media and their sources are mutually dependent: media producers impose their format and, in general, the necessity to 'mediatize'; sources try to define content, often successfully, using their monopoly of certain knowledge (or newsworthiness).*

Oleh sebab itu, aplikasi suatu ideologi itu cenderung *inheren* dengan perilaku orang per orang dalam kehidupan rutinnnya (termasuk antara jurnalis dan nara sumbernya), maka setiap anggota komunitas pada sejumlah komunitas yang ada dalam suatu struktur organisasi media, misalnya seperti struktur organisasi redaksi surat kabar, karenanya menjadi berpeluang untuk mempraktikkan ideologinya masing-masing. Terkait dengan teks media, maka praktik ideologi itu diaplikasikan lewat proses interpretasi teks media itu sendiri melalui masing-masing peran individu dalam struktur organisasi redaksi media.

2. Editorial dalam Pandangan Surat Kabar Komersial

Klaim sejarah bagi kebebasan berkomunikasi secara kuat dikaitkan dengan nilai kebenaran dalam satu dan lain hal. Hal yang terpenting dalam komunikasi publik (cetak) di masa-masa awal adalah: kebenaran agama sebagaimana yang dijaga oleh gereja yang mapan; kebenaran agama personal menurut kesadaran individu; kebenaran

ilmiah; kebenaran hukum; dan kebenaran sejarah (kenyataan sosial dan ekonomi), terutama jika hal tersebut mempengaruhi pemerintah dan bisnis (McQuail, 2011:221).

Walaupun makna kebenaran dan nilainya berbeda-beda menurut konteks dan topik yang ada, terdapat kepentingan (terkadang kebutuhan) yang disetujui bersama untuk memiliki akses terhadap 'pengetahuan' (informasi) yang dapat diandalkan dari sumber yang terpercaya yang sesuai dengan realitas pengalaman, dan yang relevan serta berguna dalam berbagai penerapan.

Media komersial yang beroperasi di sistem yang kapitalistik, informasi adalah komoditas yang harus dikemas, didistribusikan, dijual dalam beragam cara dan konteks yang menjamin kelanggengan komersial media dan tak kalah penting atau bahkan lebih penting menjamin kelanggengan sistem ekonomi yang memungkinkan segenap kepentingan dalam jaringan yang melekat pada media sehingga dapat memaksimalkan keuntungan.

Praktik ini tercermin melalui kolom editorial, yang merupakan pandangan redaksi terhadap peristiwa yang sedang menjadi pembicaraan pada saat surat kabar itu diterbitkan. Dalam editorial biasanya diungkapkan adanya informasi atau masalah aktual, penegasan pentingnya masalah, opini redaksi tentang masalah tersebut,

kritik dan saran atas permasalahan, dan harapan redaksi akan peran serta pembaca.

Karena merupakan suara lembaga maka editorial tidak ditulis dengan mencantumkan nama penulisnya, seperti halnya menulis berita atau *features*. Idealnya tajuk rencana adalah pekerjaan, dan hasil dari pemikiran kolektif dari segenap awak media. Jadi proses sebelum penulisan editorial, terlebih dahulu diadakan rapat redaksi yang dihadiri oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana serta segenap jajaran redaktur yang berkompeten, untuk menentukan sikap bersama terhadap suatu permasalahan krusial yang sedang berkembang di masyarakat atau dalam kebijakan pemerintahan.

Spencer dalam bukunya *Editorial Writing* mendefinisikan tajuk rencana sebagai penyajian fakta dan opini yang disusun secara ringkas, logis dan menyenangkan untuk menghibur, mempengaruhi opini atau menginterpretasikan berita penting sedemikian rupa sehingga yang pentingnya itu menjadi jelas bagi rata-rata pembaca (Effendy, 2007:135).

Seorang tokoh pers Amerika yang termasyur ke seluruh dunia, bernama Joseph Pulitzer menaruh perhatian besar terhadap tajuk rencana ini, yakni baginya merupakan ekspresi hati nurani (*conscience*), keberanian dan keyakinan. Meskipun ia tidak pernah mengetengahkan definisi editorial, tetapi dalam penganugerahan "Pulitzer Prize" untuk

editorialwriting, ditetapkan beberapa ketentuan yang dianggap pendapat Pulitzer mengenai editorial. Kriteria tersebut adalah:

- a. *Clearness of style* (jelas dalam gaya);
- b. *Moral purpose* (tujuan yang bermoral);
- c. *Sound reasoning* (pertimbangan yang sehat); dan
- d. *Power to influence public opinion* (daya untuk mempengaruhi opini publik).

Pola baku (*standarpattern*) untuk tajuk rencana adalah:

- a. Judul yang menghimbau pembaca;
- b. Kalimat untuk *lead* yang tidak terlalu panjang; dan
- c. Kalimat pada paragraf terakhir yang menggemakan judul dan *lead* serta mempertegas problema yang dikupas.

Menurut Suroso (2001:45) editorial yang ditampilkan media cetak memuat topik yang tidak lain merupakan gagasan, ulasan atau kritik terhadap suatu persolan yang ada dan berkembang di tengah-tengah masyarakat. Pernyataan fakta dan opini ini biasanya diutarakan secara singkat, logis, menarik ditinjau dari segi penulisan dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat/menerjemahkan berita yang menonjol agar pembaca menjadi menyimak seberapa penting berita tersebut dan akibatnya terhadap masyarakat.

Editorial juga mengisi latar belakang dari kaitan berita tersebut dengan kenyataan sosial dan faktor yang mempengaruhi dengan lebih menyeluruh. Dalam editorialterkadang analisis kondisi yang berfungsi untuk mempersiapkan masyarakat akan kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi, serta meneruskan penilaian moral mengenai berita tersebut.

Surya Paloh dalam Siregar (2002:xii) menjelaskan bahwa terus terang, tegas, dan lugas adalah karakter paling menonjol dari editorial *Media Indonesia*. Dengan tiga karakter ini editorial berharap tidak terjadi multitafsir terhadap maksud dari sebuah kata atau kalimat. Multitafsir membuka ruang terlalu lebar bagi deviasi makna dan pesan. Editorial dengan demikian, boleh disebut sebagai ideologi pembebasan. Manusia Indonesia harus bebas dari rasa takut dan bebas untuk berterus-terang. Editorial *Media Indonesia* dapat dikatakan sebagai penerus rubrik “Selamat Pagi Indonesia” (SPI) dalam harian ekonomi *Prioritas* –sebuah harian di Jakarta yang terbit perdana pada 2 Mei 1987 dan diberangus pemerintah Orde Baru pada 29 Juni 1987.

Pertanyaanya kemudian, bagaimana transformasi bergerak dari SPI di *Prioritas* ke editorial di *Media Indonesia*? Aspek-aspek apakah yang bergeser ketika SPI telah menjelma menjadi editorial?

Urgensi pertanyaan-pertanyaan ini terletak pada proses evolusi dari SPI ke editorial pada era Orde Baru dan evolusi lebih lanjut editorial setelah tumbangnya rezim Orde Baru. Jika selama ini publik pembaca

MediaIndonesia mengenal editorial sebagai sebuah format tajuk rencana yang lugas dan terus-terang namun tak kehilangan estetika penulisan, maka semua itu tak pernah bisa dilepaskan dari proses evolusi yang dimaksud. Sebagai cikal-bakal dari kelugasan dan keterusterangan yang *inheren* dengan editorial *MediaIndonesia* kini, kelugasan dan keterusterangan memasuki empat fase evolusi (Siregar, 2002:4-5).

Fase pertama, kelugasan dan keterusterangan muncul dalam SPI harian *Prioritas* yang tidak secara gamblang dideklarasikan sebagai tajuk rencana. Pada fase kedua, kelugasan dan keterusterangan muncul pada rubrik “Selamat Pagi Republik” (SPR) di harian *MediaIndonesia* pada era Orde Baru. Metode dialogis dalam penulisan SPR sama dengan cara penulisan SPI. Pada fase ketiga, kelugasan dan keterusterangan tajuk rencana *MediaIndonesia* selama era Orde Baru muncul dalam format editorial. Pada fase ini metode penulisan yang bersifat dialogis telah tergantikan oleh model penulisan pada umumnya tajuk rencana. Pada fase keempat, kelugasan dan keterusterangan muncul pada editorial era pasca Orde Baru –yang sudah terbebaskan dari kendala politik dan psikologis. Jika dilihat secara keseluruhan proses evolusi itu, kelugasan dan keterusterangan sengaja dijadikan *icon* realisasi kebebasan berpendapat dalam konteks Indonesia, dengan tajuk rencana sebagai wadah manifestasinya. Dengan demikian berarti, tajuk rencana diarahkan untuk menjalankan peran restorasi tradisi kebebasan berpendapat.

Menurut Siregar (2002:8), editorial yang tampil pada era pasca Orde Baru tak berlebihan untuk diberi predikat sebagai produk intelektual dunia pers Indonesia, hasil olah kesadaran upaya peluruhan terhadap eufemisme bahasa. Sebagai sebuah pilihan, peluruhan ini hendak menjangkau tujuan yang jauh lebih besar berkenaan dengan posisi editorial sebagai tajuk rencana versi *Media Indonesia*, yaitu menjalankan peran kritis guna mengkreasikan lahirnya *civiceducation* tentang *fairness*.

Habibullah menguraikan tentang penulisan editorial *Media Indonesia* dengan memakai model baru yang meliputi rasional, analisis, argumentasi, simpulan/alternatif. Simpulan yang dimaksud adalah, berlandaskan pada pemikiran atas tema pokok atau data dan fakta (rasional), berlandaskan pada uraian terinci tentang duduk perkara sebenarnya (analisis). Berdasarkan penafsiran atas data dan fakta yang mengarah pada simpulan (argumentasi), berlandaskan pada isi pernyataan dengan sikap tegas dan dinyatakan (simpulan tertutup), berlandaskan pada isi pernyataan yang menyerahkan simpulan bagi pembaca (simpulan terbuka). (<http://faisalabduh97.blogspot.com/2012/02/pengertian-tajuk-rencana-atau-editorial.html>).

Purifikasi editorial dari anasir eufemisme ditonjolkan sebagai sebuah persoalan besar yang harus dipecahkan. Bersandar pada kehendak untuk menyediakan wahana bagi berlangsungnya

civiceducation, tak bisa tidak editorial harus “tersucikan” dari anasir eufemisme.

Perkembangan selanjutnya, credo pembebasan diri dari kungkungan eufemisme membawa implikasi yang sangat besar terhadap strategi kemunculan editorial dalam rubrikasi harian *Media Indonesia*. Mengapa tampil di halaman depan dan diberi nama “editorial” serta bukan “tajuk” atau “tajuk rencana”, seluruhnya terkait dengan credo pembebasan diri dari eufemisme itu.

Dengan nama yang *dispensable* dan selalu muncul di halaman depan, timbul *greget* yang besar di kalangan redaksi untuk menjadikan editorial sebagai ajang tampilnya interpretasi mendalam terhadap peristiwa dan isu yang tengah berkembang. Dalam posisinya di halaman depan itu, editorial berada di “etalase”, untuk menyodorkan kepada publik pilihan-pilihan logis yang dikemukakan secara lugas tanpa multi tafsir.

Kini, kristalisasi editorial *Media Indonesia* sebagai wahana pendidikan politik memosisikan pembahasan demi pembahasan dalam satu kesatuan spektrum, dari sejak akuntabilitas sektor publik hingga pada terbangunnya toleransi sosial. Upaya membangun keIndonesiaan baru yang modern dan demokratis, dalam konteks editorial *Media Indonesia*, ditempatkan sebagai rangkaian panjang menyongsong

terbentuknya masyarakat madani. Tema-tema yang diangkat tak mungkin lagi dipersepsi secara sempit semata sebagai entitas kecil yang berdiri sendiri. Konstruksi editorial itu kemudian dikemas dengan gaya bahasa lugas, tegas tak berbelit serta bersih dari kalimat-kalimat yang multitafsir. Dengan demikian berarti, editorial berupaya membangun perspektif politik akal sehat dengan berpihak pada logika substansial (Siregar, 2002:17-20).

Para penulis editorial adalah pelaksana, eksekutor, atas tema-tema yang digariskan dengan penyikapan yang jelas. Kenyataan ini merupakan cermin, betapa dalam proses penulisannya ada aksentuasi demokrasi yang tak memungkinkan editorial semata disusun sebagai ekstensi atau perluasan dari pendapat pribadi penulisannya.

Menurut Siregar (2002:279), integrasi sikap penulis editorial ke dalam sikap institusi mempersyaratkan terbentuknya struktur kesadaran akan demokrasi. Kenyataan ini menjadi semakin penting apabila dikaitkan dengan *setting* editorial yang harus tampil di halaman depan *Media Indonesia*. Hanya dengan struktur kesadaran demokrasi, editorial ditulis dengan suatu pertanggungjawaban moral untuk berpihak pada akal sehat.

Sudah cukup jelas bahwa dalam kenyataannya, organisasi media (terutama media yang bertujuan membentuk pendapat dan memberi informasi) memang berupaya untuk memainkan peran tertentu dalam masyarakat. Sifat dasar peran tersebut memberi kemungkinan adanya

sejumlah penafsiran yang saling berbeda. Beberapa tipe publikasi tertentu, terutama surat kabar bergengsi atau surat kabar elit telah berupaya dengan sengaja merebut pengaruh melalui pemantapan kualitas informasi atau otoritas pandangannya (McQuail,1987:145).

Pandangan dasar koran atau media apapun memang penting untuk memiliki semacam falsafah atau hal-hal fundamental yang membuat sebuah lembaga media berdiri. Jika hanya kebutuhan komersial, lembaga media memang bisa menjadi kaya tetapi tidak memberikan “daya pikat” yang kuat untuk sebuah bangsa secara keseluruhan. Media komersial hanya akan memperkaya para pemilik media secara materi tetapi mungkin tidak akan “memperkaya” khasanah kebudayaan bangsa.

3. Teori Kritis Media

Teoritisi Mazhab Frankfurt (dulu dinamakan *Institute for Social Research*) dibangun pada tahun 1923, mengembangkan satu versi penting Neo-Marxisme yang disebut Teori Kritis. Theodora Adorno, Herbert Marcuse, Max Horkheimer serta mahasiswa Adorno dan Horkheimer, Jurgen Habermas.Membuat revisi canggih atas teori asli Marx, yaitu melalui rekonstruksi filosofis dan psikoanalisis Marxisme (Agger, 2003:158).

Menurut Adian (2006:45) Secara garis besar perkembangan aliran Frankfrut dibagi menjadi empat periode:

- a. 1923-1933, formasi awal Mahzab Frankfrut, dimulai dari studi-studi yang dilakukan masih berkarakter empiristik. Sekolah dipimpin oleh seorang ekonom sekaligus sejarawan, Carl Gurenberg.
- b. 1933-1950, periode pengasingan di Amerika Serikat, di bawah pimpinan Horkhaimer sekolah berorientasi pada teori kritis Neohegelian.
- c. 1950-1970, para filsuf Frankfrut kembali dari pengasingan dan banyak berpengaruh pada wacana pemikiran di Jerman. Pada periode ini pengaruh aliran Frankfrut memunculkan gerakan *New Left* yang dijalankan oleh para mahasiswa radikal.
- d. 1970-sekarang, pengaruh aliran Frankfrut mulai menurun, terutama setelah keretakan mereka dengan para mahasiswa yang menginginkan perubahan radikal dan total. Kebuntuan intelektual yang disebabkan oleh dominasi sistem yang amat total juga menyebabkan penurunan tersebut. Kebuntuan tersebut kemudian dicoba dipecahkan oleh Jurgen Habermas, yang dikenal sebagai generasi kedua aliran Frankfrut.

Menurut Nurudin (2007:199-200), teori media kritis yang akhirnya berasal dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis disebut dengan *emancipator science* (cabang ilmu sosial yang berjuang

untuk mendobrak *status quo* dan membebaskan manusia, khususnya rakyat miskin dan kecil dari *status quo* dan struktur sistem yang menindas).

Beberapa teori studi budaya (*cultural studies*) dan ekonomi politik juga bisa dikaitkan dengan teori kritis. Sebab, teori-teori itu secara terbuka menekankan perlunya evaluasi dan kritik terhadap *status quo*. Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. Sekedar contoh, beberapa penganjur teori kritis mengatakan bahwa media secara umum mengukuhkan *status quo*.

Menurut Littlejohn (2011:68-69), meskipun terdapat banyak keragaman tradisi kritik, semuanya sama-sama memiliki tiga keistimewaan pokok. Pertama, tradisi kritik mencoba memahami sistem yang sudah dianggap benar, struktur kekuatan, dan keyakinan—atau ideologi—yang mendominasi masyarakat, dengan pandangan tertentu di mana minat-minat disajikan oleh struktur-struktur kekuatan tersebut. Pertanyaan seperti siapa yang boleh dan yang tidak boleh berbicara, apa yang boleh dan tidak boleh dikatakan, siapa yang mengambil keuntungan dari sistem-sistem tertentu, biasa ditanyakan oleh para ahli teori kritik.

Kedua, para ahli teori kritik pada umumnya tertarik dengan membuka kondisi-kondisi sosial yang menindas dan rangkaian kekuatan untuk mempromosikan emansipasi atau masyarakat yang lebih bebas

dan lebih berkecukupan. Memahami penindasan dalam menghapus ilusi-ilusi ideologi dan bertindak mengatasi kekuatan-kekuatan yang menindas.

Teori kritik yang ketiga, menciptakan kesadaran untuk menggabungkan teori dan tindakan. Teori-teori tersebut bersifat normatif dan bertindak untuk mendapatkan atau mencapai perubahan dalam kondisi-kondisi yang mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu, teori-teori kritik sering kali menggabungkan diri dengan minat-minat dari kelompok yang terpinggirkan.

Dalam kajian komunikasi, para ahli kritik umumnya tertarik dengan bagaimana pesan memperkuat penekanan dalam masyarakat. Meskipun para ahli kritik tertarik pada tindakan sosial, mereka juga fokus pada wacana dan teks-teks yang mempromosikan ideologi-ideologi tertentu, membentuk dan mempertahankan kekuatan, meruntuhkan minat-minat kelompok atau kelas tertentu. Menurut van Dijk dalam Littlejohn (2011:69), analisis wacana kritis memperhatikan fitur-fitur aktual dalam teks yang memunculkan rangkaian penekanan tersebut, tanpa memisahkan komunikasi dari faktor lain pada keseluruhan sistem kekuatan yang bersifat dominan.

Menurut McQuail, seperti yang diungkapkan dalam Littlejohn (2011: 432-433), ada lima cabang utama teori kritis media. Pertama, adalah Marxisme klasik. Di sini, media dipandang sebagai alat bantu dari kelas yang dominan dan sebuah cara untuk para kapitalis menunjukkan

ketertarikan mereka dalam menghasilkan keuntungan. Media menyebarkan ideologi dari golongan yang berkuasa dalam masyarakat dan dengan demikian menindas golongan-golongan tertentu.

Cabang yang kedua adalah teori media ekonomi politik (*political economic media theory*), yang seperti Marxisme klasik, menyalahkan kepemilikan media bagi keburukan masyarakat. Dalam pemikiran ini, isi media merupakan komoditas untuk dijual dipasaran, dan informasi yang disebarkan diatur oleh apa yang akan diambil oleh pasar. Sistem ini merujuk pada operasi yang konservatif dan tidak berbahaya, menjadikan jenis program tertentu dan saluran media tertentu dominan dan yang lain terpinggirkan.

Cabang teoritis yang ketiga adalah *Frankfurt School*. Teori ini, yang memandang media sebagai cara untuk membangun budaya, menempatkan lebih banyak penekanan pada pemikiran ketimbang pada materi. Dalam cara pikir ini, media menghasilkan dominasi ideologi golongan atas. Hal ini didapatkan dengan manipulasi media terhadap gambaran dan simbol untuk keuntungan golongan yang dominan.

Cabang yang keempat adalah teori hegemonis (*Hegemonic Theory*). Hegemoni merupakan dominasi ideologi palsu atau cara pikir terhadap kondisi sebenarnya. Ideologi tidak disebabkan oleh sistem ekonomi saja, tetapi ditanamkan secara mendalam pada semua kegiatan masyarakat. Jadi, ideologi tidak dipaksakan oleh salah satu kelompok

kepada yang lain, tetapi bersifat persuasif dan tidak sadar. Ideologi yang dominan menghidupkan minat golongan tertentu atas golongan lain, dan media jelas-jelas memainkan peran yang besar dalam proses ini.

Keempat cabang yang pertama—Marxisme klasik, ekonomi politik, Frankfurt, dan hegemonis—adalah pendekatan yang berbeda terhadap media dalam tradisi teori kritis. Tradisi kritis mengambil arah yang sedikit berbeda dengan pendekatan McQuail yang kelima—penelitian budaya. Sangat bergantung pada semiotik, para peneliti tertarik pada pemaknaan budaya tentang hasil-hasil media; mereka melihat pada cara-cara isi media ditafsirkan, termasuk penafsiran yang dominan dan oposisional.

Salah satu perhatian aliran kritis pada tingkat kultural seperti apa yang dikatakan Ritzer & Goodman (2003:183) adalah apa yang disebut Habermas sebagai legitimasi. Ini dapat didefinisikan sebagai sistem ide yang dihasilkan oleh sistem politik, dan secara teoritis, oleh sistem lainnya, untuk mendukung eksistensi sistem. Mereka didesain untuk “memistifikasi” sistem politik, mengaburkan apa yang sesungguhnya terjadi.

Tradisi kritis dalam penelitian media, sekarang sebuah pendekatan yang dominan dalam ilmu pengetahuan, sangat dipengaruhi oleh tradisi sibernatika, sosiokultural, dan semiotik. Pengaruh tradisi sibernatika sangat jelas dari keyakinan umum dalam penelitian kritis bahwa dominasi dihasilkan kembali, atau “diartikulasikan” oleh banyak kekuatan yang

berinteraksi dari berbagai institusi masyarakat yang luas. Pada saat yang sama, teori kritis cenderung menolak teori sistem yang sama karena teori tersebut menggunakan pendekatan “objektif” dan deskriptif serta gagal dalam menangkap realitas sosial yang sebenarnya diciptakan melalui interaksi sistem (Littlejohn, 2011: 435).

Tradisi sosiokultural telah mempengaruhi pendekatan kritis karena penekanannya pada penafsiran dan interaksi sosial sebagai proses-proses di mana beragam susunan dan makna dihasilkan. Teori-teori sosiokultural juga menekankan wacana, sebuah elemen penting dari penelitian yang paling kritis tentang media. Menurut Agger (2003:66), perbedaan fundamental antara teori interpretatif dan teori sosial kritis adalah bahwa teoritis interpretatif tidak pernah menyebarkan konsep kesadaran palsu, yang merupakan bagian bagi Marxisme dan kebanyakan teori sosial kritis. Teoritis interpretatif menganggap bahwa semua narasi memiliki nilai kebenaran sehingga mereka mewakili upaya manusia untuk menjelaskan dan melogiskan hidup mereka sendiri. Dalam bagian ini, teoritis sosial kritis berpendapat bahwa ini semua menimbulkan relativisme yang tak terpecahkan. Di samping itu, hal ini mencegah teoritis interpretatif untuk terlibat dengan ideologi dan hegemoni yang membangun kesadaran dan menciptakan stabilitas politik.

Menurut Nurudin (2007:200), teori kritis sering menyediakan penjelasan yang kompleks pada kecenderungan media untuk secara konsisten mengerjakan itu. Sebagai contoh, beberapa penganjur teori kritis mengidentifikasi ketidakbebasan para praktisi media yang mengatasi kemampuannya untuk melawan kekuasaan yang mapan. Mereka menilai bahwa ada beberapa dorongan untuk menyokong para profesionalis media untuk menanggulangi ketidakbebasan itu dan para praktisi media secara terus-menerus gagal untuk menjawabnya.

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. Eriyanto (2008:18) menjelaskan bahwa dalam khasanah studi analisis tekstual, analisis wacana masuk dalam paradigma penelitian kritis, suatu paradigma berpikir yang melihat pesan sebagai pertarungan kekuasaan. Kuasa adalah aspek yang inheren dalam teks berita: untuk mendefinisikan dan merepresentasikan sesuatu, bahkan memarjinalkan sesuatu (gagasan, kelompok, atau seseorang). Sehingga teks berita dipandang sebagai bentuk dominasi dan hegemoni satu kelompok kepada kelompok yang lain.

Paradigma kritis mempunyai pandangan tersendiri terhadap berita, yang bersumber pada bagaimana berita tersebut diproduksi dan bagaimana kedudukan wartawan dan media bersangkutan dalam

keseluruhan proses produksi berita. Pradigma kritis mempertanyakan posisi wartawan dan media dalam keseluruhan struktur sosial dan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat.

Menurut Fairclough & Wodak dalam Titscher (2009:44), *Critical Discourse Analysis (CDA)* memandang wacana—bahasa yang digunakan dalam tuturan dan tulisan—sebagai bentuk praktik sosial. Dengan menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyiratkan adanya hubungan dialektik antara sebuah peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang mewadahnya. Dengan kata lain, wacana ditetapkan dan juga dikondisikan secara sosial. Aspek-aspek sosial tersebut meliputi situasi, objek pengetahuan dan identitas sosial, serta hubungan antara orang-orang dan berbagai kelompok orang. Hal tersebut sangat penting dalam pengertian bisa membantu dalam mempertahankan dan mereproduksi *status quo* sosial dan juga dalam pengertian memberi kontribusi pada transformasi *status quo* sosial tersebut.

Di sini diberikan penekanan kepada gagasan tentang wacana sebagai bagian yang sangat penting dalam realita. Selain itu, tampak jelas bahwa permasalahan kekuasaan dan ideologi sangat erat kaitannya dalam wacana, oleh karena wacana secara sosial dapat menimbulkan dampak yang sangat besar, maka hal tersebut juga memunculkan isu penting mengenai kekuasaan.

Praktik-praktik diskursif memiliki efek ideologis yang sangat besar yaitu, bisa membantu dalam menghasilkan dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak setara—melalui cara-cara yang dipakainya dalam merepresentasikan berbagai hal dan memosisikan orang—hal semacam ini memperkenalkan konsepsi wacana dalam *Critical Discourse Analysis (CDA)*.

Dengan mengambil posisi sebagai paradigma kritis, menurut Eriyanto (2008:19), teori-teori mengenai wacana yang diambil tentu saja bukan dari lingkungan linguistik, tetapi pengertian wacana yang diperkenalkan oleh Michel Foucault dan Althusser. Sumbangan terbesar Foucault terutama adalah mengenalkan wacana sebagai praktik sosial. Wacana berperan dalam mengontrol, menormalkan, dan mendisiplinkan individu. Sementara dalam konsepsi Althusser, wacana berperan dalam mendefinisikan individu dan memosisikan seseorang dalam posisi tertentu.

Wacana tertentu membentuk subjek dalam posisi-posisi tertentu dalam rangkaian hubungan dengan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat. Pemikiran dari Madzhab Frankfurt terutama berperan besar dalam membentuk pola pikir dan pandangan bagaimana media dan teks berita seharusnya dilihat.

4. Memahami Bias Media

Pada dasarnya bias berita terjadi karena media massa tidak berada di ruang vakum. Media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam (Sobur, 2002:29). Sedangkan menurut Burton (2011:181-182), gagasan mengenai berita yang tidak bias, berimbang, dan imparial (tidak berpihak) adalah bagian dari ideologi media. Bias bukanlah hal yang mengherankan—bias merupakan sebuah fenomena budaya. Budaya cenderung melihat dunia dari sudut pandangnya: budaya disosialisasikan ke dalam perangkat nilainya, ideologinya. Jadi, bias dalam berita pada praktiknya juga berkenaan dengan cara di mana bentuk ideologi dominan dipahami dalam lautan pelaporan berita.

Memperhatikan pendapat ahli di atas, jelas bahwa suatu media massa berada pada posisi antara kenyataan yang ada di dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian, berita terjadi karena adanya berbagai kepentingan, konflik, fakta yang utuh dan beragam. Oleh sebab itu, media massa tidak berada pada suatu ruang yang kosong dan hampa.

Althusser dalam Zasrow dalam Sobur (2002:30) mengungkapkan bahwa media, dalam hubungannya dengan kekuasaannya, menempati posisi strategis, terutama karena 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.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa media massa dari kekuasaan berada pada posisi yang menguntungkan terutama media massa mempunyai kemampuan sebagai sarana legitimasi. Disamping itu, media massa memiliki peran yang sama seperti lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni, dan kebudayaan yang merupakan bagian dari alat kekuasaan negara. Ia bekerja secara ideologis untuk membangun kepatuhan.

Gramsci dalam Zastrow dalam Sobur (2002:30) mengungkapkan bahwa media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Di satu sisi, media menjadi sarana penyebaran ideologi penguasaan, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Di sisi lain, media juga 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.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa Antonio berpendapat beda dengan Althusser. Ia mengatakan bahwa media merupakan tempat di mana berbagai keyakinan digambarkan di satu sisi, media berfungsi sebagai sarana penyebaran ideologi penguasaan, alat

legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga bisa menjadi alat untuk membangun budaya dan ideologi yang sangat berpengaruh bagi kepentingan kelas yang berkuasa. Sekaligus menjadi alat perjuangan bagi kaum yang tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.

Meskipun pendapat mereka berbeda, namun keduanya terdapat kesepakatan bahwa media massa merupakan sesuatu yang netral dan seimbang dengan berbagai kepentingan yang ada dalam media massa. Tidak hanya ideologi, akan tetapi media massa memiliki kepentingan lain untuk disampaikan. Misalnya kepentingan kapitalisme pemilik modal, demonstrasi buruh, dan lain sebagainya. Ini berarti, bahwa media massa tidak mungkin selalu berdiri di tengah-tengah, akan tetapi dia akan bergerak, bergeser sesuai dengan hal-hal yang baru atau yang sedang bermain. Oleh sebab itu, berita di media massa sulit untuk dihindari.

Seperti yang dikatakan West & Turner (2008:327), ketika budaya organisasi mengomunikasikan performa politis (*political performance*), budaya ini sedang menjalankan kekuasaan atau kontrol. Walaupun demikian, karena banyak organisasi bersifat hirarkis: Harus ada seseorang dengan kekuasaan untuk mencapai segala sesuatu dan memiliki cukup kontrol untuk mempertahankan dasar-dasar yang ada. Ketika anggota organisasi terlibat dalam performa politis, mereka mengomunikasikan keinginan untuk mempengaruhi orang lain.

Koheren dengan pendapat di atas, Harold Innis dalam West & Turner (2008:140) berpendapat bahwa teknologi memiliki kekuatan untuk membentuk masyarakat kemudian mendefinisikannya sebagai bias komunikasi (*bias communication*). Bagi Innis, orang menggunakan media untuk memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi, dan karenanya, mengubah susunan sosial dari sebuah masyarakat. Innis mengklaim bahwa media komunikasi memiliki bias yang terdapat di dalam diri mereka untuk mengendalikan aliran ide di dalam sebuah masyarakat.

Dengan demikian, media massa merupakan alat untuk menyampaikan informasi atau gambaran umum tentang banyak hal. Media massa mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai lembaga yang dapat mempengaruhi publik. Ini memungkinkan media massa memiliki kepribadian yang ganda. Pertama, media bisa memberikan pengaruh positif kepada publik. Kedua, media massa dapat memberikan pengaruh yang negatif. Bahkan, media yang memiliki peranan sebagai alat untuk menyampaikan informasi dipandang sebagai faktor yang paling menentukan dalam proses perubahan sosial-budaya dan politik.

B. Teori yang Mendukung

1. *Grounded Theory*

Salah satu akar *Grounded Theory* (selanjutnya disingkat GT) adalah pragmatisme Amerika, dan terutama karya John Dewey, “termasuk pada penekanannya pada tindakan dan situasi yang

problematis, dan keharusannya untuk menganggap metode dalam konteks pemecahan masalah”, yang dikutip Strauss dalam Titscher (2009:122-125).

GT memiliki sejumlah asumsi dasar yang sama dengan interaksionisme simbolik tentang komunikasi dan interaksi: George H. Mead yang seperti juga Dewey, mengajar di Chicago, telah membawa komponen-komponen proses interaksi yang subjektif dan terkait bahasa pada perhatian teori sosiologi. Kendati prosedur GT sama-sama bisa diterapkan pada data-data nontekstual, nilai penting yang utama ditujukan pada teks sebagai bahan data dalam bentuk transkrip wawancara, catatan pengamat, buku, artikel surat kabar, dan sebagainya. Dengan demikian, penerapan paling pas untuk GT mungkin adalah analisis teks.

Grounded Theory merupakan teori yang secara induktif diambil dari kajian terhadap fenomena yang diwakilinya. Dengan kata lain, *Grounded Theory* ditemukan, dikembangkan, dan untuk sementara waktu diverifikasi melalui pengumpulan data yang sistematis dan analisis data-data yang berhubungan dengan fenomena tersebut. Oleh sebab itu, pengumpulan data, analisis, dan teori memiliki saling keterhubungan antara satu sama lain.

2. Teori Ekologi Media

Teori Ekologi Media dikenal karena slogan: medium adalah pesan (*medium is the message*), mengutip pendapat McLuhan dalam West & Turner (2008:145). Frase tersebut merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita.

Pengaruh teknologi komunikasi/media merupakan ide di balik teori Ekologi Media. Menurut Ricard West dan Lynn H. Turner (2008:140-141), terdapat tiga asumsi utama teori ini. Pertama, media melingkupi setiap tindakan dalam kehidupan masyarakat. Kedua, media memperbaiki persepsi dan mengorganisir pengalaman kita. Ketiga, media menyatukan seluruh dunia.

Menurut asumsi pertama teori Ekologi Media, manusia tidak dapat melarikan diri dari media: media melingkupi seluruh keberadaan kita. Kita tidak dapat menghindai atau melarikan diri dari media, terutama jika kita menganut interpretasi McLuhan yang luas mengenai apa yang menyusun sebuah media. Dalam perspektif McLuhan, media tidak dilihat dalam

konsep yang sempit, seperti surat kabar/majalah, radio, televisi, film, atau internet. Dalam konsep yang luas, McLuhan melihat medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia. Termasuk jam dinding, angka, uang, jalan, bahkan permainan adalah medium.

Asumsi kedua teori Ekologi Media melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan kita atas dunia. Oleh karena itu --menurut asumsi ketiga teori ini menyebutkan-- media mampu menyatukan seluruh dunia. Pertistiwa atau hal yang dilakukan di belahan dunia lain, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Akibat dari hal tersebut, McLuhan menyebut, manusia kemudian hidup di sebuah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar.

3. Politik Ekonomi Media

Mengutip pendapat Mosco (2009:127-128) dalam bukunya *The Political Economy of Communication*, mengidentifikasi tiga proses yang membentuk titik awal utama untuk penelitian ekonomi politik, sehingga membimbing kita tentang bagaimana menerapkan ekonomi politik ke dunia komunikasi:

- a. *Commodification is the process of transforming things valued for their use into marketable products that are valued for what they can bring in exchange. A good example is the process of turning a story that friends enjoy into a film or novel to be sold in the marketplace. How does the human act of communication become a product produced for a profit?*
- b. *Spatialization is the process by which mass media and communication technology overcome the constraints of geographical space.*
- c. *The third key concept is structuration or the process of creating social relations, mainly those organized around social class, gender, and race.*

Ekonomi politik media yang diungkapkan Mosco adalah studi tentang hubungan sosial khususnya hubungan kekuasaan yang saling menguntungkan antara sumber-sumber produksi, distribusi, dan konsumsi. Komodifikasi yaitu proses pengambilan barang/jasa yang bernilai dalam pemakaiannya, dan mengubahnya dengan komoditas yang bernilai pada apa yang dapat dihasilkan pasar. Spasialisasi yaitu proses untuk mengatasi perbedaan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial berupa proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media. Sedangkan strukturasi yaitu menyeragamkan ideologi secara terstruktur dengan menyatukan gagasan dan agensi proses dan praktek sosial ke dalam analisis struktural.

Kajian ekonomi politik media berangkat dari konsep atau pengertian yang membedakan pengertian ekonomi politik menjadi dua macam, pengertian sempit dan pengertian luas. Mosco melihat bahwa dalam pengertian yang luas, kajian ekonomi politik media berarti kajian mengenai kontrol dan pertahanan kehidupan sosial. Artinya kontrol dipahami sebagai pengaturan individu dan anggota kelompok secara internal di mana agar bisa bertahan mereka harus mereproduksi diri mereka sendiri. Proses kontrol ini secara luas bersifat politik karena dalam proses tersebut melibatkan pengorganisasian sosial hubungan-hubungan dalam sebuah komunitas. Pengertian sempit dari kajian ini adalah berarti kajian relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya. Dalam sumber daya ini termasuk di dalamnya produk-produk komunikasi semacam surat kabar, buku, video, film dan khalayak.

Perspektif ekonomi politik melihat bahwa media tidak lepas dari kepentingan baik kepentingan pemilik modal, negara atau kelompok lainnya. Dengan kata lain, media menjadi alat dominasi dan hegemoni masyarakat. Proses dominasi ini menunjukkan adanya penyebaran dan aktivitas komunikasi massa yang sangat dipengaruhi oleh struktur ekonomi politik masyarakat yang bersangkutan. Implikasi logisnya adalah realitas yang dihasilkan oleh media bersifat bias dan terdistorsi. (<http://indiwan.blogspot.com/2010/05/kajian-ekonomi-politik-media.html>)

Hubungan antara jurnalis, kepentingan modal dan perubahan sosial menurut Hidayat (2000;431) bahwa teks isi media beserta tindakan jurnalis dalam memproduksi tidak terlepas dari konteks proses-proses sosial memproduksi dan mengonsumsi teks, baik pada jenjang organisasi, industry dan masyarakat.

C. Hasil Penelitian yang Relevan

Kenapa satu peristiwa diberitakan sementara peristiwa yang lain diabaikan? Kenapa sisi tertentu dari sebuah peristiwa dibicarakan sementara sisi yang lain sama sekali tidak dibahas? Semua pertanyaan itu mengarah kepada pentingnya melihat wacana yang dikembangkan dalam media massa.

Analisis wacana kritis merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkap rahasia dibalik sebuah perbedaan bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Inilah sesungguhnya sebuah realitas politik, bagaimana media membangun, menyuguhkan, mempertahankan, dan mereproduksi, suatu peristiwa kepada pembacanya.

Beberapa hasil penelitian yang relevan berkaitan dengan ideologi dan hegemoni dalam media massa melalui wacana terhadap teks yaitu:

1. Strategi Kehadiran Diri melalui Kata Ganti dalam Editorial *Media Indonesia* (Ramlah Mappau, 2010). Penelitian ini mencoba

mengungkapkan ideologi dan kekuasaan dalam penggunaan kata ganti dan bagaimana pembaca dan kelompok tertentu diposisikan dalam wacana.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data tulisan ini adalah data tertulis berupa teks-teks bahasa tulis yang diambil dari surat kabar *MediaIndonesia*, kolom editorial khususnya mengulas masalah perpolitikan di Indonesia yang terbit pada tahun 2008.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kata ganti yang digunakan dalam editorial *MediaIndonesia*, dapat meliputi kata ganti kita, mereka, dan kata ganti tertentu. Kata ganti tersebut secara implisit mengandung ideologi pamarjinalan dan penciptaan jarak sosial antara penulis dan pembaca dalam wacana; dan kekuasaan dalam pemosisian lawan tutur dan pemaksaan lawan tutur dalam menyamakan pandangan atau presepsi. Kata ganti dalam editorial *MediaIndonesia* tidak hanya berfungsi menggantikan orang atau benda, tetapi lebih dari itu, yaitu menunjukkan otoritas penulis teks dan pemosisian lawan tutur di dalam teks secara implisit. Dengan kata lain, kata ganti yang digunakan dalam editorial *MediaIndonesia*, yaitu *kita*, *mereka*, dan kata ganti tertentu mengandung ideologi dan kekuasaan tertentu.

2. Diskursus Kerusakan Sosial dalam Media Indonesia Studi Kekuasaan di Balik Sajian Berita Surat Kabar (Udi Rusadi, 2002). Studi ini berangkat dari kajian teoritis yang melihat terbatasnya studi kritikal di bidang komunikasi massa di Indonesia. Sementara itu fenomena empiris menunjukkan terjadinya transisi dari tatanan pemerintahan yang didominasi satu kekuasaan menuju tatanan yang demokratis dan di bidang ekonomi praktek kapitalisme menunjukkan perkembangan yang banyak mempengaruhi karakteristik media massa.

Perspektif yang digunakan dalam menjawab permasalahan tersebut ialah kritikal pasca strukturalis dengan menggunakan metodologi analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*). Media yang diteliti ialah *Kompas*, *Media Indonesia*, dan *Republika*, dengan kasus kerusakan social meliputi kerusakan Tasikmalaya, Semanggi II, Cibadak Mall dan Glodok Plaza, tawuran antarwarga dan antarpelajar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peristiwa nyata kerusakan secara tekstual di surat kabar dikembangkan menjadi produksi imaji pertarungan antara kekuasaan mayoritas dengan minoritas pemeluk agama, kekuasaan yang melegitimasi dengan delegitimasi rezim, elit penguasa dengan massa, kekuasaan ekonomi lemah dengan kuat, kekuasaan sipil dan militer.

Hubungan kekuasaan tersebut diakumulasi dengan memberikan nilai tambah terhadap makna yang dikandungnya sehingga media memiliki daya jual yang tinggi.

D. Kerangka Pemikiran

Masyarakat atau komunitas dengan ideologi berbeda akan menjelaskan dan meletakkan peristiwa yang sama ke dalam interpretasi yang berbeda, karena ideologi menempatkan bagaimana nilai-nilai bersama yang dipahami dan diyakini secara bersama-sama dipakai untuk menjelaskan berbagai realitas yang hadir setiap hari.

Sebuah editorial dengan tema kesejahteraan sosial misalnya, dibingkai sebagai sebuah permasalahan politik. Perubahan itu bukan ditentukan atau diakibatkan oleh perubahan realitas atau peristiwa, melainkan perubahan dari abstraksi pikiran yang menentukan bagaimana realitas hendak dipahami. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Berdasarkan pilihan tema, logika dan kerangka berpikir, konstruksi editorial *Media Indonesia* tunduk pada imperatif-imperatif tertentu, yaitu para penulisnya menyesuaikan diri dengan sikap *Media Indonesia* sebagai institusi.

Karena yang menjadi sampel penelitian adalah editorial yang bertemakan politik berdasarkan konstruksi editorial *MediaIndonesia*, maka beberapa indikator yang dijadikan sebagai ukuran yang menunjukkan sebuah editorial berada dalam bingkai politik, yaitu :

1. Komunikator politik. Dan Nimmo (1978) dalam bukunya *Political Communication and Publik Opinion in Amerika* mengungkapkan bahwa *the politicians as political communicator* (politisi adalah komunikator politik), selanjutnya Nimmom menyebutkan bahwa politikus adalah para pejabat pemerintah (eksekutif, legislatif dan yudikatif).
2. Kegiatan politik, seperti partisipasi politik, koalisi partai politik, kampanye politik, persuasi politik, Pemilu Kada;
3. Popularitas/pencitraan komunikator politik;
4. Pengelolaan negara yaitu kemampuan dari institusi negara dalam mengambil kebijakan.

Perangkat yang menandakan suatu wacana dari editorial secara struktural dapat diamati dari pilihan kata dengan mengungkapkan pandangan atas sebuah peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat dengan menekankan arti tertentu dari sebuah teks dengan membuat sebuah pernyataan, opini, dengan mengisahkan atau menceritakan peristiwa, dan menyusun fakta ke dalam bentuk berita umum.

Kutipan pernyataan dan penyebutan nama dari elit atau tokoh juga mengarahkan hendak ke mana peristiwa dijelaskan. Apakah dia seorang praktisi politik, orang yang mempunyai otoritas tertentu atau pejabat yang berwenang, akan membawa pada kategorisasi tertentu yang menyebabkan khalayak secara tidak sadar bahwa alam pikirannya dan kesadarannya telah didikte dalam sudut pandang atau perspektif tertentu, pola pikir tertentu sehingga tidak berpikir pada dimensi lain.

Ideologi dan Hegemoni Media Cetak melalui Editorial pada Harian *Media Indonesia*

