

JEBAKAN MIMETISME PADA PEMBERITAAN SEPUTAR ISU TERORISME PADA PROGRAM BERITA “GLOBAL SIANG” DI GLOBAL TV

LAKSMI RACHMARIA

laksmi.ozil@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur, Jakarta

ABSTRACT

As one TV commercial in Indonesia, the news editor of “Global Siang” tries to face competition in the television industry in the form of commodification of news programs. Briefly commodification is the process of changing the value of a product, where the value is determined by how much usefulness in individual or social in the form of products sold in the market. News about terrorism is one of the issues that are sold by editors of “Global Siang”. Global Siang’s Editors believes that there is a price on the news. The methodology used in this study used a qualitative approach. The result in this research is Global Siang do commodification intrinsic to reporting about terrorism in a way that is dramatic appearance with illustrations stressful to play the emotions of audiences to his business.

Keywords: News, Terrorism, Commodification

ABSTRAK

Sebagai salah satu TV Komersial di Indonesia, redaksi berita Global Siang mencoba untuk menghadapi persaingan di Industri televisi dalam bentuk komodifikasi program berita. Komodifikasi secara singkat merupakan proses perubahan nilai guna (use value) sebuah produk, dimana nilainya tersebut ditentukan oleh seberapa besar kegunaannya dalam memenuhi individu atau sosial dalam bentuk produk-produk yang laku di pasar. Berita tentang terorisme merupakan salah satu isu yang dijual oleh redaksi Global Siang. Redaksi Global siang berkeyakinan bahwa ada harga pada berita. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian Global Siang melakukan komodifikasi intrinsik pada peliputan seputar terorisme dengan cara tampilan yang dramatik disertai ilustrasi yang menegangkan untuk memainkan emosi pemirsanya untuk kepentingan bisnisnya.

Kata kunci: berita, terorisme, komodifikasi

PENDAHULUAN

Pasca peledakan Menara WTC di New York 2001 lalu, berita-berita seputar terorisme menjadi salah satu perhatian utama media massa.

Dalam kaca mata ilmu jurnalistik, berita-berita seputar terorisme memang memiliki nilai berita yang tinggi diantaranya aktual, *magnitude*, konflik, *human interest*, *impact*, *information*, dll.

“Media Massa adalah kelas yang mengatur” (Sudibyo, 2004:1). Media massa tidak lagi sekadar medium lalu-lintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam suatu masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi politik dominan.

Antusiasme masyarakat dalam mengikuti perkembangan berita seputar terorisme membuat program berita menjadi sebuah **komoditas**.

Tak hanya terjadi di luar negeri, peristiwa peledakan bom yang terjadi di Bali pada tanggal 12 Oktober 2002 sangat mengejutkan banyak pihak. Citra Bali yang selama ini dikenal sebagai tempat yang aman dan nyaman bahkan mendapat julukan sebagai *paradise land*

(tanah surga) berubah menjadi daerah yang mengerikan dan menakutkan.

Pertengahan Juli 2009 peledakan bom kembali terjadi di tanah air. Sebuah bom meledak di hotel JW Marriott dan Ritz-Carlton, Jakarta. Selama lima hari, terhitung mulai 17 hingga 22 Juli 2009 sebanyak 314.000 orang berusia 5 tahun ke atas di 10 kota survei menonton program berita setiap harinya. Jumlah ini lebih tinggi 26 % daripada hari-hari sebelum terjadinya pengeboman. Di hari terjadinya pengeboman, jumlah penonton meningkat dua kali lipat dibandingkan sehari sebelumnya (Nielsen Newsletter edisi ke-35 Juli 2009).

Awal Agustus 2009, program-program berita kembali berhasil menarik perhatian penonton saat penyergapan terduga teroris Noordin M. Top di Temanggung, Jawa Tengah. Berikut ini adalah daftar rating program berita di televisi yang paling banyak ditonton oleh pemirsa berita:

Tabel 1. AGB Nielsen Newsletter

Top 10 Program Berita, Stasiun TV Nasional

Periode: 7-9 Agustus 2009

AGB Nielsen Newsletter

Program	Channel	Tipe Program	Rata-rata jumlah pemirsa	Rating (%)	Share (%)
BREAKING NEWS	TVONE	News: Special News	150.000	6,0	35,2
KABAR PETANG	TVONE	News: Hard News	117.000	4,6	21,6
KABAR	TVONE	News: Special News	113.000	4,5	18,5
KABAR SIANG	TVONE	News: Hard News	88.000	3,5	22,4
SEPUTAR INDONESIA	RCTI	News: Hard News	81.000	3,2	18,5
TOP NINE NEWS	METRO	News: Hard News	79.000	3,1	12,3
BREAKING NEWS	METRO	News: Special News	77.000	3,1	20,6
REPORTASE SIANG	TRANS	News: Hard News	72.000	2,9	28,2
REPORTASE SORE	TRANS	News: Hard News	64.000	2,5	17,3
METRO HARI INI	METRO	News: Hard News	64.000	2,5	12,4

Diawali oleh stasiun televisi yang bergenre berita, TV One, semua media beramai-ramai memberitakan tewasnya Noordin M. Top dalam penyerangan yang dilakukan oleh tim densus anti terror 88 Mabes Polri selama 17 jam di Temanggung, Jawa Tengah.

TV One yang memiliki akses eksklusif untuk melakukan peliputan tersebut menjadi media yang pertama kali memastikan bahwa satu dari empat orang yang tewas dalam penyerangan di Temanggung tersebut adalah gembong teroris Noordin M. Top.

Akses eksklusif yang diperoleh TV One dari pihak kepolisian menyebabkan redaksi-redaksi stasiun televisi lainnya terjebak dalam jebakan keseragaman berita (mimetisme). Padahal informasi yang diperoleh TV One masih meragukan, mengingat pihak kepolisian belum mengeluarkan secara resmi pernyataan bahwa yang tewas dalam penyergapan tersebut adalah benar Noordin M. Top.

Redaksi Berita Global termasuk satu dari sekian banyak stasiun TV swasta yang ikut menyiarkan berita tewasnya Noordin M. Top dalam penyergapan di Temanggung 8 Agustus 2009 lalu.

Sebagian besar stasiun televisi mengalami peningkatan dalam perolehan data rating pemirsa program berita pada hari-hari tersebut. Namun, stasiun TV yang program beritanya paling berhasil menarik perhatian para pemirsa adalah Metro TV dan TV One.

Nama Noordin Muhammad Top atau Noordin M. Top pun muncul pasca peristiwa bom Bali yang terjadi pada 12 Oktober 2002. Pria kelahiran Johar, Malaysia 11 Agustus 1968 ini sering disebut-sebut sebagai dalang dari serangkaian aksi teror bom yang terjadi di Indonesia.

Selama sembilan tahun Noordin M. Top menjadi buronan pihak kepolisian. Noordin M. Top juga disebut-sebut sebagai pendoktrin lihai yang mampu membuat orang rela melakukan aksi bom bunuh diri.

Media massa, termasuk dalam hal ini televisi, sejatinya memiliki niatan luhur yang melatar belakangi

kelahirannya, salah satunya memberikan informasi yang benar kepada masyarakat.

Informasi yang benar akan memberikan pencerahan dalam kehidupan seseorang. Informasi yang tepat juga dapat membantu seseorang untuk mengambil keputusan yang tepat. Informasi yang tepat juga bisa menghindarkan kita dari kesalahpahaman sekaligus menjadi sarana penting bagi terciptanya perdamaian di dunia.

Dengan idealisme semacam itu, media ingin memainkan perannya sebagai sarana pendidikan yang dengannya baik pemirsa, pembaca ataupun pendengar akan semakin memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir.

Sayangnya, kenyataan yang terjadi di lapangan tidaklah demikian. Media kini tidak lagi dilihat semata-mata sebagai institusi sosial dan politik, tetapi juga sebagai sebuah institusi ekonomi. McQuail menyebut fenomena tersebut sebagai dwi-karakter media atau karakter ganda media yang tidak terpisahkan. Dalam praktiknya, faktor ekonomi kemudian malah menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku media massa moderen.

Kondisi ini diperparah lagi dengan banyaknya pemimpin media yang berasal dari kalangan pengusaha, bukan dari kalangan jurnalistik. Para pemilik modal ini tidak terlalu peka akan tuntutan informasi yang benar. Apalagi sampai membiarkan media yang dikuasanya itu menjadi sarana penyebar informasi yang akan

merugikan ataupun mengancam kepentingan bisnis mereka.

Gagasan tentang media sebagai ‘agen pencerah’ sepertinya tidak lagi dijadikan tujuan utama. Bagi para pemilik modal, tujuan utama mereka adalah untuk bagaimana mencari keuntungan sebesar-besarnya. Ada harga pada berita (Burton, 2000:220). Berita pun kemudian menjadi sebuah komoditas. Hukum persaingan seolah menuntut media untuk dapat menampilkan informasi yang terbaru, yang tidak didahului oleh media lain. Mengutip slogan CNN, “*Slow news, no news.*”

Tidak boleh terlambat, tidak boleh didahului oleh televisi lain, jangan sampai rating pemirsa turun. Media pun berlomba-lomba untuk menyajikan berita yang aktual, ringkas dan menguntungkan. Oleh karenanya, media beramai-ramai bersaing menyiarkan berita-berita yang spektakuler dan sensasional, dengan harga apapun, yang bahkan tidak jarang sampai mengorbankan profesionalisme.

Tingginya rating kemudian menjadi ukuran keberhasilan dalam dunia televisi yang menstimulasi media televisi komersial untuk menanggalkan sisi objektivitas.

TV One pada saat itu memperoleh akses untuk melakukan peliputan secara eksklusif. Melalui dua orang wartawannya, Grace Natalie dan Kameraman Ecep Septiyasa yang dengan menginformasikan melalui siaran langsung ke layar kaca bahwa Noordin M. Top telah tewas dalam

penyergapan di Temanggung 8 Agustus 2009.

Beberapa stasiun TV Swasta pun kemudian juga ikut memberitakan bahwa laki-laki yang tewas dalam penyergapan di Temanggung adalah Noordin M. Top, diantaranya Metro TV (dalam paket berita), Global TV (dalam *running text* dan paket berita), RCTI (dalam paket berita), dan SCTV (dalam paket berita).

Belakangan baru kemudian diketahui bahwa ternyata laki-laki yang tewas di Temanggung tersebut bukanlah Noordin M. Top. Pihak kepolisian dalam konferensi persnya memperingati media untuk lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya.

Haryatmoko menyebut kondisi ini sebagai jebakan mimetisme. Yakni keinginan media untuk tampil khas, yang tidak jarang justru menjerumuskan media ke dalam keseragaman (Haryatmoko, 2007:11).

Mimetisme media menunjukkan bagaimana penting/tidaknya berita sering kali ditentukan oleh sejauh mana media-media lain dipacu untuk meliputnya.

Ada semacam ketakutan ditinggalkan oleh pemirsa manakala media tersebut tidak ikut memberitakan peristiwa seperti apa yang diberitakan oleh media lain.

Dalam tayangan audio visual di beberapa stasiun televisi swasta, kita dapat menemukan bentuk-bentuk komodifikasi kemasan pemberitaan seputar terorisme, seperti suasana dramatis, menakutkan, menegangkan sekaligus juga mengharukan. Berita yang seharusnya merupakan

rekonstruksi fakta yang disajikan secara objektif dan apa adanya itu kini terlihat seperti ratusan episode sinetron.

Struktur industri televisi komersial di Indonesia memaksa pengelolanya, terutama wartawan untuk memenangkan persaingan. Akibatnya munculah liputan yang tidak akurat, karena terdorong untuk menjadi televisi nomor 1.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan penelitian ini adalah Pertimbangan-pertimbangan apa sajakah yang digunakan Redaksi Berita Global dalam melakukan peliputan seputar terorisme pada peristiwa penyergapan Noordin M. Top 8 Agustus 2009? Bagaimana bentuk-bentuk proses komodifikasi intrinsik yang dilakukan Redaksi Berita Global pada pemberitaan seputar terorisme?

KERANGKA PEMIKIRAN

Media Sebagai Industri

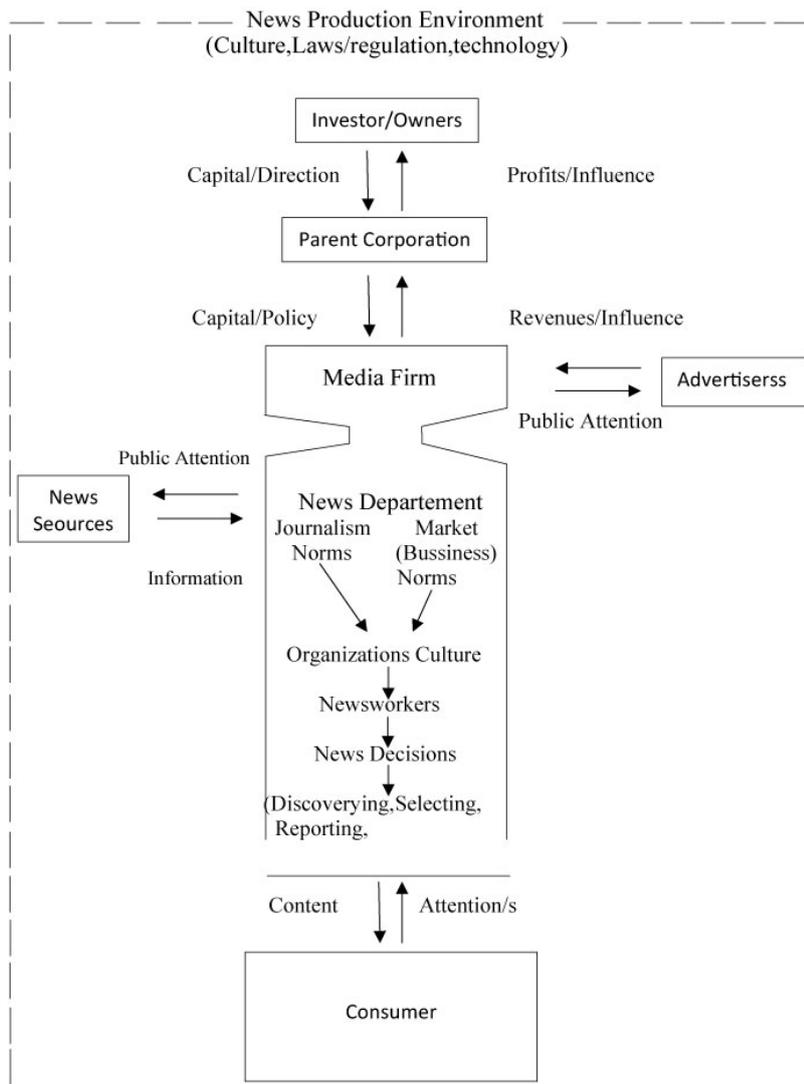
Kecenderungan dewasa ini memperlihatkan media telah menjadi industri atau institusi ekonomi. Media massa bukan lagi hanya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, melainkan juga sebagai industri atau institusi ekonomi.

Meskipun kalangan jurnalis baik cetak maupun elektronik enggan mengakui bahwa berita merupakan sebuah komoditas yang diperjualbelikan di pasar. Dari reporter sampai eksekutif produser lebih memilih menamakan diri mereka sebagai pelayan publik ketimbang sebagai pedagang informasi (McManus, 1994:59).

McManus menjelaskan untuk dapat memahami bagaimana logika dari sebuah redaksi berita tidaklah semudah jika kita menjual sebuah mobil, rumah atau sepasang sepatu, dimana kita dapat menjualnya dan mendapatkan uang secara langsung (1994:61), sedangkan bagi industri media tidaklah sesimpel itu.

Redaksi berita menukarkan informasi yang dibutuhkan kepada masyarakat. Masyarakat membelinya dengan *attention* (perhatian), mereka menonton tayangan program berita tersebut. Perhatian dari masyarakat ini kemudian dijual oleh perusahaan media kepada para pengiklan. Dari para pengiklan itulah media baru memperoleh uang. Pengiklan memberikan kontribusi sekitar 70%-90% dari pendapatan kotor sebuah program pemberitaan.

Pada bagan berikut McManus berupaya untuk menjelaskan sebuah model pada sebuah redaksi pemberitaan. Model tersebut memperlihatkan bahwa konsumen berita menukarkan perhatian mereka kepada perusahaan media untuk memperoleh informasi. Perusahaan media kemudian menjual perhatian konsumen tadi kepada para pengiklan. Meskipun merupakan sesuatu yang tidak dapat diraba, perhatian konsumen secara ekstrim merupakan sesuatu yang berharga (McManus, 1994:61).



Gambar 1. Model sebuah redaksi berita komersial McManus

Teori Ekonomi Politik

Berbeda dengan televisi publik, televisi swasta (komersial) harus berjuang dalam mendapatkan dana untuk menghidupinya. Terkait dengan hal tersebut Dedy N. Hidayat dalam Widjanarko mengatakan bahwa masyarakat selalu menjadi obyek atau komoditas dalam industri televisi. Mereka sebagai konsumen yang diperebutkan atau sebagai obyek yang dieksploitasi oleh industri televisi itu sendiri (2006:206)

Secara sempit ekonomi politik dapat diartikan sebagai sebuah kajian tentang relasi sosial khususnya relasi kekuasaan yang secara bersama-sama menjadi dasar produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya (Mosco, 1996:25). Lebih lanjut Mosco kemudian mengajukan 3 (tiga) konsep entri bagi penerapan teori ekonomi politik media dalam industri komunikasi, yakni komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*), dan strukturasi (*structuration*).

Komodifikasi mengacu kepada pemanfaatan barang dan jasa yang dapat dilihat dari kegunaannya yang kemudian ditransformasikan menjadi sebuah komoditas dimana nilainya ditentukan oleh pasar. Adapun bentuk komodifikasi dalam komunikasi pada dasarnya ada 3 (tiga) jenis, yakni komodifikasi intrinsik (isi), komodifikasi ekstrinsik dan komodifikasi siberetik.

Komodifikasi Intrinsik (Isi) Media

Komodifikasi mengarah pada sebuah proses mengubah nilai guna (*use value*) sebuah produk dimana nilainya tersebut ditentukan oleh seberapa besar kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan individu atau sosial dalam bentuk produk-produk yang laku di pasar.

Bentuk komodifikasi dalam komunikasi sendiri terdiri dari 3 (tiga) jenis), yakni: komodifikasi intrinsik atau *intrinsic commodification*, komodifikasi ekstrinsik atau *extrinsic commodification* serta komodifikasi siberetik (*cybernetic commodification*) (Mosco, 1996:25-26).

Komodifikasi intrinsik (isi) merupakan proses perubahan pesan dari sekelompok data ke dalam sistem makna dalam bentuk produk yang dapat dipasarkan (Mosco, 1996:146) seperti bagaimana wartawan menggunakan kemampuannya secara profesional mengemas berita, pemuatan artikel opini, iklan, atau tulisan seorang penulis dalam satu paket yang bisa dijual.

Di sini, proses komodifikasi merupakan proses timbal balik antara media, khalayak, dan pengiklan.

Pembuatan program di media massa digunakan untuk mengkonstruksi khalayak, dan pengiklan membayar ke perusahaan media untuk aksesnya ke khalayak, yang pada akhirnya khalayak tadi dijual kepada pengiklan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan metodologis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Sedangkan metode pengumpulan data berdasarkan pada studi literatur, wawancara mendalam. Metode wawancara mendalam merupakan metode riset di mana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden (Kriyantono, 2006:65). Biasanya metode ini menggunakan sample yang terbatas, jika periset merasa data yang dibutuhkan sudah cukup maka tidak perlu mencari sample (responden) yang lain. penulis memilih metode ini dengan alasan lebih memungkinkan bagi penulis untuk mendapatkan alasan detail dari jawaban responden yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalaman-pengalamannya.

HASIL PENELITIAN

Redaksi Berita Global juga ikut menurunkan laporan tewasnya Noordin M. Top dalam penyergapan, Temanggung dalam paket berita GLOBAL SIANG edisi 08 Agustus 2009 pukul 13.00 WIB. Paket Berita tersebut terbagi atas 8 (delapan) item berita, masing-masing berjudul;

“Noordin M. Top Tewas (I)”, “Noordin M. Top Tewas (II)”, “Noordin M. Top Tewas (III)”, “Identifikasi Dua Jenazah Teroris”, “Penggerebekan Jati Asih”, “Liputan Jejak Perburuan Noordin M. Top”, “Jejak Teror Noordin”.

Tim redaksi Berita Global Siang pun ikut melakukan praktek **komodifikasi** untuk memenuhi tuntutan persaingan. Meskipun bukan termasuk televisi berita, redaksi Berita Global berusaha melakukan praktek-praktek **komodifikasi** dengan cara antara lain dengan mengejar aktualitas dari sebuah peristiwa.

Untuk mengejar sisi aktualitas ini, Berita Global melakukan upaya-upaya seperti *live by phone* (pada berita ke-2 “Noordin M. Top Tewas 3”) ataupun reportase langsung dari lokasi kejadian.

... Kita tidak usah menunggu dengan visual masuk, kita akan melakukannya dengan melalui yang namanya *live by phone*. Yang penting kita mendapatkan dulu data-data dari lokasi, berapa korban, berapa kerusakan, atau apa yang terjadi di lapangan. Kita akan langsung mengadakan *breaking news*. (Wwcr. Koko Wijanarko, Eksekutif Produser Global Tv, 12 Agustus 2010).

Redaksi Berita Global juga melakukan komodifikasi intrinsik dengan menggunakan pemilihan kata “dalang”, “gembong”, “teroris”, dan “pendoktrin” untuk lebih memberikan penekanan citra negatif yakni berbahaya dan menakutkan untuk Noordin M. Top.

Kata “dalang” sendiri, maknanya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki dua arti, *pertama*, orang yang memainkan wayang kulit, wayang golek. Arti yang *kedua*, orang yang mengatur (merencanakan, memimpin) suatu gerakan dengan sembunyi-sembunyi. Dalam hal ini makna yang kedua yang diambil, yakni kata “dalang” dalam makna konotasi, orang yang mengatur (merencanakan, memimpin) suatu gerakan dengan sembunyi-sembunyi.

Sebagaimana diungkapkan Eriyanto, framing merupakan metode untuk melihat bagaimana cara media dalam menceritakan suatu peristiwa. Bagaimana “cara media melihat” sebuah realitas yang kemudian dijadikan berita. Framing juga dipakai untuk melihat bagaimana sebuah peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media, bagaimana wartawan mengkonstruksi sebuah peristiwa dan menyajikannya kepada masyarakat. Penggunaan *scoring music* dengan ritme yang cepat pada pemberitaan seputar terorisme, penentuan nara sumber, pemilihan gambar juga merupakan salah satu contoh pembingkai berita oleh media.

Berita Global memperkuat bingkainya dengan memberikan citra negatif kepada Noordin M. Top sebagai sosok penjahat yang sangat berbahaya, yang pantas ditembak mati. Selama 9 tahun Ia menjadi buronan kelas 1 pihak kepolisian karena dicurigai sebagai dalang dari sekian banyak aksi terror bom di Indonesia. Noordin M. Top pun memiliki kelebihan dalam hal mempengaruhi anak buahnya untuk

dengan suka rela melakukan aksi bom bunuh diri

Untuk mengejar sisi aktualitas ini, Berita Global melakukan upaya-upaya seperti *live by phone* (pada berita ke-2 “Noordin M. Top Tewas 3”) ataupun reportase langsung dari lokasi kejadian (pada berita ke-5 “Penggerebekan Jati Asih, Bekasi)

Format paket berita merupakan laporan berita lengkap dengan narasi yang direkam ke dalam pita kaset. Narasi dalam paket dibacakan oleh seorang pengisi suara yang biasanya adalah reporter atau penulis berita. Dalam sebuah paket biasanya mengandung bagian-bagian seperti gambar, narasi, suara alami, kutipan langsung nara sumber, grafis, laporan reporter di depan kamera (*stand up*).

Format laporan langsung dilakukan jika suatu peristiwa yang mengandung nilai berita masih berlangsung. Sementara program berita masih ‘on air’, maka stasiun tv dapat menyampaikan berita dengan format laporan langsung (*live report*). Dalam format seperti ini, presenter akan langsung berbicara dengan reporter yang berada di lokasi dan sedang meliput suatu peristiwa. Dalam penelitian ini, presenter Berita Global menggunakan laporan langsung melalui telepon (*live by phone*) kepada reporter yang pada saat itu sedang bertugas di Temanggung untuk memberikan laporan terkini atas peristiwa penyergapan Noordin M.Top. Dalam format ini, presenter akan tampil bersama dengan grafis yang memperlihatkan foto reporter atau gambar telepon. Seperti pada berita 2

berjudul “Noordin M. Top Tewas (II)” dan berita ke 5 berjudul “Penggerebekan Jati Asih”.

Format Grafis, biasanya digunakan jika sebuah berita penting baru saja terjadi dan stasiun televisi belum mendapatkan akses untuk mengambil gambar dan merekamnya dalam kaset video. Grafis dapat pula muncul berupa peta yang menunjukkan di mana lokasi tertentu, dalam penelitian ini, Berita Global memakai elemen grafis untuk menunjukkan tempat-tempat atau lokasi-lokasi persembunyian Noordin M.Top. Berita Global pun menggunakan elemen Grafis pada foto Noordin M. Top, DR. Azhari dan para tersangka teroris lainnya. Berita Global juga menggunakan elemen grafis untuk mempertegas berita yang sedang dibacakan presenter, baik melalui judul ataupun sub judul berita, serta informasi dalam running text.

Format *Running Story* juga dilakukan oleh *newsroom* Berita Global. *Running story* merupakan suatu berita yang berkembang selama sehari-hari, berminggu-minggu, bahkan bertahun-tahun. Dalam berita berjudul “Liputan Jejak Perburuan Noordin”, Berita Global menggunakan jenis format *Running story* yang menceritakan rekaman jejak perburuan Noordin M. Top sejak 9 tahun yang lalu. Selain format-format berita tadi, redaksi Berita Global juga melakukan usaha lain sebagai bentuk komodifikasi program berita melalui beberapa bahasa gambar, seperti *Cutaway*, *natural sound*, *rushes*, ataupun *insert*.

Dramatis, kadang juga menakutkan. Dalam sekuel-sekuel beritanya media menambahkan *thriller* dan *bumper* yang sangat cepat, diambil dari potongan-potongan visual dan audio yang diedit dengan ritme yang cepat, disertai *scoring* musik yang menegangkan. Seperti itulah upaya-upaya yang dilakukan dalam mengemas berita seputar terorisme.

Ya itu... lagi-lagi...adanya penambahan musik atau menggelontorkan visual beserta atmo-atmonya. Itu sendiri memberikan kesan atau membawa si pemirsa atau penonton langsung ada di situ. Itu salah satunya. Dan emosional itu kan akan bisa lebih mengikat pemirsa agar tidak memindahkan *channel*, sebetulnya...kan seperti itu aja...bagaimana kita strateginya..bagian-bagian dari strategi kalau itu masing-masing stasiun intinya sama. Begitu juga di Global, ketika kita melihat seorang pembantu yang disiksa majikannya, biasanya kita akan kasih music, karena akan memberikan ini sendiri...apa emosional kepada pemirsanya..ya itu lah strategi (wwcr. Koko Wijanarko)

PEMBAHASAN

Media sejatinya merupakan sarana utama untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Peningkatan tingkat pendidikan tidak bisa dilepaskan dari sumbangan media. Ironisnya, hak publik untuk mendapatkan informasi yang benar sering tidak dijamin karena adanya pertarungan kepentingan dalam hal politik, ekonomi, ataupun budaya,

sehingga Carry dalam Muslich mengatakan bahwa berita itu ibarat sebuah drama. Ia tidak menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena atau panggung pertarungan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa.

“News is not information, but drama. It does not describe the world, but portrays an arena of dramatic forces and action; it exists solely in historical time; and invites our participation on the basis of our assuming, often vicariously, social roles within it” (Muslich, 2008:155).

Sejalan dengan pemikiran Carry, Andrew Boyd menjelaskan bahwa unsur dramatik memiliki kekuatan tersendiri untuk memikat penonton. Kejadian-kejadian yang dramatis lebih kuat untuk menembus headline berita. Tembak-menembak dalam sebuah pengepungan, petualangan, konflik merupakan daya Tarik tersendiri bagi penulis berita. Dan bagi televisi gambar yang dramatis merupakan sesuatu yang diburu (Boyd, 2001:22).

Dalam industri televisi, komodifikasi isi berita dapat terlihat dari bagaimana sebuah berita ditampilkan di layar televisi. Penggunaan *scoring music* yang cepat pada *thriller* dan *bumper*, bagaimana pergerakan kamera, bagaimana seorang presenter membawakan berita, bagaimana seorang editor gambar memilih menggunakan suara atmosfer atau ilustrasi musik dan sebagainya. Mc Quail menyebutnya sebagai karakter tidak biasa yang dimiliki oleh institusi media massa, dimana terdapat ketergantungan atas perubahan

teknologi dalam proses distribusi (Mc Quail, 2005:218).

Berita-berita yang tidak sensasional dinilai tidak memenuhi “stándar”, sehingga tidak dimuat. Secara teknis, berita-berita sensasi tampak ditujukan untuk menarik perhatian dan membangkitkan emosi publik pemirsa (Kusumaningrat, 2005:67).

Menayangkan berita secara langsung (*live*) juga merupakan salah satu bentuk komodifikasi berita. James Wittebols dalam Schechter mengatakan bahwa tampilan berita kini mengandalkan formula hiburan. Siaran ‘langsung’ bisa memperkuat emosi yang jelas muncul dalam sebuah cerita dan membuat para penonton merasa bahkan jauh lebih terlibat ketimbang mereka yang langsung terlibat dengan cerita itu sendiri... Penggunaan pendekatan serial dalam berita dapat membantu proses pembangunan karakter secara berlanjut sehingga penonton melihat mana ‘si jahat’ dan mana ‘si baik’ dalam cerita-cerita yang menggambarkan konflik (Schechter, 2007:78).

Wartawan juga mendefinisikan siapa-siapa yang dianggap pahlawan (hero) dan siapa-siapa yang dianggap pengkhianat. Semua itu dikemas dalam berita bagaikan sebuah drama yang dipertontonkan kepada khalayak. Masyarakat pun disuguhi adegan berdasarkan frame media.

Pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran sehingga tidak bisa lagi dibedakan antara realitas, representasi, simulasi, kepalsuan, dan

hiperealitas. Ketika media mengandalkan operasinya pada pencitraan, akhirnya informasi hanya menjadi simulasi. (Haryatmoko, 2007:34). Maka terjawab sudah alasan mengapa media terpacu untuk memberitakan langsung dari tempat kejadian. Seakan dengan cara itu media mau meyakinkan pemirsanya bahwa apa yang ada di layar kaca merupakan peristiwa yang sungguh-sungguh benar, bahkan lebih benar dari kejadiannya sendiri.

Secara teknis, berita-berita sensasi tampak ditujukan untuk membangkitkan emosi publik pemirsa. Kusumaningrat dalam Widjanarko mengatakan bahwa berita harus menimbulkan keheranan, ketakjuban, dan kengerian. Singkatnya, ia harus mampu meluapkan berbagai macam perasaan dengan cara-cara yang sangat dramatis (Widjanarko, 2006:195). Berita pun hadir bukan karena demi kepentingan publik tetapi lebih kepada karena sensasinya.

Wacana terorisme saat ini oleh stasiun TV komersial dijadikan komoditas dalam arti barang dagangan. Bagi mereka isu mengenai terorisme sangatlah menguntungkan. Karenanya jangan heran jika ada sebuah stasiun televisi yang melaporkan beragam tayangan dengan klaim “Eksklusif” seperti yang sering diperoleh TV One akan memberikan pengaruh bagi stasiun-stasiun televisi komersial lainnya.. Contohnya dalam tayangan penggerebegan orang yang diduga teroris di Temanggung. Setelah TV One memberitakan bahwa gembong teroris nomor wahid Noordin M. Top tewas

dalam penggerebekan di Temanggung pada 8 Agustus 2009 lalu, media televisi komersial lainnya berlomba-lomba menghadirkan informasi yang sama ke layar kaca pemirsanya, meskipun redaksi-redaksi berita di stasiun televisi komersial tersebut belum melakukan proses verifikasi dengan benar.

Dari kaca mata pemirsa, apa yang disampaikan TVOne melalui reportase langsung wartawannya, Ecep dan Grace Natalie tentang pemberitaan penyergapan di Temanggung memang menarik. Akan tetapi, jika kita menempatkan diri, mencoba melihat dari kaca mata seorang jurnalis TV, bahwa ada kaidah jurnalistik yang tidak dijalankan oleh Ecep dan Grace, yakni disiplin verifikasi. Kedisiplinan dalam melakukan verifikasi lah yang akan membedakan jurnalisme dengan hiburan, propaganda, fiksi, atau seni.

Thucydides dalam Kovach menuliskan “sekalipun ada peristiwa faktual yang saya saksikan... saya berprinsip untuk tidak langsung menuliskan cerita pertama yang datang pada saya, dan bahkan tidak akan tergiring oleh kesan umum yang saya tangkap; baik saya hadir langsung di lokasi peristiwa yang saya gambarkan ataupun mendengar tentang peristiwa itu dari saksi mata yang laporannya saya periksa seteliti mungkin”(Kovach, 2003:85).

Menarik, adalah hal penting dalam pengemasan dan penyajian berita. Tapi “akurat”, ada diprioritas yang lebih tinggi dari “menarik”. Untuk mengejar akurasi, maka si reporter harus melakukan verifikasi data

agar laporan yang disampaikan ke masyarakat itu akurat dan terpercaya.

Oleh karena terjebak dalam mimetisme dan spiral keheningan itulah profesionalisme wartawan dikalahkan (Haryatmoko, 2007:11) semestinya media lain, selain TV One, selama pihak TV One belum mendapatkan verifikasi, stasiun TV lain dapat meng-*counter* laporan yang disampaikan oleh reporter TV One, dengan membantah bahwa pria yang tewas adalah Noordin M.Top. Dalam hal ini, sebetulnya media lain masih dapat meraih perhatian pemirsa dengan “melawan” isu yang dilempar oleh TV One.

Wartawan sebagai individu memiliki opini tentang berbagai isu. Akan tetapi, ketakutan akan terisolasi menentukan apakah individu itu akan mengekspresikan opini-opininya secara umum. Untuk meminimalkan kemungkinan terisolasi, individu-individu itu mencari dukungan bagi opini mereka dari lingkungannya, terutama dari media massa.

Peran jurnalisme dalam membangun ruang publik bukanlah hal yang mudah di tengah semakin berkembangnya kepentingan kapitalisme dalam industri media. Bahwa jurnalis hanya merupakan satu bagian dari struktur besar yang terdapat dalam industri media. Di luar tugas dan tanggung jawab jurnalis, terdapat pula bagian lain yang turut membentuk industri media seperti bagian *programming*, iklan, *sales*, dan marketing yang dalam praktek di lapangan masing-masing bagian tersebut sering kali terjadi berbagai tarik menarik kepentingan.

Ya. Sama..ya, kita mengalami, pastinya. Karena kan kita perusahaan swasta, yang berorientasi bisnis. Pastinya akan seperti itu. per situ seharusnya memang bebas, tapi intervensi itu...(diam). Pers itu ada di dalam bisnis, ada di dalam bisnis. Untuk mewujudkan pers yang independen 100%...sepertinya susah (wwcr. Koko Wijanarko)

Perjalanan *newsroom* untuk dapat menjadi sarana yang memungkinkan terbentuknya ruang publik tidak terlepas dari percaturannya dengan kepentingan departemen programming. *Newsroom* Berita Global pun mengalami hal tersebut. Di tengah persaingan yang ketat diantara redaksi berita, posisi sebagai televisi non berita dirasakan sebagai sebuah hambatan dalam hal kecepatan menyiarkan berita kepada pemirsa.

Kita masih ada tembok yang harus dilalui..kita harus melalui programming. Kita membutuhkan koordinasi lagi. Beda dengan TV News yang bisa langsung tabrak aja program apa pun. Kalau kita masih harus melihat faktor ekonominya juga yang kita tabrak itu program apa, sponsornya siapa, iklannya sudah pasti..segala macem, sudah *blocking time*...karena kita kan perusahaan swasta yang berorientasi bisnis. Untuk mewujudkan pers yang independent seratus persen sepertinya susah... Pers itu kan

ada di dalam bisnis (wwcr. Executive produser Berita Global:Koko Wijanarko).

Peristiwa penyergapan di Temanggung, misalnya. Diawali oleh stasiun televisi yang bergenre berita, TV One yang memberitakan bahwa Noordin M. Top Tewas dalam penyergapan di Temanggung. Semua media kemudian beramai-ramai memberitakan tewasnya Noordin M. Top dalam penyergapan yang dilakukan oleh tim densus anti terror 88 Mabes Polri. Akses eksklusif yang diperoleh TV One dari pihak kepolisian menyebabkan redaksi-redaksi stasiun televisi lainnya terjebak dalam jebakan keseragaman berita (mimetisme), padahal informasi yang diperoleh TV One masih meragukan, mengingat pihak kepolisian belum mengeluarkan secara resmi pernyataan bahwa yang tewas dalam penyergapan tersebut adalah benar Noordin M. Top.

Nah, pada saat itu kita melihat TV One sudah ada di lokasi mulai jam 7 malam sebelumnya sudah sampe.kenapa mereka nyampe duluan, karena mereka juga tergabung dengan Densus 88 itu.itu kan karena factor kedekatan apa segala macem (wwcr. Koko Wijanarko)

Redaksi Berita Global termasuk satu dari sekian banyak stasiun TV swasta yang ikut menyiarkan berita tewasnya Noordin M. Top dalam penyergapan di Temanggung 8 Agustus 2009 lalu.

Ya, kalau kita tidak ikut memberitahukan..”mana nih

Global..kok nggak ada itu..Noordin M. Top.. (Koko Wijanarko, 12 Agustus 2010)

Dalam hal ini TV One secara langsung ataupun tidak telah ikut membantu dan menjadi kelompok dominan, disamping kepolisian, yang mempengaruhi kelompok lainnya dalam menyebarkan gagasannya. Secara pribadi, selaku executive producer, Koko pun merasakan keraguan akan kebenaran informasi tewasnya Noordin M. Top.

Kalau bisa merasakan sendiri, sebetulnya saat itu sangat dilematis. Saya sendiri secara pribadi saat itu kurang ini ya..karena bagaimanapun kita kan memiliki pertanggung jawaban kalau ternyata Noordin M. Top masih berkeliaran..tapi bagaimana ya hampir seluruh media memberitakan. 80 persen media bilang iya.. (Koko Wijanarko, 12 Agustus 2010)

Sebagai executive produser, Koko mengakui secara pribadi ada ketakutan bila tidak memberitakan apa yang diberitakan oleh media lain, ada ketakutan ditinggalkan oleh pemirsa. Lalu yang dipertaruhkan adalah keuntungan ekonomi.

Saya sendiri, kondisi yang terjadi di *master control*, ketika kita melakukan *Breaking News*, kita sendiri saling bertanya:”kamu yakin, kamu yakin..kamu yakin..?”...”Yakin aja dech...(tertawa) kan bagaimanapun kalau kita memberitakan, nanti yang disalahkan polisi. Karena polisi juga menyatakan diduga. Nah, ini saya juga bingung nih..sebetulnya yang

tergiring itu polisi atau media. Nggak mungkin media itu ngomong, nyeplos itu..nggak tanpa dasar..nggak mungkin (Koko Wijanarko, 12 Agustus 2010).

Sesaat setelah laporan Ecep dan Grace, stasiun TV lain pun ikut memberitakan tewasnya Noordin M. Top dalam peristiwa penyeragaman di Temanggung 8 Agustus 2009 lalu, baik dalam bentuk narasi dalam paket berita, maupun laporan langsung reporternya. Metro TV dalam paket berita, Global TV dalam *running text* dan paket berita, RCTI dalam paket berita. SCTV juga turut serta memberitakan kabar tewasnya Noordin, akan tetapi dalam bingkai yang berbeda. SCTV meragukan jenazah yang tewas dalam penyeragaman di Temanggung adalah Noordin M. Top.

Logika waktu pendek menyebabkan media terjebak dalam mimetisme. Yakni keinginan media untuk tampil khas, yang tidak jarang justru menjerumuskan media ke dalam keseragaman. Mimetisme media menunjukkan bagaimana penting/tidaknya berita sering ditentukan oleh sejauh mana media-media lain dipacu untuk meliputnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan, analisis, dan interpretasi penulis pada penelitian ini, maka penulis mencoba mengambil beberapa kesimpulan:

1. Komodifikasi yang dilakukan oleh redaksi Berita Global pada pemberitaan seputar wacana terorisme sesungguhnya merupakan refleksi dari fenomena industri media televisi sebagai sebuah institusi bisnis. Meskipun perolehan angka *rating* Berita Global dari

- peliputan berita seputar terorisme ini tidak tinggi, redaksi Berita Global memilih untuk tetap ikut bermain dengan tujuan untuk mempertahankan citra, baik citra redaksi secara khusus maupun citra perusahaan secara lebih luas di mata para pengiklan dan masyarakat.
2. Redaksi Berita Global melakukan upaya komodifikasi dalam pemberitaan seputar terorisme dengan cara berusaha mengejar sisi aktualitas serta menggugah sisi emosional penonton dalam beritanya. Seperti bagaimana menciptakan suasana yang dramatis, menegangkan sekaligus mengharukan dalam pemberitaan seputar terorisme. Berita Global melalui frame berita yang dibuatnya berusaha meyakinkan penonton bahwa apa yang ada di layar kaca penonton bahwa peristiwa itu memang benar-benar terjadi.
 3. Sebagai sebuah organisasi media, Berita Global juga memiliki ideologi profesional yang menjadi batasan profesional untuk menilai kualitas pekerjaan wartawannya. Seperti apa itu berita, berita yang seperti apa yang disebut sebagai berita yang baik. Semua itu memiliki ukuran tersendiri untuk menilai sejauh mana kualifikasi dan kualitas kerja wartawan serta keberhasilan kerja mereka. Rutinitas organisasi, nilai berita, kategori berita serta ideology profesional/objektivitas merupakan rangkaian tahap-tahap proses produksi berita yang dilakukan redaksi Berita Global.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Andrew. (2001). *Broadcast Journalism Techniques of Radio and Television News*. Foscil Press, Oxford.
- Burton, Graeme. (2000). *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta
- Haryatmoko, DR. (2007). *Etika Komunikasi*, Yogyakarta: Kanisius
- Mc Manus, John H. (1994). *Market-Driven Journalism*. London: SAGE publication
- Mosco, Vincent. (1996). *The Political Economy of Communication*: London, Sage Publication, LTD.
- Mc Quail, Denis. (2005). *Mass Communication Theory*. 5 edition.
- Muslich, Mansur (2008). *Kekuasaan Media Massa Mengkonstruksi Realitas*. *Jurnal Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Malang* edisi Tahun 36, Nomor 2, Agustus 2008.
- Nielsen Newsletter, AGB edisi ke-35 Juli 2009, <http://agbnielsen.co.id> diunduh Kamis 4 Januari 2012 pukul 19.30 WIB
- Nielsen Newsletter, AGB edisi ke-36 Agustus 2009. <http://agbnielsen.co.id> Diunduh Kamis, 4 Januari 2012 pukul 19.40 WIB

- Schechter, Danny. (2007). *Matinya Media*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Sudibyo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKis

- Wijanarko (2006) *Jurnalisme Antara Peristiwa Dan Ruang Publik*, Jakarta: LP3ES