

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era global seperti sekarang ini, membuat kecendrungan hampir keseluruhan realitas yang dibuat oleh media menjadi hal yang abu – abu, karena realitas yang disampaikan kepada khalayak adalah realitas semu yang telah dikonstruksi ulang oleh media. Betapa besar kekuasaan media massa mensimulasi realitas. setiap hari masyarakat disugahi berita hasil simulasi media, berita hasil pemaknaan media atas dunia. Kita mengetahui dunia hanya lewat jendela atau frame yang dipasang media. Padahal, jendela itu mungkin sempit, berjeruji, dan di depannya ada pohon penghalang. Anehnya, realitas yang kita lihat sering kita anggap sebagai realitas yang sebenarnya. Kita sering berdiskusi, berargumentasi, berdebat, bahkan bertengkar berdasarkan pemahaman kita terhadap realitas hasil simulasi media.

Topik mengenai memproduksi realitas sosial muncul karena adanya realitas sosial yang ada di masyarakat. Realitas sosial merupakan segala fenomena yang terjadi akibat adanya interaksi antar individu. Salah satu realitas yang hadir dalam masyarakat adalah kebutuhan akan informasi yang semakin meningkat. Segalanya dibutuhkan serba cepat, tepat dan efisien. Persaingan yang semakin signifikan baik dalam dunia pendidikan maupun dunia kerja, membuat masyarakat mencari informasi dan ilmu seluas-luasnya agar bisa bersaing dan tidak tersingkir. Maka saat ini media

massa hadir sebagai media yang menyuguhkan informasi, ilmu pengetahuan dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat secara cepat dan efisien.

Segala realitas sosial yang ada di masyarakat akan memiliki makna jika disimulasikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga membentuk realitas itu secara objektif. Realitas sosial mencakup segala tindakan dan interaksi antara masyarakat dan individu sehingga memunculkan adanya realitas bersama dalam dunianya sebagai manusia.”¹

Dalam waktu singkat masyarakat bisa memperoleh informasi tentang realitas yang sedang terjadi di dunia, khususnya di dalam negeri sendiri. Media cetak dan elektronik mengemas realitas agar menjadi media yang berpengaruh. Pengaruh media massa ini adalah dalam bentuk isi, ide-ide dan pemberitaan yang dimuat didalamnya.² Dalam pemberitaan televisi misalnya, ide-ide yang di dapat merupakan temuan langsung lapangan yang disimulasikan kembali (disebut materi berita) oleh sang reporter pada saat program berita disiarkan kepada masyarakat luas. Sedangkan Pane menjelaskan mengenai materi berita bahwa:

“Materi berita merupakan hasil temuan lapangan melalui sistem ROSS (reporter membuat sendiri naskah berita dan membawakannya sendiri pula baik dengan merekam dahulu maupun siaran langsung dengan data-data aktual, padat dan singkat) dimana materi tersebut adalah materi yang siap siar atau naskah akhir untuk diberitakan penyiar.”³

Namun tindakan secara subjektif melalui penyiaran berita kepada masyarakat ternyata menghasilkan pencitraan terhadap media massa atau kepada berita itu

¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008) Hlm. 188.

² Teddy Resmisari Pane, *Speak Out: Panduan Praktis dan Jitu Memasuki Dunia Broadcasting dan Public Speaking* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2004) Hlm. 95.

³ *Ibid*, Hlm.96.

sendiri. Masyarakat atau individu yang mengkonsumsi akan menyesuaikan diri sebagai bentuk produk dirinya sebagai manusia. Oleh karena itu Komunikasi massa dengan pendekatan media massa sangat menguntungkan karena apa yang ingin disampaikan akan mudah tersampaikan.

“Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi”.⁴

Komunikasi bisa dilakukan secara massal, sehingga hal – hal yang dibuat media massa akan menjadi sesuatu yang ditunggu oleh masyarakat dan informasi yang disampaikan media akan menjadi salah satu acuan masyarakat untuk bertindak dan bertingkah laku. Oleh karena itu, komunikasi dilakukan secara *massive* bisa menggiring opini publik. Untuk menggiring opini publik, media melakukan simulasi ulang terhadap realitas yang terjadi. Sehingga informasi yang kita lihat sekarang ini adalah hasil simulasi oleh media.

Sebenarnya media massa punya potensi untuk jadi peredam, pencerahan atau pun pendorong dan memperdalam munculnya konflik. Media bisa memperjelas sekaligus mempertajam konflik atau sebaliknya dengan mengaburkan dan mengeliminirnya. Media bisa simulasi realitas, tapi juga media bisa menghadirkan *hiperrealitas* atau realitas semu yang dapat membingungkan masyarakat. Sebagai contoh kaidah media “*big name big news, no name no news*”, dalam paradigma wacana media. Karena diakui bahwa media dalam memberitakan sebuah realitas atau

⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2001), hlm: 31.

isu yang dapat mendatangkan konflik dalam masyarakat, yaitu sebagai *issue intensifier* dimana media berposisi memunculkan isu atau konflik dan mempertajamnya. Dengan posisi sebagai intensifier, media mem-*blow up* realitas yang jadi isu sehingga seluruh dimensi isu menjadi transparan. Sebagai pengalihan isu, yakni media menenggelamkan suatu isu atau konflik yang terjadi.⁵

Pencampuradukan perkeyasaan antara kepalsuan dan realitas ini (*simulacra*) atau hiper-realitas mengakibatkan konflik tidak akan pernah selesai, tentu dalam wajah dan bentuk baru. Memang media sulit memposisikan diri secara netral dan independen ketika mereka dihadapkan pada kondisi kuatnya tarikan kepentingan ekonomi/bisnis, dan intervensi politik penguasa. Adanya hubungan yang tidak dapat dipisahkan antara praktisi media, pemilik modal/pelaku bisnis, pemerintah, dan masyarakat. Sehingga untuk menciptakan media yang netral independen dan obyektif secara normatif tidak mungkin.⁶

Perkembangan dunia berita di pertelevisian Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Bila di total terbukti dengan kehadiran puluhan stasiun televisi nusantara dan daerah baik stasiun televisi swasta maupun milik pemerintah di tanah air kita. Stasiun-stasiun televisi tersebut terdiri dari TVRI yang merupakan stasiun televisi milik pemerintah dan lainnya yang merupakan stasiun televisi swasta, yaitu terdiri dari RCTI, SCTV, MNC TV, ANTV, Indosiar, GlobalTV, Metro TV, TV One,

⁵ Kiki Widiyanto, *Analisis Framing Berita Blok Mahakam pada Surat Kabar Kaltim Post* (Jurnal: Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Vol. 2, No.2, Tahun 2014), Hlm. 14

⁶ Selu Margaretha, *Hiperrealitas dan Ruang Publik* (Jakarta: Penaku, 2011) hlm. 107

Trans 7, Trans TV, NET, RTV, Kompas TV dan masih banyak lagi stasiun televisi swasta nusantara maupun daerah. Keberadaan berbagai macam stasiun televisi tersebut tentu menimbulkan persaingan untuk memperoleh *share dan rating* tertinggi.

Dari latar belakang tersebut, penulis akan menganalisis secara sosiologis mengenai produksi berita di Trans 7, khususnya pada Program *Selamat Pagi*, yang dimana proses produksinya tidak terlepas dari para pemangku kebijakannya, hingga membentuk *framing* yang ingin dihasilkan. Sistem *sign* (tanda) untuk memperjelas makna citra yang disimulasikan. Saat disiarkan, televisi menggunakan pesan verbal dan visual untuk mensimulasikan makna dan pencitraannya. Penelitian ini ingin menggambarkan bagaimana *Program Selamat Pagi* simulasi berita. Karena berita seharusnya memberikan pemberitaan atau informasi yang berimbang bagi masyarakat, tanpa memandang kepentingan-kepentingan. Seharusnya sedikit dikesampingkan agar masyarakat melihat berita adalah sebuah realitas yang sesungguhnya yang ada di masyarakat. Tetapi yang terjadi saat ini mereka justru membuat pemberitaan yang telah tersimulasi. Sehingga membentuk opini dalam masyarakat pada akhirnya berita yang disajikan belum tentu sesuai fakta yang terjadi. Melainkan cenderung menguntungkan pihak atau kelompok tertentu saja.

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan penalaran sesuai latar belakang di atas, realitas terbentuk oleh hasil penciptaan simulasi secara berbeda-beda oleh setiap televisi yang membuatnya.

Dalam ranah berita, realitas tidak bias dipandang sebagai peristiwa nyata yang sebenarnya terjadi. Karena sesungguhnya itu hasil simulasi atas sebuah fenomena yang terjadi. Hasil simulasi atas realitas ini tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor hingga menjadi realitas yang baru dari media massa tersebut. Hal ini disesuaikan dengan visi dan beberapa motivasi yang bersangkutan dengan pemberitaan tersebut.

Karena pemberitaan merupakan ruang sosial di mana terjadi penanaman ideology atas sebuah realitas yang ada dapat dilakukan antara individu dan masyarakat. Materi berita yang ditayangkan merupakan hasil simulasi suatu individu dan masyarakat bisa menciptakan dan memberikan opini atau pencitraan tertentu terhadap peristiwa (realitas) yang ditayangkan tersebut. Sehingga untuk menciptakan pencitraan tertentu dibutuhkan motivasi tertentu pula. simulasian beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, akan membentuk pencitraan terhadap berita (realitas) yang disiarkan.

Program berita seharusnya memberikan pemberitaan atau informasi yang berimbang bagi masyarakat tanpa memandang kepentingan – kepentingan, seperti kepentingan ekonomi (*economic interest*), kepentingan kekuasaan (*power interest*) dan kepentingan publik. Tetapi kenyataan yang berkembang program berita selalu mementingkan hal tersebut. Sehingga informasi atau pesan yang ditampilkan oleh media seringkali dimaknai secara tampak luarnya saja oleh masyarakat. Artinya, masyarakat lebih terpengaruh pada judul berita yang dimunculkan dan kesan yang

disimpulkan oleh media massa dari pada menganalisis secara mendalam teks berita tersebut. Padahal dalam kenyataannya sering terjadi mis-informasi dan misinterpretasi antara apa yang seharusnya disampaikan dan kenyataan yang diterima oleh pembaca. Sehingga berita yang sering kita saksikan sering terjadi perbedaan antara stasiun televisi yang satu dengan yang lain. Oleh karena itu, penulis akan merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi berita di *Program Selamat Pagi Trans 7*?
2. Bagaimana simulasi berita di *Program Selamat Pagi Trans 7*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian Simulasi Realitas Sosial Pada Program Berita di Televisi (Studi Kasus: Program Berita *Selamat Pagi* di Trans 7) hiburan ini adalah sebagai berikut:

- a) Mendeskripsikan dan kemudian menganalisis mengapa berita yang kita lihat di televisi, memiliki perbedaan dalam menyampaikan beritanya atau realitas yang ada.
- b) Menerangkan dan mengungkap peran media dalam membentuk atau simulasi ulang sebuah berita agar berita menjadi layak dan dapat dipahami dan dimengerti oleh khalayak luas.

- c) Menganalisis penelitian dengan teori simulasi dan Simulacra Baudillard, apakah berdampak signifikan dalam kegiatan pensimulasian berita di *Program Selamat Pagi Trans 7*.

Selain itu secara keseluruhan penelitian ini bermaksud untuk ingin menambahkan “*stock of knowledge*” bagi masyarakat yang suka menonton televisi khususnya program berita, agar tidak menelan semua informasi yang disiarkan oleh televisi, dan sebagai filter yang baik.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini sangat diharapkan mampu memenuhi tugas akhir penulis sebagai mahasiswa, yaitu sebagai salah satu syarat mendapatkan Sarjana sosiologi. Selain itu untuk dapat membuka cakrawala dan menambah wawasan serta khasanah pengetahuan penulis, terkhusus pada pola dan bentuk wacana sosiologis dalam media sehingga berguna dalam menganalisis berbagai persoalan dalam wacana sosiologis dan wacana media. Selain itu memberikan sumbangsih yang besar dalam pemikiran atas wacana dalam media yang menyangkut tentang wacana sosiologis yang terdapat dalam media massa khususnya televisi yang ada dewasa ini lebih spesifik pada beberapa hal yaitu:

- a. Pada bidang ilmu pengetahuan, penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi sebuah referensi khususnya dalam melihat beberapa fenomena yang ada dalam media massa. Selain itu penelitian ini sangat diharapkan dapat

memberikan sumbangsih dalam melihat fenomena sosiologis komunikasi sehingga menjadikan masyarakat lebih memahami bahwa media yang sekarang kita saksikan memiliki kepentingan – kepentingan, untuk menyampaikan realitas yang ada.

- b. Pada dunia media, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah kritik dan autokritik pada para pelaku dalam dunia media khususnya dalam hal wacana yang diberitakan oleh media itu sendiri. Sehingga, dalam beberapa hal media dapat menjadi corong komunikasi dua arah dalam menyikapi berbagai wacana yang ada, terkhusus pada media televisi Trans 7 khususnya pada program berita. Sehingga penelitian ini bias menjadi sebuah masukan yang baik, agar media massa khususnya berita dalam menyampaikan beritanya tidak seperti saat ini yang berkembang terlalu banyak campur tangan pelaku medianya, sehingga realitas yang ada perlu di simulasi ulang, oleh masyarakat.
- c. Pada kehidupan bermasyarakat, penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang besar terhadap cara pandang terhadap wacana yang diberitakan oleh media, terkhusus pada informasi yang dikembangkan, sehingga informasi yang diberitakan oleh media tersebut dapat tersaring beberapa aspek positif di dalamnya. Sehingga masyarakat tidak terjebak kedalam realitas yang semu dan masyarakat bisa membedakan realitas yang sesuai fakta yang terjadi atau realitas hasil simulasi media massa.

Pada akhirnya, dengan bantuan kerangka berfikir sosiologi secara teoritis penelitian ini berfungsi untuk menerangkan suatu pola simulasi yang dilakukan melalui media massa khususnya pemberitaan televisi.

E. Tinjauan Penelitian Sejenis

Ketertarikan akademisi akan tema sosiologi komunikasi memang sudah semakin bertambah setelah peneliti mendapatkan mata kuliah tersebut. Selain itu, studi yang dilakukan misalnya saja mengenai simulasi realitas sosial dari media massa, simulasi melalui berita, dan yang lebih spesifik adalah melihat perspektif publik dilihat dari Simulasi berita televisi yang di saksikan. Simulasi realitas sosial pada program berita pertama dilihat dari peran media massa. Peran media massa dapat mengakibatkan perubahan sosial dimasyarakat karena disebabkan oleh pembentukan realitas berita.

Hasil dari tinjauan penelitian sejenis diketahui, bahwa peran media massa dalam perubahan sosial bisa dikaji dengan teori budaya massa, komunikasi massa, agenda setting dan interaksionisme simbolik. Selain itu jika ingin mengkaji perubahan sosial dan pembentukan realitas berita dapat menghasilkan perspektif publik. Kedua hal itu dapat dikaji dengan beberapa pendekatan yaitu bisa dengan, teori realitas sosial dan konstruksi sosial selain itu dapat dikaji pula dengan hegemoni, *gatekeeper*, *mediality jurnalisme*, dan objektifikasi. Maka, aspek peran media, perubahan sosial, pembentukan realitas berita, kekuasaan negara, berpengaruh dalam pengsimulasian realitas sosial pada program berita televisi. Dalam *reading*

course peneliti ada 14 bahan bacaan penulis yang hampir semua memiliki jenis yang sama dengan penulis mengenai media massa, simulasi, pola pikir masyarakat. Dan sebagainya ada empat studi pustaka yang coba memberikan perbandingan dan perbedaan dalam segi penulisan:

TABEL I.1
Perbandingan Studi Pustaka Terdahulu Dengan Peneliti

No	Peneliti	Judul	Fokus	Perbedaan dengan peneliti	Kesamaan
1.	Monica-Florina Ghergel, Laura Mariana Paraschiv	<i>Is Framing a Key Element for a News Item To Fall into the Soft or Hard Category</i>	Pembentukan sebuah realitas didalam berita.	Fokus peneliti menganalisis berita dengan frame – frame yang ada. Tetapi berita itu mempengaruhi masyarakat seperti apa. Persepsi apa yang dibentuk oleh berita. Yang menimbulkan pemahaman yang berkembang di masyarakat.	Membahas tentang berita yang mempengaruhi masyarakat.
2.	Pitra Narendra	<i>Media Massa dan Globalisasi Produk Simbolik .</i>	Peran Media Massa dalam Penyebaran produk simbolik	Penelitian ini lebih berfokus pada salah satu media massa, yaitu majalah remaja sehingga hubungan antara media dengan khalayaknya lebih dapat diketahui dan dijelaskan melalui symbol – symbol.	Pembahasan mengenai media massa sebagai wadah penyebaran produk-produk simbolik yang nantinya akan mempengaruhi masyarakat.

No	Peneliti	Judul	Fokus	Perbedaan dengan peneliti	Kesamaan
3.	Noneng Sumiaty dan Neti Sumiati	<i>SIMULASI REALITAS SIARAN BERITA PADA TELEVISI LOKAL</i>	Televisi local mensimulasi berita lokal bagaimana pbingkajian dari wartawan mempengaruhi pola pikir masyarakat.	Fokusnya akan berbeda, karena penulis tidak berfokus bagaimana berita di bingkai oleh wartawan. Framing yang membuat pola pikir masyarakat berubah.	Kualitatif Deskriptif, Pembahasan mengenai Berita hanya sebuah simulasi ulang dari pemangku kebijakan di televisi tersebut. Sehingga berita hanyalah sebuah resimulasi ulang realitas nyata.
4	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh	Komunikasi Sistem dan Aktor: Fungsi Media Massa (Televisi Dalam Merubah Gaya Hidup Masyarakat)	Perubahan gaya hidup karena acara televisi.	Focus penelitian bagaimana media dengan framing yang berbeda menghasilkan berita yang berbeda. Sedangkan dipenelitian penulis, ingin mengungkapka n dengan frame yang berbeda menghasilkan pola fikir masyarakat akan menjadi seperti apa melihat sebuah berita.	Media massa khususnya dalam menyampaikan berita memiliki maksud dan tujuan untuk melakukan suatu penanaman nilai dan etika. Sehingga, penanaman nilai tentang etika yang benar dalam kehidupan.

Sumber: Diolah dari temuan penelitian, 2016.

Berdasarkan studi yang dipaparkan sebelumnya, Media masa bukanlah benda mati yang hanya dapat dimanfaatkan oleh segelintir individu -individu yang memiliki kuasa. Lebih dari itu, media massa juga dapat membentuk opini public dengan memberitakan sajian-sajian tertentu yang terkadang subjektif. Pandangan media akan realitas persoalan akan menentukan isi simbolik realitas.⁷ Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

Seperti pada penelitian, *“Is Framing a Key Element for a News Item To Fall into the Soft or Hard Category”* bahwa berita di televisi juga sering dianggap sebagai *“a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection”*⁸. Atau pada bahwa berita itu adalah Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, *angle*, arah dan *framing* dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media.

⁷ Frederik Lasage Robert Hacket, *“Between Objectivity and Openness – The Mediality of Data for Journalism”* Vol. 2, Num. 2 (Portugal: Cogitatio Publisher, 2014) Hlm.12

⁸ Monica Ghergel Florina dan Laura Mariana Paraschiv. *“Is Framing a Key Elementfor a News Item To Fall into the Soft or Hard Category”*, (Bucharest: National Schoolof Political Studies and Public Administration. 2013).

Khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan. Studi yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan pada dua hal penting. Pendekatan yang digunakan peneliti berbeda dengan pendekatan yang dilakukan pada studi-studi terdahulu. Kebanyakan dari studi sebelumnya melakukan pendekatan melalui simulasi berita melalui analisis *framing* dan menggunakan *gatekeeping*. Sementara itu, peneliti menitikberatkan fenomena simulasi berita apakah memiliki pengaruh besar terhadap persektif publik. Pendekatan ke Trans 7televisi yang memiliki genre yang berbeda memungkinkan peneliti menemukan keunikan lain dari sebuah simulasi yang mempengaruhi perspektif publik.

F. Kerangka Konseptual

1. Pengertian Berita

Berita berasal dari bahasa Sanskerta “*Vrit*” yang dalam bahasa Inggris disebut “*Write*” arti sebenarnya adalah “ada” atau “terjadi”, ada juga yang menyebut dengan “*Vritta*” artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. “*Vritta*” dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi “berita” atau “warta”. Jadi, artinya berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi berpendapat bahwa para pakar jurnalistik tidak mudah untuk memberikan definisi “berita”.⁹

Para ilmuwan, penulis dan pakar komunikasi memberikan definisi berita yang beraneka ragam, di antaranya adalah sebagai berikut: Williard C. Bleyer dalam

⁹ Kamus Istilah Jurnalistik. Disusun oleh Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Penerbit PROGRES bekerjasama dengan Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2003.hal 1.

Assegaf mendefinisikan berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena dia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.¹⁰ Menurut William S. Maulsby sebagaimana dikutip Djuroto mengenai berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. Menurut Eric C. Hepwood berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.¹¹

Dari beberapa definisi di atas, kesemuanya menunjukkan beberapa persamaan yakni menarik perhatian, luar biasa, dan termasa (baru). Oleh karena itu, menyimpulkan bahwa berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa yang dapat dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, sehingga dapat menarik perhatian pembaca entah karena luar biasa atau karena pentingnya berita, atau karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan. Berita (*news*) merupakan sajian utama sebuah media massa di samping *views* (opini). Mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa).¹² Unsur unsur berita yang dipakai dalam memilih berita adalah sebagai berikut¹³

¹⁰Dja'far H. Assegaf, *Jurnalistik masa kini* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991) hlm. 23.

¹¹ Totok Djuroto, *Teknik mencari & menulis berita* (Semarang: Dahar prize, 2003) hlm. 6.

¹² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Terapan* (Bandung: Batic Press, 2003) hlm:3

¹³ Totok Djuroto, *Op.Cit*, hal 15-24

a. Aktual atau baru (*Timelines*)

Unsur aktual atau termasa merupakan unsur yang terpenting bagi sebuah berita. Berita baru yang masih hangat akan menarik perhatian pembaca. Sedangkan berita yang sudah di ketahui oleh para pembaca (basi) tentunya tidak laku jual. Pengertian termasa atau aktual mempunyai arti yang relatif. Aktual tidak harus peristiwanya baru saja terjadi, misalnya peristiwa yang pernah terjadi dimasa lampau dan baru diketahui oleh pembaca setelah dia membaca berita itu untuk pertama kalinya. Aktual juga bisa juga diartikan adanya penemuan faktafakta baru atas kejadian atau peristiwa yang pernah terjadi pada ratusan tahun yang lalu.¹⁴

b. Jarak (*Proximity*)

Selain menyukai hal-hal tentang dirinya, manusia juga menyukai orang-orang yang dekat dengan dirinya seperti teman, keluarga, tetangga, atau hal-hal yang terjadi di daerahnya. Suatu berita mengenai peristiwa yang terjadi di Jakarta, akan menarik perhatian pembaca di Jakarta, akan tetapi belum tentu menarik perhatian pembaca di Ambon. Karena itu surat kabar atau harian Jakarta akan memuat berita tadi, sedangkan harian yang terbit di Ambon belum tentu akan memuat berita itu. Begitu pula bagi pembaca surat kabar yang sudah menyaksikan sendiri sesuatu kejadian yang sudah dilihatnya, masih saja akan membalik lembaran surat kabar untuk membaca laporan atau berita tentang kejadian itu. Sebab dari dorongan untuk membaca ini tiada lain adalah untuk membandingkan apa yang telah dilihatnya dengan apa yang telah

¹⁴ Dja'far H. Assegaf, *Op. Cit*, hlm. 26

dilihatnya dengan apa yang dituliskan wartawan dalam surat kabar. Jarak turut memberikan arti penting suatu berita karena umumnya manusia adalah makhluk yang sangat egosentris. “Aku”nya akan selalu menonjol ke depan dalam setiap menghadapi persoalan, dan kemudian secara bertingkat akunya “aku” terlepas, menjadi keluarga”ku”, teman”ku”, pekerjaan”ku”, daerah”ku”, bangsa”ku” dan sebagainya.

c. Keterkenalan (*Prominence*)

Penting atau tidaknya peristiwa atau kejadian untuk diberitakan, tidak hanya terletak pada besar kecilnya peristiwa tetapi juga terkenal atau tidaknya subjek yang terkait pada peristiwa tersebut. Mengenai unsur penting atau terkenal ini mempunyai pengertian yang relatif. Seseorang yang terkenal di Indonesia, seperti Butet Kertaradjasa ataupun Nahrowi Ramli, bisa saja mempunyai nilai-nilai berita pada acara televisi di Indonesia. Akan tetapi, belum tentu mempunyai nilai berita bagi harian di luar Indonesia. Dalam hubungan ini diperlukan penggolongan namanama penting (tokoh-tokoh), misalnya tokoh-tokoh daerah, tokoh-tokoh nasional dan tokoh-tokoh internasional. Begitu pula dengan nama-nama tempat yang dikenal, misalnya pemandian laut Cilincing, kurang dikenal di luar Jakarta, akan tetapi Menara Eifel atau Menara Pisa tentunya akan mempunyai nilai berita yang lebih tinggi karena dikenal oleh masyarakat dunia.

d. Keluarbiasaannya (*Unusualness*)

Kejadian yang tidak lazim atau sesuatu yang aneh akan memiliki daya tarik kuat untuk dibaca. Matahari yang terbit dari setiap pagi hari di ufuk timur dan tenggelam

di ufuk barat, tidak menarik perhatian pembaca. Akan tetapi jika matahari pada suatu ketika terbit di ufuk barat, maka Kini akan menarik perhatian orang, karena kejadian itu adalah merupakan sesuatu yang aneh dan diluar kebiasaan. Karena ia menarik perhatian orang, kejadian itu mempunyai nilai berita.

Sesuatu yang aneh atau luar biasa selalu menarik perhatian orang.

e. Dampak (*Consequence*)

Kejadian atau peristiwa yang memiliki akibat atau pengaruh biasanya menarik perhatian masyarakat. Ini karena sifat manusia yang egosentris selalu mementingkan dirinya sendiri. Sesuatu yang menimbulkan akibat akan menarik perhatiannya. Ini perlu diwaspadai dalam hal membuat berita. Peristiwa yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat, misalnya kenaikan harga BBM yang memiliki nilai berita tinggi. Mengukur luasnya dampak yang ditimbulkan oleh suatu peristiwa juga dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, “Berapa banyak manusia yang terkena dampaknya, seberapa luas, dan untuk berapa lama?” Jawaban atas pertanyaan itu akan menentukan apakah kita menghadapi berita besar atau berita biasa.

f. Ketegangan (*Suspence*)

Ketegangan dapat dijadikan salah satu unsur dalam pembuatan berita agar dapat menarik perhatian pembaca. Seperti halnya dalam drama seri (sinetron) atau film, unsur ketegangan dijadikan dasar untuk membuat penonton tertarik mengikuti drama atau film sampai selesai.

g. Pertentangan (*Conflict*)

Peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan senantiasa menarik perhatian pembaca. Para sosiolog berpendapat, bahwa pada umumnya manusia memberi perhatian terhadap konflik. Apalagi kalau mereka tidak mengalaminya sendiri. Sebab itu, orang suka membaca berita tentang perang, kriminalitas, olahraga atau persaingan dalam bidang apapun karena di dalamnya terkandung unsur konflik dan drama.

h. Kemajuan (*Progress*)

Kemajuan tidak hanya dalam bidang teknologi ruang angkasa saja yang mengandung nilai berita tinggi, kemajuan dalam bidang pengobatan atau kedokteran juga memiliki nilai berita tinggi.

i. *Human Interest*

Istilah *human interest* lebih jelas kita sebut dengan satu kehidupan yang menarik. Dalam hal menampilkan *human interest*, yang perlu diperhatikan adalah pemaparan sesuatu yang menarik dari satu kehidupan. Bisa kehidupan manusia dan binatang. Kehidupan yang menarik pada penampilan berita, merupakan rangsangan tersendiri bagi pembaca. Ini karena sifat manusia selalu ingin mengetahui yang aneh dan menarik.

j. Emosi

Manusia adalah makhluk yang sangat dipengaruhi oleh emosi. Diantara emosi itu ada rasa simpati. Simpati yang ditimbulkan oleh sesuatu berita, selalu menarik

perhatian pembaca. Di sini peran pembuat berita sangat diperlukan. Bagaimana cara mengetuk hati nurani pembaca hingga sifat simpatinya muncul. Jika sudah demikian tinggal bagaimana memberikan arahan agar pembaca/pendengar/pemirsa turut andil dalam masalah yang diberitakan, misalnya bencana alam.

k. Humor

Humor tidak harus dengan memaparkan gambar seperti karikatur, pengolahan kata yang unik bisa membuat penonton tersenyum merupakan bagian dari humor.

2. Konseptualisasi mengenai *Framing* Media Massa

Framing adalah penekanan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan disimulasi oleh media.¹⁵ Proses pembentukan dan simulasi realitas itu akhirnya adalah adanya bagian tertentu yang lebih menonjol yang lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut disajikan dengan cara menekankan bagian tertentu, yang dapat menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas dari peristiwa. Analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media.

¹⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)

Ide tentang *Framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1955. *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, wacana, dan yang menyediakan kategori-kategori standard untuk mengapresiasi realitas.¹⁶ Akhir-akhir ini, konsep *framing* telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Artinya analisis ini untuk membedah ideologi suatu media dalam mensimulasikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.¹⁷

Framing pada akhirnya menentukan bagaimana realitas itu hadir di hadapan khalayak atau pemirsa yang menonton televisi. Selain itu, hal lain yang menentukan bagaimana berita atau informasi yang disajikan ini dapat ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman pribadi dari wartawan. *Framing* dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila wartawan mempunyai *frame* yang berbeda ketika melihat satu peristiwa.¹⁸

¹⁶ Agus Sudibyo, *Citra Bung Karno. Analisis Berita Pers Orde Baru*. (Yogyakarta: Bigraf Publishing, 1999), hlm. 23

¹⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm 162.

¹⁸ Eriyanto, *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2001), hlm.97

Frame diinterpretasikan secara beragam menurut objek kajiannya. Dalam sosiologi, Erving Goffman berpendapat bahwa *framing* adalah skema dalam realitas sosial. Sosiolog Erving Goffman menekankan bahwa *framing* sebagai pendefinisian situasi yang sedang terjadi dan menjawab pertanyaan *what it is that going on here?* menurut Goffman, *frame* merupakan struktur kognitif yang memandu persepsi dan presentasi mengenai realitas. *Frame* menunjukkan *Schemata of Interpretation* yang memungkinkan orang untuk meletakkan, memersepsikan, mengidentifikasi, dan memberi label peristiwa-peristiwa dalam kehidupan bahkan dunia secara umum. Kunci dari argumen Goffman tentang analisis *framing* adalah bahwa individu merasakan kehidupan sehari-harinya dengan *devising frames* yang membentuk dan *compartmentalize* pengalaman mereka serta membantu mereka menjelaskan bidang objek serta peristiwa di sekitar mereka.¹⁹

Wartawan memakai secara strategis kata, kalimat, *lead*, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lainnya untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana itu dapat dijadikan alat bagi peneliti untuk memahami bagaimana media mengemas peristiwa. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara

¹⁹ *Ibid*, hlm.98

keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna yang berdasarkan perangkat tanda dimunculkan dalam teks sehingga seseorang dapat memaknai suatu peristiwa. Perangkat *framing* dalam pendekatan ini dapat dibagi dalam empat struktur besar, yaitu:

1. Struktur sintaksis merupakan penyusunan fakta atau peristiwa dalam teks berita yang berupa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa, disusun dalam bentuk susunan umum berita. Perangkat *framing* adalah skema berita, dan unit yang diamati adalah *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup. Struktur sintaksis dapat memberikan petunjuk yang berguna untuk wartawan dalam memaknai peristiwa dan hendak ke mana berita itu akan diarahkan.²⁰
2. Struktur skrip merupakan pengisahan fakta dalam teks berita. Struktur ini melihat strategi dan cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Perangkat *framing* adalah kelengkapan berita dan unit yang diamati melalui 5W+1H. Untuk itu, unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting, namun jika salah satu unsur kelengkapan berita yang dimiliki wartawan tidak dimunculkan maka akan memperlihatkan penekanan atau penonjolan dan penyamaran terhadap fakta yang ada.

²⁰ Eriyanto, *Op.Cit*, Hlm. 31.

3. Struktur tematik merupakan penulisan fakta atau menuangkan pandangan dalam teks berita terhadap suatu peristiwa berdasarkan proposisi, kalimat atau hubungan kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Perangkat *framing* dari struktur tematik ini terdiri dari detail, maksud, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat, dan hubungan kalimat. Struktur tematik sebenarnya merupakan alat analisis untuk melihat bagaimana fakta ditulis, kalimat yang dipakai, serta menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.²¹
4. Struktur retorik merupakan penekanan fakta dalam teks berita. Perangkat *framing* yang digunakan adalah leksikon, grafis, metafora, penandaan dengan unit analisis kata, idiom, gambar, foto, dan grafik. Disamping itu unsur leksikon menunjukkan pilihan kata dalam suatu kalimat tertentu. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa. Wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar.

3. Simulasi dan Simulacra

Perbedaan penggunaan bahasa pada akhirnya juga menentukan perbedaan cara berpikir manusia tersebut Jean Baudrillard dianggap sebagai salah satu “guru” dalam kajian postmodernisme Perancis. Baudrillard merupakan teoretikus yang penting dan provokatif selama periode 1970-an. Baudrillard telah membuka jalan

²¹ *Ibid*, Hlm. 104.

baru bagi teori sosial kontemporer dan menantang ortodoksi yang dominan. Baudrillard menggambarkan munculnya masyarakat postmodern yang diorganisasi oleh simulasi. Model, kode, komunikasi, informasi, dan media merupakan penyebab patahan radikal dengan masyarakat modern.

Kondisi terlampauinya prinsip-prinsip realitas yang dapat diciptakan secara artifisial lewat bantuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni mutakhir disebut Baudrillard sebagai teknologi simulasi. Simulasi adalah proses penciptaan bentuk nyata melalui model-model yang tidak mempunyai asal-usul atau referensi realitasnya sehingga manusia mampu membuat sesuatu hal menjadi, ilusi, fantasi, dan khayali menjadi tampak nyata. Teknologi simulasi demikian ini dibangun oleh dimensi ruang baru yang disebut dengan ruang simulakrum. Ruang simulakrum dapat diartikan sebagai ruang nyata dari imajinasi yang tercipta oleh data komputer. Oleh karena itu, pada hakikatnya ruang simulakrum adalah ruang digital yang menurut Baudrillard adalah posrealitas, dan hal itu adalah dunia hiperrealitas. Sebuah dunia yang melampaui realitas, sebuah ruang imajinasi yang tercipta dari kecanggihan teknologi komunikasi. Perkembangan diskursus simulakra (*Simulacra*) atau simulasi (*Simulation*) berawal dari hasil pembacaan Jean Baudrillard terhadap realitas kebudayaan masyarakat Barat saat itu. Dengan mengadopsi dan mengembangkan pemikiran Karl Marx tentang nilai guna (*use-value*) dan nilai tukar (*exchange-value*), Ferdinand de Saussure, Georges Bataille, Marcel Mauss, *Semiologi* Roland Barthes, serta konsep *global village* dan *medium is message*

Marshal McLuhan. Baudrillard menyatakan bahwa realitas kebudayaan dewasa ini sudah menunjukkan suatu karakter khas yang membedakannya dengan realitas kebudayaan modern masyarakat Barat. Kebudayaan yang dikenal dengan era postmodern yang di dalamnya memuat ciri-ciri hiperrealitas, simulakra, dan simulasi, serta dominasi tanda-tanda dan nilai simbol menggantikan realitas sebenarnya, representasi serta nilai guna dan nilai tukar. Inilah wacana kebudayaan yang saat ini menghidupi dan sekaligus kita hidupi, sebagai sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditolak.²²

Dalam buku *Symbolic Exchange and Death*, Jean Baudrillard menjelaskan pola perkembangan simulasi. Ada tiga tatanan revolusi *simulacra* atau hubungan antara tanda (citra) dan realita, yaitu fase *Counterfait*, *production*, dan *Simulation*. Pertama adalah fase *simulacra* yang beroperasi pada kisaran nilai hukum alam, kedua adalah fase *simulacra* yang beroperasi pada nilai hukum pasar, dan ketiga adalah fase *simulacra* yang beroperasi pada nilai hukum struktural (nilai membentuk struktur dan memberi makna realitas).²³

Dan kecenderungan yang lain dari jaman sekarang adalah ditandai dengan proses estetisasi dalam kehidupan, yakni menguatnya kecenderungan hidup sebagai proses seni. Produk yang dikonsumsi tidak lagi dilihat dari fungsi, tetapi dari simbol yang berkaitan dengan identitas dan status. Pada saat kecenderungan ini terjadi

²² Bagong Suyanto, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, (Yogyakarta: Aditya Media Publishing, 2010), hlm. 39

²³ Jean Baudrillard, *Symbolic Exchange and Death*, terj. Hamilton Grant, (London: SAGE Publications, 1998), hlm. 50.

esensi kehidupan menjadi tidak penting karena sebagai sebuah seni, kehidupan memiliki makna keindahan sehingga yang dihayati dari hidup itu adalah Citra, dan di sini etos konsumtif (simbolis) jauh lebih penting daripada etos produktif.²⁴ Dan berita di sini menjadi produk yang dikonsumsi. Kembali dapat kita lihat bahwa berita bukan lagi menjadi sesuatu yang , tetapi telah menjadi hal karena adanya kebutuhan, ini menunjukkan ada pergeseran di dalam perkembangan berita yang dibentuk oleh kaum kapitalis menjadi salah kebutuhan dasar masyarakat.

Menurut Baudrillard pesona *medium* (teknologi, trik media) membuat orang-orang ter hanyut dan tidak lagi mempedulikan soal pesan yang terkandung di dalamnya. Keinginan dalam mengkomunikasikan, memproduksi, mensirkulasikan dan mengonsumsi segala hal dalam bentuk tanda, citra (*image*) yang dipentingkan bukanlah sampainya pesan, makna dan tujuan melainkan hanya untuk sekedar kesenangan dan ketertarikan, terhadap komunikasi. Berdasarkan uraian Baudrillard tersebut dapatlah dikatakan bahwa komunikasi telah kehilangan arah dan tujuan, hal ini karena komunikasi tidak lagi didasarkan atas pesan dan makna, komunikator dengan komunikan seakan telah kehilangan fungsi, yang ada hanyalah kepuasan dan kesenangan atas tindakan komunikasi itu sendiri.

Suatu ekstasi yang berada dalam penampakan citra diri (*apprance*) secara habis-habisan dikerahkan dengan menggunakan seluruh potensi citra yang ada, bahkan citra yang telah melewati kapasitas, kemampuan, kompetensi dan realitas

²⁴ Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 107-112.

yang bersangkutan tanpa mempertimbangkan kaitan antara waktu penayangan dan kondisi psikologi massa, inilah yang disebut dengan ekstasi komunikasi.²⁵

Menurut Baudrillard dunia telah dimampatkan dalam layar, citra, objek dan tanda-tanda.²⁶ Dunia tidak lagi direpresentasi dalam tanda, tetapi tanda telah menjadi dunia. Kecenderungan semiotika dan pelipatan bahasa yaitu sebagai bentuk Ekstasi Komunikasi. Dengan Ekstasi komunikasi ditandai dengan lenyapnya transendensi, kedalaman, dan kebenaran dalam komunikasi. Proses komunikasi dapat berlangsung di dalam suatu media massa meskipun orang tidak memerlukan semua yang terdapat di sana dan informasi terus saja ditampilkan meskipun banyak diantaranya tidak berguna, tetapi orang sudah mengalami ekstasi dan menganggap media menjadi penting. Dalam ekstasi komunikasi tanda kehilangan hubungan dengan realitas yang direpresentasikan melalui pesan dan makna yang ingin disampaikan.

Baudrillard menggambarkan dunia postmodern sebagai dunia yang bercirikan simulasi, yang dimana proses simulasi sendiri dimulai dengan penciptaan *simulacra* (reproduksi atas peristiwa). *Simulacra* adalah sebuah dunia, yang dibentuk oleh pencitraan maupun retorika, serta trik pengelabuan informasi. Selain itu *simulacra* juga dapat diartikan sebagai sebuah dunia yang di dalamnya berlangsung permainan hukum dengan menggunakan bahasa-bahasa distorsi. Bagian dari permainan

²⁵ Yasraf Amir Piliang, *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hlm. 54.

²⁶ *Ibid*, hlm. 56.

hukum itu adalah permainan bahasa hukum, simbol, pencitraan, dan makna. Jadi, dunia *simulacra* berarti sebuah dunia yang di dalamnya ditampilkan sifat-sifat kepura-puraan.²⁷

G. Metodologi Penelitian

a) Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebagai Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dengan demikian akan terlihat bagaimana pengsimulasian makna yang dilakukan oleh media massa lebih detil dan konkret sehingga penelitian ini akan lebih mendeskripsikan secara jelas. Sedangkan, observasi merupakan pengumpulan data langsung di lapangan. Menurut Cresswell pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mengeksplor dan memahami makna individu atau kelompok di dalam masalah sosial. Cresswell juga menjelaskan bahwa dalam proses penelitian kualitatif, peneliti akan melibatkan beberapa pertanyaan, dan prosedur, sedangkan data biasanya akan dikumpulkan melalui partisipan. Analisis data dibentuk secara induktif dari khusus ke tema yang umum, dan peneliti membuat interpretasi dari makna yang berasal dari data.²⁸ Kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data yang berwujud kata-kata dan bukan

²⁷ Muhammad Azwar, “Teori Simulakrum Jean Baudillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi”, dalam *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol. 2 No. 1, (Makassar: Jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Alauddin, 2014), hlm. 3.

²⁸ John W. Cresswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (California: SAGE Publications, 2009) Hlm. 4.

rangkain kata. Data itu diperoleh dengan berbagai cara yaitu observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman).²⁹

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif berupa studi kasus yang dilakukan pada suatu lokasi dan karakteristik tertentu yang ditemukan di lapangan. Studi kasus ditandai dengan kegiatan untuk mengumpulkan data dan informasi untuk menggali proses terjadinya peristiwa atau pengalaman aktor pada suatu kejadian secara utuh dan mendalam.³⁰

b) Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan mengkaji lebih mendalam mengenai Sosiologi komunikasi, khususnya mengenai media Massa. Untuk memperoleh data yang *valid*, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua yaitu Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka dimana dalam kajian pustaka meliputi beberapa tahapan yaitu, mencari membaca, dan memverifikasi laporan-laporan penelitian, setelah didapatkan sumber-sumber baik artikel, jurnal, buku, Tesis, dan sumber tertulis lainnya.³¹ Selain kajian pustaka peneliti melakukan observasi di *Trans 7* untuk melihat data-data empiris yang ada dengan wawancara mendalam dan pengamatan, hasil pengamatan lalu dikolaborasikan dengan teori-teori yang ditemukan dalam kajian pustaka.

²⁹ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (terjemahan), (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1992) Hlm. 15

³⁰ John W. Cresswell, *Research Design Qualitative and Quantitative Approach*, (California: Sage Publications, 1994) Hlm. 70

³¹ Teknik kajian pustaka sering juga disebut dengan library research atau penelitian pustaka. Lihat dalam Herman Wasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1995) hlm. 15.

c) Subjek Penelitian

TABEL I.2
Subjek Penelitian

No	Nama	Usia	pekerjaan
1	Nunung hc	45 tahun	Produser Trans 7
2	Tubagus	42tahun	Asprod Trans 7
3	Roland lagondaw	29 tahun	Anchor CNN dan trans 7
4	Aji	23 tahun	PA Trans 7

Sumber: hasil temuan penelitian 2016

Sumber data penelitian ini didapat dari informan kunci dalam memperoleh informasi dan data-data mengenai simulasi yang dilakukan oleh media televisi, khususnya di bidang berita. Informan kunci penulis ada empat melalui produser program *Selamat Pagi Trans 7*, satu orang reporter, satu orang pembaca berita. Informan diberikan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah ke penelitian ini. Selain ke empat tersebut peneliti mewawancarai sepuluh orang seperti, penonton program selamat pagi, reporter, editor, cameramen, lain untuk mendukung tulisan peneliti, terutama mereka yang menonton berita. Waktu wawancara disesuaikan dengan informan. Beberapa hasil wawancara bisa dilihat dalam penjelasan selanjutnya. Selain itu, peneliti juga banyak mengkaji materi - materi berita terbaru dan yang sering berbeda cara penyampaiannya oleh Program *Selamat Pagi*, untuk mengetahui tentang proses dan peresimulasi ulang sebuah realitas yang ada.

d) Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dengan demikian akan terlihat bagaimana simulasi makna yang dilakukan oleh media massa lebih detail dan konkret sehingga penelitian ini akan lebih mendeskripsikan secara jelas. Sedangkan, observasi merupakan pengumpulan data langsung di lapangan. Selain itu metode yang digunakan adalah wawancara. Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara³², di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Sehingga pengumpulan informasi menjadi lebih lengkap dan sesuai kenyataan yang ada.

Penelitian deskriptif ini lebih banyak melakukan wawancara yang mendalam terhadap informan, mendeskripsikan data-data serta informasi yang kecil hingga sedetil-detilnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dilakukan dengan beberapa cara. Beberapa diantaranya adalah mengumpulkan data secara langsung, seperti observasi, wawancara, studi pustaka dan juga pengumpulan data melalui sumber sekunder.³³

³²Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Indonesia, 2007) Hlm.

³³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001) Hlm. 48.

Dalam teknik wawancara mendalam, Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung mengenai proses simulasi yang dilakukan melalui *Program Selamat Pagi*, dimana simulasi ini melalui proses pembuatan berita. Oleh karena itu, teknik wawancara ini sangat berperan penting untuk mendapatkan informasi tersebut. Wawancara mendalam dilakukan untuk informan kunci, yaitu untuk mendapatkan data mengenai proses suatu realitas bisa terpilih dan diangkat dalam suatu pemberitaan. Wawancara sambil lalu dilakukan untuk informan lain yang bisa memberikan data dan informasi mengenai faktor-faktor apa saja dan motivasi yang akhirnya memunculkan suatu pencitraan bagi berita itu sendiri.

Observasi langsung

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan, dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (realibilitas) dan kesahihannya (validitasnya). Peneliti datang ke lokasi penelitian untuk melihat secara langsung mengenai kegiatan yang ada dan sedang berlangsung. Observasi langsung ini dilakukan dengan cara formal dan informal untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh para reporter pemangku kebijakan di Trans 7, produser, editor, asprod. Bukti observasi dapat menambah dimensi-dimensi baru untuk pemahaman konteks maupun fenomena

yang akan diteliti. Dengan teknik tersebut data yang diperoleh dapat dijadikan bahan untuk menggambarkan hal yang diteliti.

e) **Lokasi dan Tempat Penelitian**

Deskripsi Lokasi

DIVISI NEWS :	Gedung Trans TV, Lantai 5. Jalan Kapten P Tendean Kav. 12 - 14A Jakarta12750. Telepon: (021) 79187762. Fax: (021) 79187755 / 7918776
------------------	---

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang peneliti memilih Divisi News, Departemen Buletin Current Affairs di PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (Trans7) sebagai tempat penelitian lapangan, Karena Trans 7 memiliki Program *Selamat Pagi* yang memiliki keunikan dalam menyampaikan berita dan memproses berita.

f) **Triangulasi Data**

Penulis dalam melakukan pencarian data untuk penelitian harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, mengingat bahwa data-data tersebut sangat dibutuhkan sebagai hasil dari penelitian. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi data sangat penting keberadaannya. Menurut Denzim dalam Moleong “Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi”, terdapat empat macam triangulasi data sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Namun, dalam hal ini penulis menggunakan triangulasi dengan memanfaatkan sumber sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data.

“triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi dengan jalan: 1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, 2) membandingkan apa yang dikatakan orang umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, 3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang, dan 5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan”.³⁴

Peneliti dalam melakukan triangulasi, dengan sumber menggunakan jalan atau cara yang pertama, yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Contohnya, penulis melakukan pengamatan terhadap naskah yang dibuat lalu melakukan perbandingan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, lalu melihat proses produksi dari berita di *Program Selamat Pagi Trans 7*. Membandingkan pendapat peneliti dengan perspektif para wartawan di *Selamat Pagi Trans 7*.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari 5 Bab yakni satu bab pendahuluan, tiga bab pembahasan atau isi dan satu bab lagi adalah penutup. Bab I adalah Pendahuluan yang berisi latar belakang penulis mengangkat tema simulasi makna. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai permasalahan yang akan diteliti menggunakan metode penelitian yang digunakan, serta kerangka konseptual sebagai acuan dasar untuk menjelaskan simulasi makna yang dilakukan melalui pemberitaan. Hal ini sangat penting untuk mengkaji simulasi tersebut sehingga batasan-batasan dan inti dari penelitian ini akan lebih jelas terlihat. Dalam tinjauan

³⁴ Lihat Lexy J. Moleong, “*Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 331.

pustaka sejenis, peneliti akan memperlihatkan posisi penelitian ini diantara penelitian-penelitian lain sejenis yang telah dilakukan sebelumnya.

Pada Bab 2, dijelaskan mengenai sejarah media massa di Indonesia. Hal ini sangat penting sebagai awal bagi pembaca untuk mengetahui konteks historis dan deskripsi perjalanan media massa di Indonesia dan khususnya Trans 7 sebagai studi kasus dalam penelitian ini. Penjelasan tersebut akan memperlihatkan latar belakang serta sejarah bagaimana suatu lembaga penyiaran milik negara bisa memberitakan suatu realitas berdasarkan aturan-aturan, bentuk-bentuk dan undang-undang yang berlaku di lembaga tersebut dari awal berdirinya hingga sekarang.

Pada Bab 3 dijelaskan mengenai temuan lapangan yang fokus utamanya mengenai bagaimana proses simulasi berita di program televisi trans 7 khususnya pada Program *Selamat Pagi*. Secara lebih deskriptif pada Bab ini penulis memaparkan tentang proses suatu realitas yang diangkat menjadi pemberitaan melalui keTrans 7 televisi tersebut. Masyarakat tidak semata-mata bereaksi terhadap tindakan yang lain tetapi dia menafsirkan dan mendefinisikan setiap tindakan orang lain. Respon masyarakat selalu didasarkan atas penilaian makna. Oleh karenanya, interaksi pada manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran bisa menjadi wacana yang menarik untuk diberitakan. Dimana penggunaan simbol-simbol, pengemasan pesan terhadap realitas yang ada menjadi suatu strategi pembentukan realitas dari media dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemberitaan.

Pada Bab 4 penulis memaparkan menganalisis dengan teori simulasi dan *Simulacra* karena penulis berangapan bahwa berita yang ada dan disaksikan oleh *audience*, disimulasi yang dilakukan oleh *Program Selamat Pagi*. Maka, peneliti mencoba menganalisis nya menggunakan pendekatan tersebut,. Bab 5 merupakan Bab terakhir dalam studi ini, yang berisikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian. Kesimpulan ini merupakan jawaban eksplisit dari pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan penulis.

BAB II

SEJARAH DAN SETTING LOKASI

A. Pengantar

Pada Bab ini akan dijelaskan sedikit mengenai sejarah media massa di Indonesia yang akan memperlihatkan bagaimana perjalanan media massa, khususnya televisi dalam perkembangannya menyiarkan segala realitas yang terjadi di masyarakat. Berita mempunyai kekuatan yang sangat signifikan dalam usaha mempengaruhi khlayaknya. Keberadaannya mempunyai peranan penting dalam usaha memberikan informasi penting bagi masyarakat. Pengetahuan yang dapat memperluas wawasan, serta sebagai sarana hiburan sebagai pelepas ketegangan dan yang tidak kalah pentingnya adalah peranan media sebagai kontrol sosial untuk memberikan kritik maupun mendukung kebijakan pemerintah agar memotivasi masyarakat.

Dalam Bab ini akan dipaparkan lebih jauh mengenai historis televise bergenre hiburan dan program- program unggulan. Selain itu, ada pengantar singkat tentang dasar-dasar jurnalisme khususnya apa itu berita bagaimana membuat atau menulis berita, itu semua bertujuan adalah memberi pengetahuan singkat bagaimana berita dibuat dan apa tujuan dari pembentukan berita itu sendiri.

B. Perkembangan Sejarah Media Massa

1. Sejarah Pertelevisian Indonesia

Perkembangan televisi menjadi cepat sehingga memberi dampak yang luas. Pertelevisian di Indonesia berkembang pada 1961. Saat itu pemerintah memutuskan untuk memasukan rencana pembangunan media massa televisi kedalam proyek Asian games IV di bawah koordinasi urusan proyek Asian Games IV. Pada tanggal 17 Agustus 1962, TVRI mengadakan siaran percobaan dengan menyiarkan acara HUT Proklamasi Kemerdekaan Indonesia XVII dari halaman Istana Merdeka Jakarta. Baru pada tanggal 24 Agustus 1962, TVRI secara resmi mengudara dengan menyiarkan upacara pembukaan Asian Games IV dari stadion utama Gelora Bung Karno secara langsung.³⁵ Pemerintah akhirnya memberi izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) pada tahun 1989. RCTI merupakan televisi swasta pertama yang kemudia disusul oleh SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI (sekarang menjadi MNC). Reformasi juga memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi.

Jumlah stasiun televisi di Indonesia baik di Jakarta maupun di daerahdaerah berkembang pesat, ditambah dengan jaringan televisi kabel dengan siaransiaran mengglobal dengan sajian berbagai macam acara. Semua ini pertanda bahwa industri

³⁵ [http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Komunikasi/1\)%20Daftar%20Stasiun%20Televisi%20di%20Indonesia/TVRI/Sejarah%20TVRI%20-%20daftar%20stasiun%20Televisi%20%20wikipedia.org.pdf](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Komunikasi/1)%20Daftar%20Stasiun%20Televisi%20di%20Indonesia/TVRI/Sejarah%20TVRI%20-%20daftar%20stasiun%20Televisi%20%20wikipedia.org.pdf), pada tanggal 17 mei 2016,pukul19.12.

komunikasi di Indonesia makin maju.³⁶ Menjelang tahun 2000, lima stasiun televisi swasta baru bermunculan dalam waktu yang berdekatan, yaitu Metro TV, Trans, TV7 (menjadi Trans 7), Lativi(menjadi TV One) dan Global TV, juga dibarengi televisi berlangganan yang menyajikan beragam program baik dari dalam maupun luar negeri. Setelah Undang-undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah stasiun televisi terus bertambah. Sekarang ditambah dengan televisi baru yang menghadirkan konsep penyegaran yaitu NET TV. Yang membuat semakin banyaknya dan semakin bervariasinya pertelevisian di Indonesia.

2. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Tabel II.1
Visi dan Misi Trans 7³⁷

Visi	Misi
<p>Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN.</p>	<p>Trans7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.</p> <p>Trans7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral? yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja. Trans7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi stakeholders dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima stakeholders.</p>

³⁶ Cangara, Hafied H, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakart,2006),hlm 144

³⁷ <http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=188>, pada tanggal 17 Mei 2016 pukul 20.56

TRANS7 semula bernama TV7 (di bawah naungan Kelompok Kompas Gramedia KKG). Pada tanggal 22 Maret 2000 keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh dan berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000.³⁸ Sejalan dengan perkembangan di dunia pertelevisian di Indonesia dan semakin ketatnya persaingan di bidang tersebut, maka pada tanggal 4 Agustus 2006, KKG menjalin hubungan kerjasama (*strategic partnership*) dengan CT Corp.

Akhir tahun 2012 bersama dengan TRANS TV dan Detik.com dalam media CT Corp di bawah payung TRANSMEDIA, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. TRANS7 berkomitmen untuk menyajikan yang terbaik bagi pemirsanya dengan menyajikan program informasi seperti, Redaksi yang hadir setiap pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, *update* dan informatif.

Salah satu program Unggulan *Trans 7* yang masih bertahan dan masih memiliki penonton setia adalah program *Selamat Pagi Trans 7*. Program tersebut adalah program berita yang dikemas menarik. Selain berita yang seharusnya seperti yang dipaparkan diatas, keunikan yang ada pada program ini adalah , Program ditayangkan perdana pada pagi hari mulai 8 Januari 2007, dipandu oleh 2 orang *host*

³⁸ <http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=3>. pada tanggal 17 Mei 2016 pukul 19.47

(selebritis) serta 4 orang "*reporter on the spot*" (selebritis) dengan latar belakang studio radio dan gaya penyiar radio. Program yang berdurasi 60 menit (pukul 6.30 – 7.30 WIB) ini akan mengangkat topik/masalah hangat yang tengah menjadi perbincangan di masyarakat atau topik aktual di koran sebagai berikut,

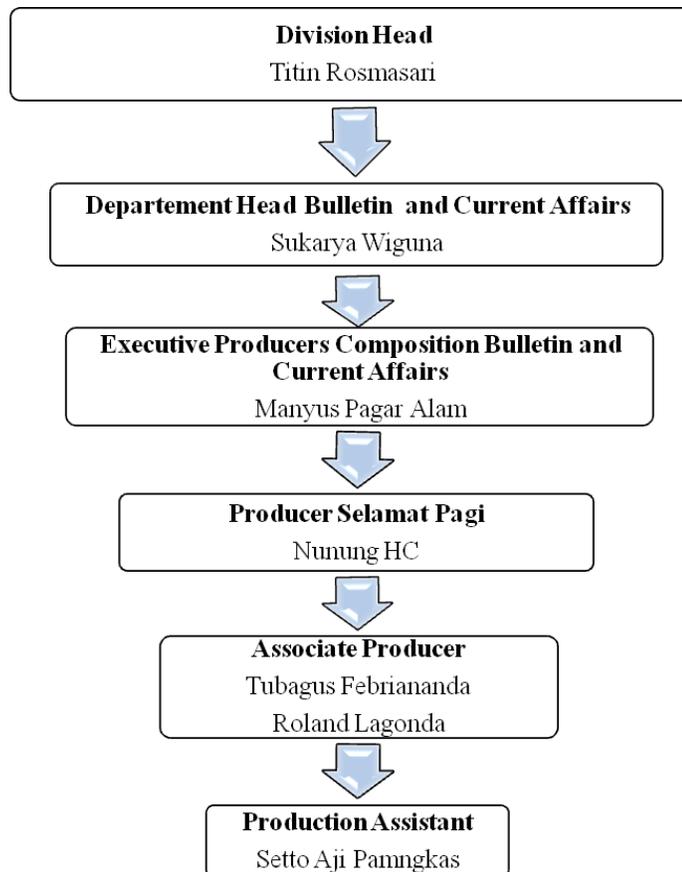
1. *Current News*: mengangkat kasus peristiwa terbaru, kasus humanis, dan sosial.
2. Segmen perkotaan: mengangkat kondisi perkotaan, potret problematic perkotaan, hingga gaya hidup.
3. *Feature*: cerita tentang proses pembuatan/ pengolahan, komunitas, dan trend terbaru.

Selain menghadirkan liputan dengan reporter "*selebritis on the spot*", program *Selamat Pagi* membuka interaktif pemirsa yang berisi keluhan masyarakat atas layanan publik atau pemirsa dapat memberikan komentar atas topik yang sedang diperbincangkan. Tetapi tidak berita itu saja, program *Selamat Pagi* juga membuat berita – berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain:²⁷

1. *Straight news report* adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya, sebuah pidato biasanya merupakan berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian obyektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari what, who, when, where, why dan how (5W + 1H).

2. *Depth news* adalah berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.
3. *Investigative news* adalah berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
4. *Interpretative news* adalah berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.
5. *Opinion News* adalah berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal atau peristiwa.

Berdasarkan struktur organisasi Trans7, Divisi *News* terdapat tiga departemen, dari tiga departemen terdapat 30 program. Program-program di Divisi *News* tipenya *informative* atau seputar berita. Mulai dari berita yang *hardnews* hingga *softnews*. Program *Selamat Pagi* berada di Departemen 2 yaitu *Bulletin Current Affairs*, dimana program beritanya seputar dunia yang *update*, menarik, dan unik. Jumlah karyawan atau staf tiap program sekitar empat sampai lima orang. Begitu pula di Program *Selamat Pagi*, team nya hanya berjumlah empat orang. Berikut struktur organisasinya:

SKEMA II.1**Struktur Organisasi Departemen *Bulletin Current Affairs*, Program*****Selamat Pagi***

Sumber: Diolah dari temuan penelitian, 2016

GAMBAR II.1
Arti Logo *Trans 7*



<http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=188>, pada tanggal 17 Mei 2016 pukul 21.10

TRANSMEDIA, sebagai media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru. Pada tanggal 15 Desember 2013 TRANSMEDIA *me-launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12.

Logo dengan simbol '**Diamond A**' ditengah kata TRANS TV dan TRANS 7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, *diversifikasi* konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat.

Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda. Bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah

rangkaian warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya didalam berlian berbentuk “A” ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

GAMBAR II.2
Kantor berita *Trans 7*



<http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=188>, pada tanggal 17 Mei 2016 pukul 21.10

C. Berita dan Penyajiannya *Selamat Pagi di Trans 7*

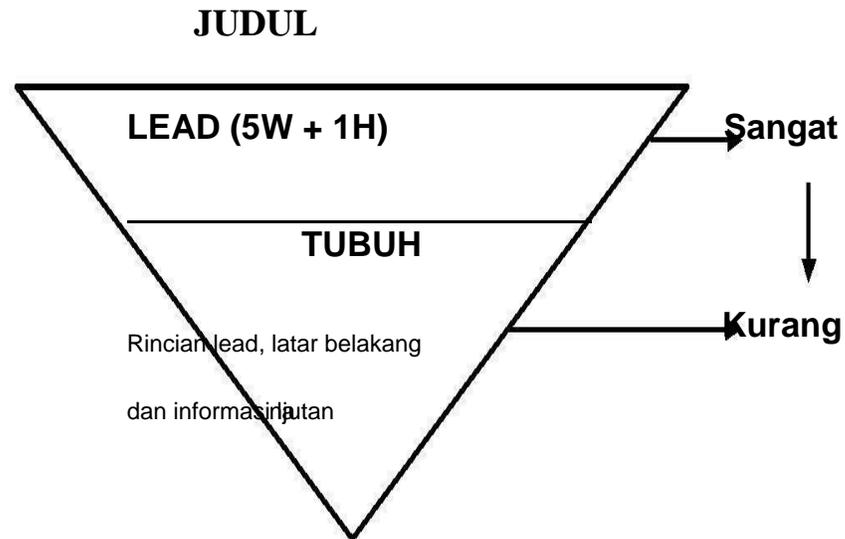
Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi sebagian besar khalayak. Melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet. Berita berasal dari bahasa sansekerta, yaitu urit yang dalam bahasa Inggris disebut *write*, yang berarti

sebenarnya adalah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebut dengan *Writta*, artinya kejadian atau yang telah terjadi. Dalam kamus besar bahasa Indonesia karya Poerwadarminto, berita diperjelas menjadi laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Suatu fakta dapat dikatakan berita, apabila memenuhi syarat antara lain telah dipublikasikan oleh seseorang atau institusi yang jelas identitasnya, alamat, dan penanggungjawabnya, fakta tersebut ditemukan oleh jurnalis dengan cara yang sesuai dengan standar operasional dan prosedur dalam profesi jurnalistik.³⁹

Dari beberapa definisi tersebut dapat dirangkum bahwa berita adalah laporan dari kejadian yang penting atau peristiwa hangat itu dapat menarik minat atau perhatian para pembaca. Berita merupakan gudang informasi, dan berita merupakan bagian terpenting sebuah media massa. Dalam sebuah berita yang idealnya mengambil bentuk piramida terbalik yang diurutkan dengan menjelaskan mulai dari bagian berita yang terpenting sampai pada yang kurang penting, letak tanggal terjadinya peristiwa umumnya terletak pada bagian teras berita. Bentuk penulisan Piramida Terbalik (*Inverted Pyramid*), seperti pada gambar berikut :

³⁹ Umami Panuju, *Psikologi Remaja*, (Yogyakarta: Tiara Wacana), hlm. 25.

SKEMA II.2
Piramid Berita



Pada Piramida terbalik ini, penulisan berita dimulai dengan membuat *lead* atau teras berita sebagai paragraf pertama. Dalam penulisan lead ini mencakup rumus dasar dalam menulis berita berupa 5W + 1H yaitu :⁴⁰

- A. *What* : Peristiwa atau hal apa yang terjadi
- B. *Where* : Dimana peristiwa itu terjadi
- C. *When* : Kapan peristiwa itu terjadi
- D. *Why* : Mengapa peristiwa tersebut terjadi
- E. *Who* : Siapa saja yang terlibat dalam peristiwa tersebut
- F. *How* : bagaimana peristiwa tersebut terjadi

⁴⁰ A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature* (Bandung: Simbiosis, 2005) hlm.69

Kemudian, *lead* dikembangkan atau teras berita tersebut dijadikan sebagai paragraf kedua dan digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan atau mendukung tulisan pada paragraf pertama. Paragraf ketiga dan selanjutnya adalah sebagai tubuh berita. Selain susunan berita yang berbentuk piramida terbalik, yang harus diperhatikan adalah :

- A. Paragraf: lebih baik menggunakan alenia pendek sehingga dapat memberi kesan yang santai dan mudah untuk dibaca.
- B. Gaya bahasa: penggunaan gaya bahasa yang dipakai dapat dimengerti oleh semua pihak, baik kalangan atas atau bawah bahkan pula yang tidak berpendidikan. Hal ini dikarenakan khalayak daripada media massa yang bersifat heterogen.
- C. Ekonomis kata: harus menggunakan kalimat yang sesingkat mungkin untuk mengungkapkan satu maksud. Artinya satu gagasan satu kalimat.
- D. Objektivitas: suatu berita harus tetap dijaga dalam *Press Release* walaupun mengandung suatu tujuan tertentu. Sehingga seseorang beropini, namun haruslah jelas opini tersebut dinyatakan oleh siapa.
- E. Tetap menjaga keakurasian tulisan atau informasi : karena mampu mempengaruhi opini pembaca tentang kredibilitas seorang *Public Relations* sebagai sumber informasi.

- F. Data perlu diperhatikan Panjang sebuah *Press Release* : dalam penulisannya sebaiknya tidak lebih dari dua halaman, sehingga perlu dihindari penggunaan kata yang berbelit-belit.

Bagian terakhir dalam penyajian berita namun bagiannya merupakan hal yang tidak kalah penting yaitu berhubungan dengan persyaratan adanya fakta-fakta yang siap untuk diverifikasi. Melalui data terbuka untuk diadakan penelusuran dan narasumber yang memberikan informasi mudah dikenali serta berbagai pertanggungjawaban berita lainnya.

“Nara sumber dalam berita penting karena berkaitan dengan kredibilitas media massa yang bersangkutan. Ini dikarenakan, perihal nara sumber berkaitan erat dengan kelanjutan adanya penuntutan bilamana ada pihak yang merasa dirugikan akan pemberitaan tersebut. Karena itu, masalah nara sumber, jurnalis dituntut untuk se-valid mungkin dalam menyajikan berita.”⁴¹

Dari pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa berita yang dibuat atau disajikan oleh media massa tidak hanya main-main, karena ini juga bersangkutan dengan kredibilitas stasiun televisi tersebut, selain itu mempertaruhkan program acara berita tersebut. *Desk editor* juga memiliki batas-batas (*editorial policy*) dalam menyusun naskah. Naskah berita tidak dibuat begitu saja sesuai kemauan *editor*, namun semuanya sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku di stasiun televisinya masing-masing, karena dalam penyampaian ada ideology dan nilai yang disebar. Salah seorang *editor* mengungkapkan bahwa tugasnya sebagai *desk editor* memang

⁴¹ Hasil wawancara dengan Nunung hc, Produser program berita di Trans 7, tanggal 29 April 2016.

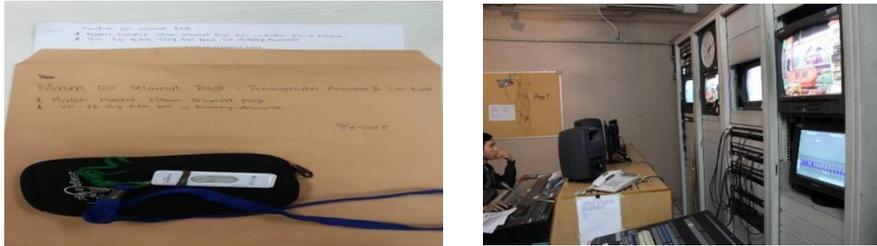
telah ditentukan secara tertulis. Namun dalam pelaksanaannya terkadang tugasnya banyak ditentukan oleh keadaan lapangan. Bila dibutuhkan cepat, maka tugasnya tidak bisa lagi sesuai jadwal seorang *editor*. Dan harus dalam keadaan siap jika dibutuhkan untuk segera mungkin menyiapkan naskah berita.

“Naskah berita harus mengedepankan sesuatu yg actual unsur ini selalu menjadi hal utama dalam sebuah berita. Karena pembaca lebih tertarik dengan berita yang masih baru atau update. Berita- berita mengedepankan berita yang update, terkadang berita update itu pasti ingin dimunculkan oleh semua stasiun televisi yang memiliki berita. Oleh karena itu kami wartawan selalu mencoba menarik sudut pandang lain, tanpa mempengaruhi informasi yang ada pada berita itu.”⁴²

Desk editor memegang prinsip bahwa naskah berita tidak boleh mengنادung unsur SARA dan menjaga keamanan agar masyarakat tidak boleh berbuat anarkis atau hal-hal negatif lainnya setelah menonton berita dalam *Selamat Pagi*. Berita dalam harus memikirkan kepentingan seluruh masyarakat dengan cara tidak melebih-lebihkan atau mengurangi suatu pemberitaan. Hal ini merupakan salah satu ideology *Trans 7*, adalah sebagai lembaga penyiaran yang informative, mengangkat citra bangsa di dunia internasional serta mendidik melalui beritaberitanya. Pemberitaan melalui naskah tersebut, dilakukan di ruangan yang disebut *Editing* atau biasa dibilang *control room*, dapat dilihat melalui gambar 3.2 di bawah ini:

⁴² Hasil wawancara dengan Nunung HC, Produser *Trans 7*, tanggal rabu, 29 April 2016.

GAMBAR III.2 Bahan Editor



Sumber *Dokumentasi Peneliti: Trans 7* , 2016

Dalam pekerjaannya seorang Editor memiliki tugas terbagi dalam penyusunan naskah dan pada gambar yang akan disiarkan nantinya. Dalam sendiri, bahan yang akan disiarkan pada hari tertentu telah disiapkan dalam tiga hari sebelumnya. Tidak jarang dalam satu hari, seorang *editor* bisa menyelesaikan tugasnya untuk 2 hari ke depan. Setelah menerima rekaman dari reporter dan kameramen yang mengambil gambar lapangan pada pagi hari, editor kemudian mulai mengedit gambar dan menyusun naskah berita yang akan disiarkan. Hal tersebut kemudian disampaikan kembali ke meja redaktur pelaksana untuk disiapkan dan diberikan kepada penyiar.

GAMBAR III.3 *Master Control Room*



Sumber *Dokumentasi Peneliti: Trans 7*, 2016

Gambar sebelumnya adalah ruangan *master control room* para editor *Selamat Pagi* tempat dimana proses simulasi akan disiarkan kepada khalayak luas, dan tempat akan terbentuknya pencitraan. Karena akhir dari bangunan suatu pengsimulasian adalah pencitraan. Citra bagi realitas itu sendiri. Citra yang ingin dimunculkan ini bisa dilihat melalui banyaknya tema berita yang disiarkan, apakah tentang Jalan -jalan, penemuan – penemuan muktahir, dan sebagainya. Selain itu penggunaan kata-kata dalam naskah berita juga merupakan cerminan citra apa yang ingin dihasilkan oleh Selamat pagi. Di sini simulasi mulai dilakukan.

Produser dan *Editor* mengamati dan membaca hasil dari lapangan, mengambil kesimpulan, dan membuat naskah sedemikian rupa sesuai dengan aturan yang berlaku. Misalnya dalam gambar, tidak boleh memperlihatkan gambar-gambar yang berbau kekerasan, atau dalam naskah yang tidak boleh mengandung unsur SARA.

D. Penutup

Media massa dalam sejarah berkembangnya di Indonesia tentu saja memiliki peranan penting dalam menyiarkan informasi. Karena media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Oleh karena itu, media massa khususnya berita mempunyai kekuatan yang sangat signifikan dalam usaha mempengaruhi khalayaknya. Keberadaannya mempunyai peranan penting dalam usaha memberikan informasi penting bagi masyarakat, pengetahuan yang dapat memperluas wawasan, sarana hiburan sebagai pelepas ketegangan dan yang tidak kalah

pentingnya adalah peranan dari berita itu sendiri, yaitu sebagai kontrol sosial masyarakat.

Dari bab ini saya mendapatkan hal yang penting bahwa berita adalah laporan dari kejadian yang penting atau peristiwa hangat, dapat menarik minat atau perhatian para pemirsa. Berita merupakan gudang informasi, dan berita merupakan bagian terpenting sebuah media massa. Oleh karena itu, pembuatan berita pada bab 2 ini sebagai pengantar menuju bab 3, dimana di bab 3, akan dijelaskan bagaimana Trans 7 tersebut mencoba simulasi sebuah realitas yang ada untuk disajikan ke masyarakat.

BAB III

SIMULASI REALITAS MELALUI PROGRAM BERITA TELEVISI

A. Pengantar

Segala realitas yang terjadi di masyarakat tidaklah sepenuhnya diangkat dan diberitakan oleh media massa. Pilihan terhadap realitas tertentu diambil oleh para pemangku kebijakan seperti pekerja lapangan seperti *reporter*, *redaktur*, *editor* dan penyiar. Pengsimulasian realitas yang begitu banyak terjadi namun hanya beberapa yang akan disiarkan. Hal ini tidak terjadi secara singkat dari beberapa proses dilakukan dalam pengsimulasian tersebut. Dalam bab 3 ini akan dijelaskan bagaimana proses berita juga dapat membentuk *opini public* dengan memberitakan sajian-sajian tertentu yang terkadang subjektif. Pandangan media akan realitas persoalan akan menentukan isi simbolik realitas yang ada di Trans 7.

Hal ini akan menjadi ciri khas sendiri, mengingat Televisi itu memiliki pasarnya tersendiri, sehingga segmen-segmen mempengaruhi berita yang ingin ditampilkan. Karakter dan simulasian terhadap berita yang diangkat akan menjadi awal pembahasan dalam bab ini, dimana faktor-faktor *internal* maupun *eksternal* akan menjadi *editorial policy* (batas-batas) yang penting, karena akan memengaruhi citra terhadap realitas politik itu sendiri. Penjelasan mengenai pencitraan juga akan sedikit ditambahkan melalui berbagai penjelasan yang didapat dari Informan.

B. Segmentasi Pasar *Trans 7 Program Selamat Pagi*

Telah kita ketahui bersama setiap hasil produksi apapun tak terkecuali pada produk media massa tidak dapat terlepas dari nilai industrialisnya untuk mendapatkan keuntungan di samping nilai-nilai idealismenya sebagai suatu organisasi industri. Media massa pun harus bersaing pada persaingan bisnis *pers.* Industri penyiaran di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat belakangan ini melalui *Regulasi* bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Industri penyiaran saat ini telah mencapai tingkat persaingan yang tajam sehingga dibutuhkan strategi yang baik untuk memenangkan persaingan.

”ketika kita bahas genre kita membahas pasar dan segmen penonton. genre itu kita membahas konten acara atau konten program, ketika membahas stasiun televisi maka kita melihat segmennya. Karena setiap televisi memiliki pasar masing-masing, ketika membahas televisi bergendres berita, maka kita mengetahui bahwa televisi tersebut dikhususkan untuk mereka yang membutuhkan informasi, sehingga program – programnya lebih banyak tentang berita, ataupun informasi, mereka tidak memiliki acara hiburan seperti games, music, atau sejenisnya, selain itu tidak ada berita infotainment. Televisi kita itu televisi hiburan, karena segmen pasar kita berada disana.”⁴³

Begitu pula yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan televisi dalam memperebutkan pasar untuk bersaing dalam perindustrian media. Sebuah organisasi media harus mempunyai target pasar atau target *audience*. Keberhasilan suatu media penyiaran tergantung kepada mampu atau tidaknya media tersebut dalam memahami khalayaknya sehingga mampu membuat program yang sesuai dengan

⁴³ Hasil wawancara dengan Nunung H.C, Produser Trans 7, tanggal rabu, 29 April 2016.

budaya setempat. Untuk itu, penentuan segmentasi penonton perlu dilakukan seperti halnya organisasi media pada umumnya. Target *audience* adalah kegiatan-kegiatan pemasaran program dan berita. Kadang-kadang *targeting* disebut juga dengan *selecting* karena *audience* harus diseleksi. Pengelola media penyiaran harus memiliki keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) dan meninggalkan bagian lainnya. Oleh karena itu *Audience* adalah salah satu hal yang paling dicari oleh stasiun televisi.

“Secara pengertian audiens sama saja dengan khalayak. Audiens adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca dan pemirsa berbagai media atau komponen beserta isinya, seperti pendengar radio dan atau penonton televisi. Kata audiens menjadi mengemuka ketika diidentikan dengan “receivers” dalam model proses komunikasi massa (source, channel, message, receiver, effect) kalo menurut yang saya pelajari⁴⁴.”

Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian *audience*, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa *audience* mereka dan apa kebutuhan mereka. Dalam era persaingan dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut *audience*. Strategi merebut *audience* adalah sama saja dengan strategi pemasaran (*marketing*) dalam arti yang luas. *Audience* adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan berupa Tv hiburan dan Tv berita memiliki perbedaan seperti dibawah ini:

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Nunung H.C, Produser Trans 7, tanggal rabu, 29 April 2016.

TABEL III.1
Perbandingan *Trans 7* dengan Stasiun Televisi Berita

TV Trans 7	TV Berita	
Produksi : 90% Entertainment	Berita/Informasi : 70%	
10% <i>News</i>	30% <i>enterteiment</i>	
<i>Sign on – Sign off</i> *	24 <i>hours</i> *	
15-25% in house production	75-85% <i>in house production</i>	15+
<i>Target audience : all segment</i> *	<i>Target audience = segmented M/F, :segmented (1) ABC1 15-35</i> *	

Sumber: Diolah dari temuan penelitian, 2016

Keterangan:

- *Sign on – sign off*: Siaran tidak – siaran. Atau yang biasa disebut oleh media waktu istirahat, biasanya tv hiburan diatas jam 2.30 wib, mereka akan sign off sampai pukul 04.00 wib.
- 24 *Hours*: Biasanya ini ada pada televisi yang memiliki jam regular atau acaranya full selama 24 jam.
- 15+ : Umur diatas 15 tahun
- *Segment*: Segmentasi dari pemirsa yang bisa dipilih berdasarkan berbagai katagori seperti jenis kelamin, umur, domisili dan *expenditure*. Jadi jika all segment berarti tv tidak memilih dari kalangan mana yang
- *Expenditure*: Besarnya pengeluaran rata-rata per bulan oleh setiap individu utuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan. Expenditure atau besarnya pengeluaran rata-rata per bulan.

Berdasarkan klasifikasi diatas oleh karena itu *segmen* dan *audience* tidak terlepas atau bisa dikatakan satu sama lain saling berhubungan. Memilih satu atau beberapa *segmen audience* yang akan menjadi fokus pemangku kebijakan di stasiun televisi. *Audience* menjadi sangat penting dalam hal ini dikarenakan *audience* adalah pertemuan public yang berlangsung dalam rentang waktu tertentu dan terhimpun bersama oleh tindakan individual untuk memilih secara sukarela sesuai dengan harapan tertentu bagi masalah menikmati, mengakui, mempelajari, merasa gembira, tegang, kasihan, atau lega.

Audience juga dapat atau memang dikendalikan oleh pihak yang berwenang dan karenanya merupakan bentuk perilaku kolektif. Oleh karena itu *audience* berpengaruh dalam penentuan program karena *audience* sebagai konsumen yang keinginan dan kebutuhannya diwujudkan dalam bentuk program. Salah satu wujud mengakomodasi keinginan masyarakat adalah dengan dibuatnya program yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari dan sesuai dengan keinginan mereka. Sudah jelas ada perbedaan di keTrans 7 televisi yang menawarkan program berita dan yang menawarkan hiburan karena mereka memiliki pasarnya masing – masing dan segmennya masing – masing sesuai program yang mereka tawarkan.

C. Karakteristik Program *Selamat Pagi dalam Segmen Jalan – Jalan di Trans 7*

Media massa senantiasa dituntut mempunyai kesesuaian dengan realisasi dunia yang benar-benar terjadi, agar gambar realitas yang ada di benak khalayak *the world outside and the pictures in our head*, tidaklah bias dikarenakan informasi media massa

tidak kontekstual dengan realitas. Oleh karena itu, jika terdapat sebuah paradigma yang berkaitan dengan ilmu jurnalistik, pasti ditemukan sebuah paradigma yang mensyaratkan adanya konsep objektivitas dalam penyajian berita.

Berita adalah sebuah informasi atau kalo saya bisa menggambarkan dengan Bahasa kerennya. Berita merupakan laporan peristiwa (fakta) yang disertai dengan pendapat (opini) yang bersifat aktual, penting, dan juga menarik. Karena saya adalah salah satu wartawan yang membuat berita, biasanya telah dibuat semacam prosedur operasional standar (SOP) dalam pembuatan berita, untuk menjaga kualitas berita yang dihasilkan.⁴⁵

Dalam jurnalisme, kebenaran tidaklah bisa diklaim oleh satu pihak namun harus dikonfirmasi menurut kebenaran dari pihak lain. Inilah mengapa pemberitaan di surat kabar selalu dituntut untuk mengungkapkan kebenaran secara *fairness*. Yaitu salah satu syarat objektivitas yang juga sering disebut sebagai pemberitaan *cover both side*, dimana *pers* menyajikan semua pihak yang terlibat sehingga *pers* mempermudah pembaca menemukan kebenaran. Selain *fairness*, *pers* juga dituntut melakukan pemberitaan yang akurat, tidak bohong, menyatakan fakta bila itu memang fakta, dan pendapat bila itu memang pendapat.

Kefaktualan dikaitkan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa atau pernyataan yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar, Menjauhkan setiap penilaian pribadi dan subyektif demi pencapaian sasaran yang diinginkan. Hanya saja, ada jurnalis yang menempatkan objektivitas sebagai simbol keyakinan di dalam pekerjaannya dan ada pula jurnalis yang

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Nunung H.C, Produser Trans 7, tanggal rabu, 29 April 2016.

mengoperasionalkan objektivitas dalam rutinitas tugas serta tanggung jawabnya sehari-hari.

Proses pembuatan berita pada prinsipnya tak banyak berbeda di semua program. Di media yang sudah mapan, biasanya telah dibuat semacam prosedur operasional standar (SOP) dalam pembuatan berita untuk menjaga kualitas berita yang dihasilkan. Proses pembuatan berita dimulai dari rapat redaksi yang dilakukan di hari Rabu untuk *internal team Selamat Pagi* dan di hari Rabu untuk rapat semua *team* departemen *Bulletin and Current Affairs*. Rapat redaksi merupakan kegiatan rutin yang penting bagi pengembangan dan peningkatan kualitas berita yang dihasilkan. Rumus umum dalam penulisan berita masih mengacu pada 5 W+1H (*What, Why, Who, When, Where dan How*).

Pengumpulan berita tidak hanya dilakukan oleh Produser dan *Associate Producer* saja namun juga dilakukan oleh *reporter*. Tugas seorang *reporter* pada dasarnya adalah mengumpulkan informasi, yang membantu publik untuk memahami peristiwa-peristiwa yang mempengaruhi kehidupan mereka. Penggalan informasi ini membawa sang *reporter* untuk melalui atau tahapan peliputan, yaitu; Tahap fakta-fakta permukaan, Tahap upaya pelaporan, Tahap interpretasi (penafsiran) dan analisis. *Reporter Selamat Pagi* melakukan keempat tahap itu. *Reporter Selamat Pagi* berbeda dengan *reporter* program lainnya. Perbedaan terletak pada jenis berita. Jika jenis berita berbeda, maka teknik pada tahapan peliputan juga berbeda.

Jenis berita *Selamat Pagi* yang diliput oleh *reporter* merupakan berita *soft news*. Pada tahap permukaan, *reporter* hanya mencari fakta hanya melalui internet dan wawancara sambil lalu oleh informan. Kemudian di tahap upaya pelaporan, *reporter* hanya melapor secara kinetik atau gerakan, tidak dengan suara. Suara *reporter* hanya untuk *gimmick* atau selingan. Pada tahap interpretasi dan analisis pun tidak mendalam, karena biasanya berita *softnews Selamat Pagi* hanya menampilkan langkah-langkah atau cara pembuatan.

Dalam menulis berita, penulis diajarkan untuk memperhatikan beberapa hal yaitu: judul berita, Lead unsur 5W + 1H, Badan Berita, Bahasa, dan Ekstrak. Jangan pernah menganggap pembaca sudah tahu berita yang ditulis dan juga jangan menganggap enteng pembaca, sehingga timbul kesan menggurui. Menuliskan ekstrak peristiwa sebelumnya dalam berita dengan perkembangan terbaru menjadi penting. Ekstrak di berita *Selamat Pagi* hanya berupa kesimpulan singkat dan pesan moral.

Media dalam menghadirkan simulasi realitas pada pembacanya haruslah menarik perhatian. Unsur-unsur yang dapat menarik perhatian khalayak disebut dengan nilai berita. Mengacu pada karya Kusumaningrat yang berjudul “Jurnalistik Teori dan Praktik”, ada 7 aspek yang menjadi unsur nilai berita, yaitu aktualitas, kedekatan, tokoh publik, kemanusiaan, sensasional, seks, dan konflik. Dari ketujuh aspek tersebut, ada tiga yang termasuk unsur nilai berita di program *Selamat Pagi*, yaitu;

1. Aktualitas

Unsur ini selalu menjadi hal utama dalam sebuah berita. Karena pembaca lebih tertarik dengan berita yang masih baru atau *update*. Berita-berita di program *Selamat Pagi* mengedepankan berita yang *update* namun bukan berarti selalau menampilkan berita yang aktual. Maka dari itu, tiap hari penulis selalu ditanya oleh produser mengenai berita baru. Namun, yang berbeda dari program berita lain adalah, pemilihan berita di *Selamat Pagi* yang memiliki jangka panjang dan luas serta ringan. Contohnya berita tentang musibah kabut asap. Alhasil, harus selektif dalam memilih berita karena berita akan ditayangkan di akhir minggu.

2. Kedekatan

Unsur ini juga menjadi aspek dalam pemberitaan *Selamat Pagi*. Namun, porsi nya lebih sedikit. Berita yang mengandung kedekatan emosi dan fisik hanya ditayangkan di momen tertentu. Contohnya berita tentang poligami.

3. Sensasional

Unsur ini juga menjadi aspek penting program *Selamat Pagi*. Berita unik, menarik, spektakuler, dan inspiratif menjadi mayoritas berita tiap tayang. Hal yang ringan menjadi pertimbangan *team* Selamat Pagi untuk memproduksi informasi beritanya.

Secara selektif media menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Seperti menyunting bahkan wartawan sendiri memilih mana berita yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain. Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu. Hal ini yang sering disebut sebagai *framing* media. Orang yang menyeleksi, menyaring, dan menyunting berita disebut dengan *dewan produksi*. Dalam hal ini, *dewan produksi* adalah Produser *Selamat Pagi* dalam lingkup kecil, sedangkan untuk lingkup yang luas yaitu para Eksekutif Produser, Kepala Departemen, dan Pimpinan Divisi *News*.

Dalam pola komunikasi tatap muka atau komunikasi kelompok jelas tidak harus dibutuhkan dewan produksi. Tetapi dalam komunikasi massa, hal demikian tidak bisa dihindari. keberadaannya penting dalam komunikasi massa. Oleh karena itu, *dewan produksi* menjadi salah satu ciri media. Peran dewan produksi tidak lepas dari *framing* berita.

Framing pada akhirnya menentukan bagaimana realitas itu hadir di hati *audience*. Apa yang kita tahu tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa yang memberikan pemahaman dan pemaknaan tertentu atas suatu peristiwa. *Framing* dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda apabila

pewartanya mempunyai *frame* yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dan menuliskan pandangannya dalam berita. Apa yang dilaporkan oleh media seringkali merupakan hasil dari pandangan mereka (predisposisi perseptuil) ketika melihat dan meliput peristiwa. *framing* membantu kita untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa yang sama itu dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang berbeda. Sama halnya dengan berita-berita di *Selamat Pagi*.

“Menayangkan kasus yang sama dengan program berita lain, namun dengan angle atau pandangan yang berbeda. Misalnya dalam kasus kabut asap, program berita lain membahas kondisi daerah, sedangkan program *Selamat Pagi* membahas bagaimana menjaga kesehatan tubuh saat kabut asap.”⁴⁶

Framing berhubungan dengan proses produksi berita, kerangka kerja dan rutinitas organisasi media. Bagaimana peristiwa dibingkai, kenapa peristiwa dipahami dalam kerangka tertentu atau bingkai. Berita dalam program *Selamat Pagi* selalu dibingkai dengan dua sisi yang biasa disebut dengan sidebar dan lapkhas. Sidebar adalah berita terkini, sedangkan lapkhas adalah berita perbandingan. Contoh dalam kasus Kekerasan anak dibawah umur, berita kasus kekerasan anak terhadap yang terjadi di Indonesia menjadi sidebar, sedangkan berita anak yang berprestasi atau anak yang berhati mulia menjadi berita bandingan atau lapkhas.

Secara teknis, tidak mungkin bagi seorang jurnalis untuk men-*framing* seluruh bagian berita. Artinya, hanya bagian dari kejadian-kejadian (*happening*) penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek *framing* jurnalis. Namun, bagian-bagian

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Nunung Hc, Produser Trans 7, tanggal rabu, 2mei 2016.

kejadian penting ini sendiri merupakan salah satu aspek yang sangat ingin diketahui khalayak. Aspek lainnya adalah peristiwa atau ide yang diberitakan.

Salah satu efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks penuh dengan dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. *Framing* menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Karena itu, *framing* menolong khalayak untuk memproses informasi ke dalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu.

D. Stakeholder Penentu Realitas

Berita adalah "komoditas utama" media. Maka menurut Shoemaker dan Reese sangat berpengaruh terhadap isi pemberitaan media. Selain itu dalam level sarana kontrol yang juga oleh Breed disebut dengan *editorial blue penciling*, yaitu *striking out part out the story*,⁴⁷ atau membuang bagian tertentu dari peristiwa yang akan diberitakan mengemukakan bahwa para reporter dibiasakan untuk menghindari kalimat-kalimat tertentu ataupun juga tidak memuat fakta-fakta tertentu pula. Hanya saja kebijakan semacam ini tidak dibuat secara eksplisit oleh para eksekutif. Keputusan *dewan produksi* mengenai informasi mana yang harus dipilih dan ditolak dipengaruhi oleh banyak variable sama halnya ketika penulis mengajukan beberapa berita/kasus untuk ditayangkan. Variabel menurut Bitner akan dianalisis sesuai

⁴⁷ Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating The Message* (New York ,Longman Publisher : 1996) hlm. 60

dengan keputusan *dewan produksi* atau Produser *Selamat Pagi* mengenai informasi mana yang akan dipilih atau ditolak, sebagai berikut: ⁴⁸

1. Ekonomi.

Variabel ekonomi dalam media massa mempengaruhi seleksi berita dan *editorial*. Hal ini juga terjadi pada seleksi berita *Selamat Pagi*. Jika dihadapkan dua pilihan informasi positif yang salah satunya menguntungkan *dewan produksi Selamat Pagi* lebih memilih informasi yang sekiranya menguntungkan. Bukan berarti informasi yang tidak menguntungkan itu tidak penting, namun jadwal tayangnya saja yang diubah. Contohnya, beberapa minggu yang lalu, ada tawaran untuk menayangkan promosi Carefour *Transmart* Bandung. Berita yang seharusnya tayang adalah tentang kekerasan guru terhadap murid. Namun, adanya tawaran yang menguntungkan, berita kekerasan guru terhadap murid ditukar dengan promosi Carefour. Jika dilihat secara historisnya, memang Carefour masih satu perusahaan dengan TransCorp.

2. Pembatasan Legal

Yang dimaksud dengan pembatasan legal adalah semacam hukum atau peraturan baik yang bersifat lokal maupun nasional yang dapat mempengaruhi seleksi dan penyajian berita. Contohnya berita tentang pembunuhan atau korban kecelakaan yang akan menjadi pertimbangan produser untuk diterbitkan. Hal ini karena Program *Selamat Pagi* yang penontonnya tersegmentasi waktu dan

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 64

umur. Pagi hari serta *audience* remaja hingga dewasa menjadi pertimbangan produser untuk menayangkan berita pembunuhan atau korban kecelakaan.

3. Batas Waktu (*deadline*).

Batas waktu juga mempengaruhi kedalaman dan waktu yang tersedia untuk menentukan kecermatan berita yang dipilih. Batas waktu juga mempengaruhi berita apa yang akan disiarkan. Program *Selamat Pagi*, waktu pencarian berita dilakukan di hari Senin sampai Jumat, pemilihan berita dilakukan di hari Rabu siang saat rapat redaksi. Penggarapan berita dilakukan di hari Rabu Sore sampai hari Jumat malam.

4. Etika pribadi dan profesional *dewan produksi* juga mempengaruhi berita yang akan dipilih.

Etika pribadi dan tingkat kesadaran *dewan produksi* akan kepercayaannya sendiri akan mempengaruhi apakah kesukaan dan ketidaksukaan, sikap dan minatnya yang akan mempengaruhi seleksi berita. *Dewan produksi* seperti yang penulis katakan sebelumnya terdiri dari Eksekutif Produser, Asosiasi Produser, dan Seorang Produser. Mereka memiliki etika pribadi dan profesional yang berbeda-beda. *Dewan produksi* laki-laki dan perempuan berbeda minatnya. Contohnya, *dewan produksi* perempuan lebih suka menayangkan informasi kecantikan, anak-anak, dan gaya hidup, sedangkan *dewan produksi* laki-laki lebih suka menayangkan informasi yang memacu adrenalin, komunitas,

olahraga, dan fenomena alam. Hal tersebut penulis amati ketika pemilihan berita saat rapat redaksi.

5. Kompetisi diantara media.

Dalam sebuah pasar dengan beberapa sumber, kompetisi demikian cenderung meningkatkan semua tingkat profesionalisme sehingga menjamin penyajian informasi yang lebih objektif. Kompetisi diantara program berita lainnya di Divisi *News* memang terjadi. Namun, karena berita *Selamat Pagi* yang tersegmentasi menyebabkan kurang terlihatnya kompetisi yang terjadi.

6. Nilai berita (intensitas suatu berita dibandingkan dengan berita-berita lainnya yang tersedia) dan lubang berita (jumlah ruang dan waktu yang diperlukan untuk menyajikan berita) harus diseimbangkan. Selain menyeimbangkan kedua hal ini, *dewan produksi* harus menilai pandangan-pandangan lokal dan pandangan-pandangan nasional. Seperti yang sudah penulis jelaskan di awal, ada 7 aspek yang menjadi unsur nilai berita, yaitu aktualitas, kedekatan, tokoh publik, kemanusiaan, sensasioal, seks, dan konflik. Dari ketujuh aspek tersebut, ada tiga yang termasuk unsur nilai berita di program *Selamat Pagi*, yaitu aktualitas, kedekatan, dan sensasional. Sedangkan variabel lubang berita juga diperlukan, misalnya satu segmen hanya memuat tiga berita dengan waktu 12 menit.

7. Faktor lain

Mempengaruhi *dewan produksi* untuk memilih atau menolak berita adalah reaksi terhadap umpan balik, meskipun umpan balik itu tertunda. Misalnya, pada awal munculnya kasus musibah kabut asap, *dewan produksi* hanya menayangkan informasi penyebab dan keterlanbatan pemerintah dalam menuntaskan asap. Namun ketika Presiden Joko Widodo terjun langsung dan mengirimkan Pansus untuk menuntaskan asap, *dewan produksi* tidak menayangkan berita tersebut. Dengan media yang bersangkutan atau karena jabatannya. Kategori ini dibagi menjadi : wartawan, pelaku langsung dan bukan pelaku langsung. Objektivitas, seberapa sulitnya harus diupayakan oleh insan *pers*. Objektivitas berkaitan erat dengan kemandirian *pers* sebagai institusi sosial, hal ini penting mengingat signifikansi efek media terhadap khalayak.

”Karena objektivitas, betapapun sulitnya, harus diupayakan oleh insan *pers*. Objektivitas berkait erat dengan kemandirian *pers* sebagai institusi sosial. Institusi *pers* memang dituntut objektif dan netral atas semua fakta. Hal itu penting mengingat signifikansi efek media terhadap khalayak.”⁴⁹

Oleh karena itu tidak dipungkiri seringkali dalam pembuatan berita banyak jurnalis yang terjebak dalam nilai subjektif mereka sendiri.

“Kebanyakan pelaku media hanya terpaku dan terjebur dalam kubangan teori jurnalisme semata tanpa menghiraukan dampak yang terjadi dalam masyarakat akibat pemberitaan yang tidak seimbang antara realitas yang disimulasikan oleh satu kelompok dengan yang lain. atau televisi lain masih mengedepankan objektivitas dalam pembuatannya. Yang menjadi persoalan

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Roland lagondaw, Anchor CNN, tanggal rabu, 2mei 2016.

dalam lalu lintas pertukaran dan produksi makna ini adalah siapa yang memegang kendali dalam memberikan pemaknaan.⁵⁰

Dalam realitas sosial, siapa yang memegang kendali sebagai agen pemroduksi makna dan siapa atau kelompok mana yang hanya berperan sebagai konsumen saja dari pemaknaan tersebut. Siapa yang mendefinisikan apa atau bahkan terus menerus menjadi objek pendefinisian. Sering terjadi dalam pertarungan *symbol* dan pemaknaan adalah suasana tidak seimbang dalam satu pihak lebih mempunyai *previlese* dan akses ke media dibandingkan pihak lain sehingga pemaknaan satu kelompok lebih dominan dan menguasai media.

Melihat realitas kehidupan praktik jurnalisme seperti itu tentunya kita sebagai individu yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi harus mampu memberi solusi atas semua problem yang sudah mengakar sampai sekarang ini. Seharusnya dengan semakin banyak dan menjamurnya stasiun televisi, masyarakat sebagai selaku media yang sekiranya sudah dibekali cukup teori maupun pengalaman mengenai media massa secara umum.

Proses pembuatan berita di program *Selamat Pagi* dilakukan melalui beberapa tahap. *Pertama*, segala realitas yang sedang terjadi akan diliput oleh *reporter* dan kameramen. Dalam pengambilan realitas ini, mereka sudah mulai memilih peristiwa atau aktor mana yang akan diliput. Kemudian hasil yang didapat akan dibawa ke meja redaksi untuk selanjutnya menjadi naskah berita.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Aji, PA trans 7 tanggal rabu, 29 April

“Semua peristiwa dan manusia (aktornya) itu disebutnya sumber data. Peristiwa misalnya kayak bencana alam, kenaikan jabatan aktor politik itu, pokoknya semua peristiwa yang sedang terjadi. Kalo manusia itu misalnya kayak statement atau opini pendapat seseorang. Nah, selanjutnya sumber data itu diliput sama reporter dan kameramen. Kalo reporter fungsinya memperdalam data dengan pertanyaan-pertanyaan, 5W (what, when, who, where kan..ditambah 1H, how). Terus masuk ke prosesnya di meja redaksi, orangnya namanya desk editor. Di meja redaksi sumber data tadi diolah, dirubah, diedit. Gambarnya diedit, naskahnya di re-write lg. Di sini emang ada editorial policy, artinya nge're-write naskah itu ga sembarangan, ada batas-batasnya.. Trus udah jadi naskah kan tinggal disiarkan sama penyiar..”⁵¹

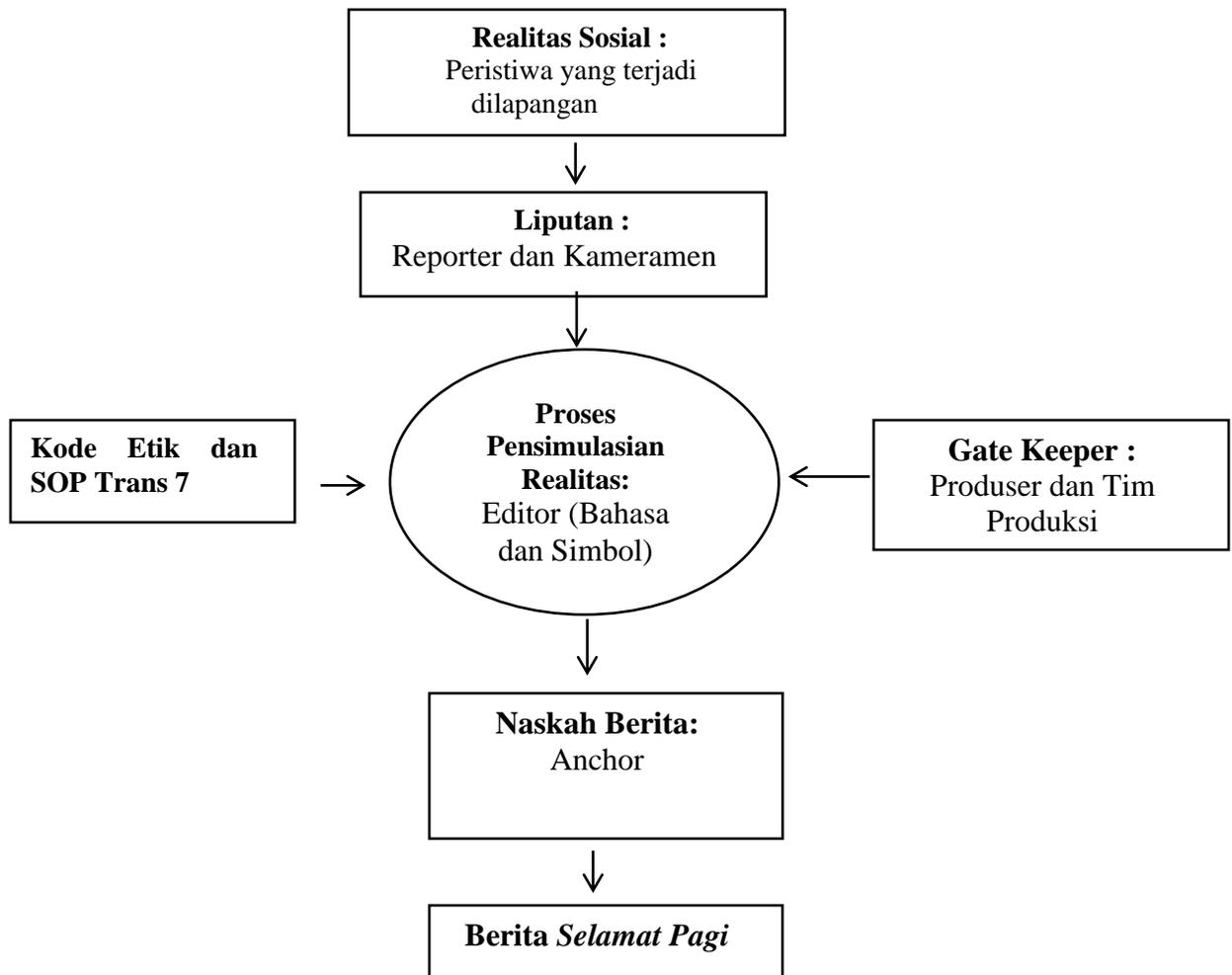
Simulasi realitas sangat terkait dengan kesadaran manusia terhadap realitas tersebut. Karena itu kesadaran adalah bagian yang paling penting dalam simulasi realitas. dapat dilihat bahwa *desk editor* lah yang memiliki peran penting dalam mensimulasikan suatu realitas. Melalui bahasa yang dipergunakan serta simbol, naskah berita menjadi hasil realitas yang sudah disimulasikan oleh para redaksi. Walaupun hanya beberapa orang yang bekerja dalam meja redaksi tersebut, mereka akan tetap membawa *Selamat Pagi* sebagai hasil dari pekerjaan mereka, yaitu naskah berita. Artinya apapun hasil dari redaksi akan mempengaruhi citra terhadap realitas yang diberitakan, maupun terhadap Televisi bersangkutan.

“Dalam pemberitaan ini menurut saya semuanya memiliki peran penting. Mulai dari wartawan yang ngeliput sampe yang nyiarin juga penting. Tapi yang paling kerja keras menurut saya ya editor, dia yang mesti ngedit gambar, mesti nyusun naskah berita, pokoknya semua berita intinya ada dia. Kalo ga ada bahan yang harus disiarin kan sm aja ga ada berita.”⁵²

⁵¹ Hasil wawancara dengan Tubagus, Asprod Program selamat pagi, tanggal rabu, 2 mei 2016.

⁵² Hasil wawancara dengan Roland lagondaw, Anchor CNN, tanggal rabu, 2 mei 2016.

SKEMA III.1
Pembuatan berita melalui *program Selamat Pagi*



Sumber: Hasil analisis peneliti 2016

Tidak dipungkiri *Selamat Pagi Trans 7* meramaikan dalam menggambarkan Realitas sosial Indonesia. Namun, perbedaan dengan stasiun yang lain sangat jelas terlihat melalui pemberitaannya, sedikit banyak pemberitaan tersebut disiarkan melalui program berita televisi. *Selamat Pagi* tidak secara sembarangan mengangkat realitas yang terjadi di Indonesia. Proses yang terjadi juga tidak singkat, melainkan

proses pengsimulasian realitas yang ada ini di program selamat pagi. Bagan diatas menggambarkan bagaimana tahapan dari data mentah menjadi berita, dan menjadi realitas baru. Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual. Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imajiner yang dianggap real.⁵³

Beberapa contoh frase, yang diambil dari berita jalan – jalan *Selamat Pagi trans 7*:

Frase 1:

SELAMAT PAGI.....// JALAN JALAN PAGI ENAKNYA SAMBIL NYARI YANG MANIS MANIS PEMIRSA.../HIHIHI...BUKAN PERMEN/BUKAN PULA MANISAN/....TAPI COKELAT// NAH...DI KAMPUNG COKELAT INI TAK HANYA BISA MENIKMATI MANISNYA COKELAT SAJA.../ TETAPI JUGA BISA BERKELILING SAMBIL BELAJAR SERBA SERBI COKELAT DI KAWASAN WISATA EDUKASI BERTEMAKAN KEBUN COKELAT SELUAS EMPAT HEKTARE INI//BERADA DI KELURAHAN TANGGUNG SANTREN KECAMATAN KEPANJEN (e dibaca mirip pesantren) KIDUL/ KOTA BLITAR/

Dari naskah tersebut memberikan gambaran bahwa simulasi yang dilakukan oleh program *Selamat Pagi* bisa dikategorikan kedalam proses simulasi yang megagarah kesimulacra. Bagaimana tidak, mungkin banyak penotonton yang belum pernah atau bahkan belum memahami suatu daerah yang ada pada tayangan tersebut, tetapi para edit setelah pemasukan data murni dari lapangan akan di *edit* kembali dan dimasukan faktor-faktor internal dan eksternal, melalui bahasa; simbol-simbol, penggunaan kata, frase atau istilah, dan sebagainya.

Frase 2:

JOGJAKARTA INI/ KOTANYA TERTATA RAPIH DAN JADI TEMPAT TUJUAN WISATA ANDALAN KEDUA SETELAH BALI// GIMANA GAK PADA TERTARIK PEMIRSA/ DISINI KENTAL BANGET SAMA SEJARAHNYA//SIPPPP SAMPAI SUDAH SAYA DI JALAN KALIURANG KILOMETER 9/ SLEMAN/ YOGYAKARTA// DISINI ADA MAKANAN YANG SELALU RAMAI DIDATANGI PENGUNJUNG///

Dari naskah tersebut kita seolah – olah diajak menerawang jauh, bahwa Jogja adalah tempat yang bersih dan tujuan wisata, bagi mereka yang belum pernah ke Jogja, hal tersebut akan menjadi suatu hal membenaran, dan mereka akan berpendapat sama seperti apa yang dilihat, bagi mereka yang telah pergi ke Jogja, itu akan meresimulasi ulang pandangan mereka mengenai Jogja. Selain itu, ada pernyataan bahwa tempat makan di kaliurang tersebut adalah tempat yang ramai, sehingga pemirsa yang belum pernah kesana pun akan melegitimasi hal tersebut. Padahal belum tentu kondisi real yang terjadi seperti itu.

Frase 3:

SELAIN MAMPU MENGHASILKAN BUAH SEPANJANG TAHUN../
 MERAWAT TANAMAN BELIMBING JUGA TERBILANG CUKUP MUDAH../
 SELAIN PUPUK../ PASOKAN AIR YANG CUKUP SETIAP HARINYA SUDAH
 MAMPU MEMBUAT BELIMBING TUMBUH SUBUR DENGAN KUALITAS
 SUPER.///

Banyak naskah yang menarik untuk dikaji, dan banyak naskah yang memperlihatkan bahwa, itu adalah proses simulasi yang dilakukan oleh produser, asprod, editor di program *Selamat Pagi*, frase diatas coba memberikan pengetahuan, bahwa merawat belimbing itu mudah dan ketika kita merawat dengan baik buah tersebut akan selalu berbuah sepanjang tahun dan menghasilkan buah yang super. Bagi masyarakat awaw hal tersebut seperti memberikan jaminan buah belimbing di daerah Blitar tersebut memiliki kualitas yang sangat baik, padahal kondisi realitas yang ada dilapangan tidak semua seperti itu, karena menurut reporter yang turun kelapangan, banyak hal yang mempengaruhi dilapangan, seperti kondisi cuaca,

hama, dan intensitas cahaya matahari. Tetapi itu tidak digambarkan di tayangan, karena tidak memiliki nilai jual.

Naskah tersebut kemudian disesuaikan dengan gambar yang telah di *edit* oleh *editor* lainnya. Editor gambar ini akan menyesuaikan saat bagaimana naskah dibacakan, saat itu pula gambar muncul dan sesuai dengan isi naskah tersebut. Dalam hal ini editor harus tepat dalam menyesuaikan waktu hingga *per* detiknya.

“tugas saya bisa dilakuin kalo tugas editor naskah udah selesai. Soalnya naskah itu akan harus saya sesuaikan dengan gambarnya. Awalnya dapet gambar dari kameramen ya acak-acakan, sedapet dia ambil di lapangan aja. Gampang gampang susah sih, soal ngedit-ngedit sih lumayan gampang, yang butuh waktu cukup lama itu gimana cara biar pas penyiarnya ngomong, gambarnya keluar sama kaya yg di omongin dia. Itungan per detik itu..”⁵⁴

Pernyataan editor tersebut seolah memperkuat bahwa berita yang tersimulasi tersebut harus memlalui tahapan editor sehingga, yang tersaji ke khalayak adalah produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga apa yang dimaksud Baudrillard, penciptaan dunia kebudayaan dewasa ini mengikuti satu model produksi yang disebutnya simulasi—penciptaan model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas: hiperrealitas. Melalui model simulasi, manusia dijebak di dalam satu ruang, yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu atau khayalan belaka. Ruang realitas semu ini merupakan satu ruang antitesis dari representasi—desimulasi dari representasi itu sendiri.

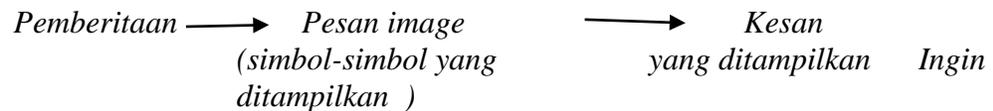
“media kan tujuannya sebagai alat propaganda, nah tujuan dari propaganda adalah simulasi sosial yang mas bilang itu. Terlebih kalo mas tau mah, setiap

⁵⁴ Hasil wawancara dengan editor Trans 7, 29 april 2016.

media itu punya kepentingan, nah setiap media massa pasti akan menerbitkan berita yang sesuai dengan kepentingan media massa tersebut.⁵⁵”

Berangkat dari pernyataan informan, bahwa media adalah alat propaganda, berarti dalam pembentukannya harus diperlukan unsur-unsur lain. Seperti didalam berita yaitu selain informan dan realitas yang telah teresimulasi, diperlukan juga naskah yang baik, karena didalam naskah itu memperlihatkan simulasi realitas yang terjadi. Inilah bentuk proses pemberitaan yang ingin ditampilkan:

SKEMA III.2 **Pemberitaan Program *Selamat Pagi***



Sumber: Diolah dari temuan penelitian, 2016

Gambar pemberitaan program *Selamat Pagi*, menunjukkan bahwa pencitraan memang hasil yang diharapkan dari pengsimulasian realitas. Kenyataan tersebut telah terlihat melalui proses pengsimulasian yang dilakukan oleh *Selamat Pagi*. Realitas menjadi berwarna ketika telah disimulasi oleh suatu program berita. Citra tersebut akan menjadi positif atau negatif jika telah melewati proses simulasi, yang dibumbui oleh simbol, pilihan fakta, tema yang di angkat, dan sebagainya. Pada akhirnya citra juga tidak hanya bagi realitas yang diangkat tetapi citra bagi program berita itu sendiri, dalam hal ini adalah *Selamat Pagi*.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan editor Trans 7, 29 april 2016

Kemampuan media massa dalam mensimulasi suatu realitas merupakan kemampuan dalam wacana di dalam dunia kognitif individu, dunia dalam pikiran individu. Refleksi realitas itu baru terlihat saat individu mengidentikan dirinya dengan lingkungan sosialnya, dalam bentuk yang lebih konkret saat mereka menentukan pilihan-pilihannya. Sehingga media ingin menampilkan seperti yang mereka harapkan. Selain itu penggambaran diatas memperjelas, bahwa dalam pengsimulasian berita, pesan itu sangat diperhatikan, pesan itu melingkupi dari konten berita, gambar, dan naskah yang dibuat. Kesemua itu tidak bisa terlepas dalam satu formula dalam membentuk berita di program *Selamat Pagi*.

E. Penutup

Berdasarkan uraian di atas, realitas yang diangkat oleh *Selamat Pagi* melingkupi segala peristiwa ter *up date* yang ada disekitar masyarakat. Berita sebagai kekuatan strategis dalam menyebarkan informasi merupakan salah satu otoritas sosial yang berpengaruh dalam membentuk sikap dan norma sosial suatu masyarakat. Dari berbagai informan, dapat diketahui bahwa faktor internal yang berlaku adalah ideology dari stasiun televisi itu sendiri selain itu bentuk pemakaian bahasa tentu saja diatur sesuai peraturan dan segala bentuk undang-undang yang berlaku bagi stasiun televisi.

Akhir dari bangunan suatu pengsimulasian adalah pencitraan. Citra bagi realitas itu sendiri. Citra yang ingin dimunculkan ini bisa dilihat melalui banyaknya tema berita yang disiarkan, apakah tentang jalan-jalan, penemuan – penemuan muktahir,

dan sebagainya. Selain itu penggunaan kata-kata dalam naskah berita juga merupakan cerminan citra apa yang ingin dihasilkan, dengan citra tersebut, akan memperlihatkan berita atau program tersebut disenangi oleh *audience* atau tidak. Oleh karena itu tidak sembarangan dalam membuat berita, faktor seperti, pemakaian bahasa yang digunakan, kompeten atau tidaknya narasumber, pemilihan fakta yang diangkat oleh *Selamat Pagi*, semua itu diperhatikan sekali detilnya.

BAB IV

SIMULACRA DALAM PRODUKSI BERITA

“SELAMAT PAGI”

A. *Selamat Pagi* Representasi dari Realitas Dasar

Melalui pembahasan awal mengenai realitas sosial yang disimulasi oleh program *Selamat Pagi*, karena mengacu pada dasar bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sekitarnya (realitas sosial). Manusia memiliki kebebasan untuk bertindak dan mengatualisasikan dirinya dalam dunia sosialnya. Salah satunya adalah mensimulasi ulang sebuah realitas, bab ini akan menggambarkan bagaimana program *Selamat Pagi* simulasi berita, khususnya segmen jalan – jalan yang ada pada program berita *Selamat Pagi*.

Ketika konsep simulasi sosial atas realitas sosial Berger dan Luckmaan digunakan dalam menjelaskan simulasi realitas melalui suatu pemberitaan program *Selamat Pagi*, terdapat ketidaksamaan dalam beberapa aspek fundamental. Ketika Berger dan Luckmaan menempatkan individu dan masyarakatnya sebagai objek dalam proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi, Berger dan Luckmann juga menempatkan individu dan masyarakat sebagai pencipta realitas sosial yang disimulasikan dalam setiap tahap simulasi. Sehingga proses dialektika terjadi di antara individu dan pengetahuan penciptanya di dalam masyarakat. Istilah simulasi sosial atas realitas (*social construction of reality*), diperkenalkan oleh tokoh sosiologi Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *“The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge”*.

Berger menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi individu, di mana individu menciptakan secara terus menerus realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Selanjutnya Berger menjelaskan bahwa pengetahuan selalu merupakan simulasi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat diberikan kepada individu lain yang pasif. Karena itu, simulasi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya simulasi itu. Berger menjelaskan bahwa:

“Simulasi realitas dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya. Kemudian individu membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihatnya itu berdasarkan pengetahuannya.”⁵⁶

Berger dan Luckmann memisahkan pemahaman antara realitas dan pengetahuan, bahwa “Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas, realitas yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik”.⁵⁷ Selanjutnya Berger dan Luckmann mengatakan, institusi masyarakat tercipta, dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia.

Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun kenyataannya semua dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi antar individu. Pada tingkat generalitas paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam

⁵⁶ Peter Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Oldenburg: Amazon Noir), 2006, hlm. 1.

⁵⁷ *Ibid*, Hlm. 2.

makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya. Akhirnya, Berger mengatakan, terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu.

Program *Selamat Pagi* akhirnya turut menjadi substansi dalam proses simulasi realitas tersebut. Apa yang terjadi dengan teknologi program *Selamat Pagi* televisi menunjukkan bahwa program *Selamat Pagi* mampu menciptakan realitas sosial yang menyerupai realitas sebenarnya di masyarakat.

Dalam program *Selamat Pagi* televisi, antara realitas sosial dan pemberitaan, menempatkan individu sebagai subjek sekaligus objek dalam simulasi sosial, yang senantiasa melakukan simulasi. Stasiun televisi akan lebih banyak ditonton juga karena adanya pertemuan dialog antar aktor politik, dan sebagainya. Tahap pemilihan realitas yang akan di angkat bisa dikatakan sebagai tahap menyiapkan materi simulasi. Materi ini lebih banyak dilakukan oleh desk editor. Maka, para pekerja di bidang program pemberitaan diharuskan menjadi aktor yang kreatif dalam memilih berita untuk disiarkan ke masyarakat.

“News is not an unprogram ‘window-on-the-world’ but a selected and constructed representation constitutive of ‘reality’. The selection of items for inclusion as news and the specific ways in which, once selected, a story is constructed are never neutral. They are always particular version of events. News narratives concern explanations for the way things are. They offer us frame works of understanding and rules of reference about the

way the world is constructed. It follows that news selection criteria tell us about the ideological world view that is being assembled and disseminated."⁵⁸

Berita tidak bisa dipandang sebagai jendela dunia yang utuh tetapi berita adalah pilihan realitas yang telah disimulasikan. Pilihan realitas tersebut sudah tidak murni lagi sebagai realitas, tetapi telah disimulasikan dan tidak pernah netral. Program *Selamat Pagi* telah mensimulasikannya dengan cara mereka. Program *Selamat Pagi* telah membuat kerangka kerja dan cara menyebarkannya ke masyarakat, serta memilih kriteria berita tertentu berdasarkan ideologinya melalui proses pemberitaan tersebut. Bab sebelumnya telah menjelaskan bagaimana program *Selamat Pagi* dalam mensimulasikan suatu realitas. Sehingga program tersebut ingin menimbulkan efek kesadaran bagi pemirsanya.

Tetapi program *Selamat Pagi* dapat menciptakan kesadaran akan realitas sosial dimana individu menjadi aktor kreatif dalam dunia sosialnya. Dalam realitas sosial melalui pemberitaan, penciptaan realitas dilakukan bersama-sama antara pencipta berita dan program *Selamat Pagi* televisi. Dengan kata lain, individu tidak sendiri menciptakan realitas, namun penciptaan tersebut dibantu oleh kekuatan program *Selamat Pagi*. Inilah yang dimaksud dengan 'realitas sosial oleh program *Selamat Pagi*'. Program *Selamat Pagi* membuat proses sirkulasi informasi menjadi lebih cepat dan luas serta sebarannya merata. Selain itu program *Selamat Pagi* juga bisa membentuk opini yang apriori. Posisi simulasi oleh program *Selamat Pagi* ini adalah

⁵⁸ Chris Barker, foreword by Paul Willis, *Cultural Studies Theory and Practice* (London: Sage Publications, 2000), Hlm. 260.

melengkapi simulasi oleh Berger dan Luckmann dengan menempatkan kekuatan program *Selamat Pagi* sebagai faktor yang berpengaruh mempercepat proses simulasi sosial atas realitas.

Hal ini dikarenakan sifat dari pemberitaan yang langsung siar (*live*). Namun penyebaran materi ini menggunakan model satu arah. Program *Selamat Pagi* hanya menyebarkan berita dan pemirsa tidak memiliki pilihan lain kecuali mengkonsumsi informasi itu. Setelah melakukan penyebaran, bentuk simulasi yang akhirnya muncul di masyarakat adalah masyarakat cenderung membenarkan apa saja yang disajikan dalam pemberitaan program tersebut. Apa yang tersaji melalui *Selamat Pagi* dianggap sebagai realitas kebenaran. Masyarakat disimulasikan pikirannya untuk menerima dan memahami bahwa berita tersebut adalah masuk akal dan benar. Pemirsa bersedia disimulasi pikirannya oleh program *Selamat Pagi*.

Hal ini dikarenakan program *Selamat Pagi* merupakan konsumsi sehari-hari dan sebagai pilihan konsumtif oleh masyarakat. Tiada hari tanpa menonton televisi atau tiada hari tanpa mengkonsumsi berita. Maka, dalam hal ini tahap internalisasi akan terjadi. Dimana individu memahami proses subjektif orang lain dengan cara menonton berita yang disiarkan dan memahami maksud dari berita tersebut. Selanjutnya individu tersebut akan mendefinisikan kembali melalui pencitraan terhadap berita itu sendiri. Pencitraan tersebut akan muncul melalui opini yang dikeluarkan, atau sikap dan pikiran dari individu itu yang berubah akibat

pemberitaan. Ini artinya, individu telah berpartisipasi dalam keberadaan pihak lain, berita tersebut menjadi bermakna bagi individu.

Dari seluruh cara membuat naskah berita yang akan disiarkan ke masyarakat, proses yang dilakukan oleh editor yang berlangsung di sini adalah proses pembuatan signifikasi (tanda). Tanda ini adalah dalam bentuk bahasa. Pentingnya bahasa sebagai alat penyalur pemberitaan yang disiarkan ke masyarakat, akhirnya menjadikan program *Selamat Pagi* harus begitu lihai memainkan bahasa dan simbol-simbol yang digunakan dalam pemberitaan sehingga pesan yang diinginkan bisa sampai ke masyarakat.

Bahasa harus digunakan secara maksimal dalam suatu pemberitaan, khususnya mengingat bahwa dalam satu kali tema berita hanya disiarkan dalam beberapa detik saja. Bila dilihat melalui suatu program berita, dalam hal ini *desk editor* sangat berperan penting. Bahasa akan memperlihatkan pesan verbal dan visual yang ingin ditampilkan program *Selamat Pagi*. Pesan verbal berhubungan dengan situasi saat berkomunikasi dan situasi ini ditentukan oleh konteks sosial kedua belah pihak yang melakukan komunikasi. Sedangkan dalam pesan visual hubungan kedua belah pihak sepenuhnya tidak ditentukan situasi namun bagaimana pemirsa yang menonton dapat menafsirkan gambar. Maka keseluruhan bahasa dalam suatu berita beserta gambar yang mengikuti sebagai latar akan mengantarkan pesan yang diinginkan oleh program *Selamat Pagi* tersebut.

Dalam suatu pemberitaan, pesan berhasil sampai ke pemirsa jika pemirsa telah melakukan tindakan berdasarkan apa yang telah disampaikan melalui berita tersebut. Alasan-alasan lain yang membuat pemirsa melakukan tindakan yang dipengaruhi oleh pemberitaan di program *Selamat Pagi* misalnya karena kehidupan modern menghendaki individu berubah dan menjadi bagian dari produksi program *Selamat Pagi*, individu akan menjadi pribadi yang ketinggalan jaman jika ia tidak mengetahui informasi yang tengah terjadi sehingga ia lambat untuk berubah atau melakukan tindakan. Selain itu kedekatan program *Selamat Pagi* dengan masyarakat adalah sudah menjadi bagian dari gaya hidup (*lifestyle*). Seseorang akan merasa kurang jika ia tidak menonton berita politik yang sedang terjadi atau ia akan menjadi populer di kalangannya jika ia tahu berita-berita politik tersebut. *Program Selamat Pagi* juga merupakan sumber pengetahuan yang tanpa batas sehingga keberadaannya selalu diharapkan mengisi kehidupan sehari-hari masyarakat.

B. *Selamat Pagi* Menyamarkan Realitas Dasar

Berita, pada dasarnya merupakan sebuah kata sifat. Kata sifat merupakan cap yang sudah pasti untuk sebuah informasi. Pada dasarnya, predikat atau cap tersebut memiliki fungsi -fungsi: predikat atau cap selalu merupakan gambaran imajiner agar kita tidak lupa dengan apa yang digambarkan. Seperti halnya berita, berita merangkum aspek-aspek realitas sosial, tetapi ia mempresentasikan aspek-aspek tersebut secara tidak jujur. Ia menjadi cermin yang mendistorsi bentuk-bentuk obyek yang direfleksikannya, tetapi ia juga menampilkan citra-citra dalam visinya.

Menurut Baudrillard, apa yang ditampilkan oleh berita bukanlah sebuah representasi tapi sebuah simulasi, yaitu penciptaan model-model realitas yang tidak memiliki asal usul atau referensi (*hiperreality*). Realitas dalam berita lebih bersifat simulasional daripada representasional. Simulasi ini menggambarkan sebuah visi tentang dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi. Melalui model simulasi tersebut, manusia dijebak ke dalam sebuah ruang yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu atau khayalan belaka.

Berita tidak mensimulasi dunia yang betul-betul fiktif. Dunia abstrak yang dipresentasikan oleh berita merupakan upaya yang disengaja untuk membuat asosiasi-asosiasi produk dengan imajinasi tertentu berdasarkan kebutuhan atau kesempatan tertentu. Abstraksi (dalam berita) menjadi sesuatu yang esensial dari segi estetika dan maksud dari sebuah perberitaan kontemporer.

Begitu juga dengan berita di *Selamat Pagi*, *Selamat Pagi* merupakan hasil produk sosial, proses sosialisasi yang berkembang pada masyarakat menyatakan bahwa berita sebagai realitas budaya yang diciptakan sebagai hiburan. *Selamat Pagi* adalah bentuk kreasi manusia dalam memadukan beberapa unsur berita yang sedang berkembang tanpa adanya manipulasi pandangan, bahwa itu nyata sebagai realita. Berita yang menggambarkan bahwa realitas yang terjadi saat ini adalah, bisa dipandang dari sisi yang lainnya.

Untuk meyakinkan penonton bahwa itu bukan realitas palsu, maka perlu adanya pembiasaan gerak yang lebih menghayati salah satunya dengan memberi

gambar-gambar penunjang serta naskah yang memadai, hingga dengan hiperrealitas, realitas palsu tampak terlihat seperti realitas asli. Tidak hanya pola gerak framing, dalam berita *Selamat Pagi* juga memberikan tipuan program *Selamat Pagi* terhadap lirik. Bagaimana seorang penampil bisa menjelaskan maksud dari jalan cerita dari lagu yang dinyanyikan, sehingga penonton menghayati dan masuk ke dalam cerita tersebut. Walaupun bukan kenyataan, namun jalan cerita dalam lagu tersebut kelihatan nyata, karena adanya penempatan realitas sebenarnya dalam lagu tersebut, bukan hanya sebagai realitas palsu. Artinya, realitas sosial yang terjadi di dalam lagu *Selamat Pagi* telah dimaknakan ke dalam sesuatu yang nyata terjadi.

Walaupun realitas dalam simulasi hadir dalam bentuknya yang hanya ada dalam program *Selamat Pagi* dan hidup dalam dunia maya dan imajinatif. Namun dalam maknanya realitas tersebut menjadi nyata atau hidup dalam alam pikiran pemirsanya dan hidup di tengah-tengah masyarakat sebagai bentuk dari pengetahuan masyarakat; menjadi kesadaran umum, opini maupun wacana publik hingga akhirnya berlahanlahan membunuh realitas itu sendiri. Dan dengan demikian itu merupakan sebuah gambaran dari proses simulasi hingga membentuk hiperrealitas.

Tayangan berita *Selamat pagi* yang disiarkan televisi merupakan bentuk penyangkalan terhadap realitas, maksudnya ada pembatasan penampilan tidak sama dengan yang terjadi di lapangan. Pembatasan dalam siaran televisi bertujuan untuk memberikan pendidikan moral, karena dalam tayangan televisi juga memiliki dasar hukum yang membatasi kualitas penyayangan.

Penampilan berita-berita yang ditampilkan dalam program ini hanya menunjukkan citraan-citraan baik yang menyembuyikan realitas sesungguhnya dan sama sekali tidak berhubungan dengan realitas. Realitas televisi menjadi hiperrealitas bagi para pelaku realitas di luar dunia pertelevisian. Individu dalam institusi sosialnya secara kreatif mengekspresikan dirinya. Misalnya, ada beberapa kejadian yang ditulis oleh editor adalah pemahaman subjektif mereka, atau bahkan sesuatu yang sudah dititipkan untuk diberikan kepadakhalayak sehingga realitas yang sesungguhnya telah menjadi kabur.

Walaupun sebenarnya para pekerja dalam program *Selamat Pagi* juga menciptakan ide-ide kreatif melalui pemberitaan yang ditampilkan. Tetapi kebanyakan realitas yang diangkat dalam pemberitaannya di program *Selamat Pagi* merupakan realitas yang dimaknakan secara subjektif melalui kekuatan simulasinya sebagai manusia yang kreatif. Realitas politik yang terjadi di Indonesia merupakan realitas sosial karena telah diangkat dan dimaknakan secara subjektif oleh aktor yang bekerja di program *Selamat Pagi* tersebut. Realitas menjadi realitas sosial karena telah disimulasikan dan diterima serta dimaknakan secara objektif oleh individu lain (pemirsa yang menonton dalam pemberitaan tersebut).

C. *Simulacrum* Murni dalam Program *Selamat Pagi*

Penjelasan sebelumnya telah mengungkapkan bahwa program *Selamat Pagi* dapat melakukan simulasi realitas secara lebih cepat dan luas. Kebutuhan masyarakat akan informasi realitas-realitas yang terjadi mengakibatkan pemberitaan di televisi

merupakan program *Selamat Pagi* utama secara cepat dalam mendapatkan informasi tersebut. Dalam keadaan tertentu, pemikir dan sosiolog kontemporer, Jean Baudrillard memperkenalkan keadaan masyarakat modern saat ini dengan masyarakat simulakra (*simulacra*), yaitu masyarakat yang kehidupannya terperangkap dalam dominasi model-model semu program *Selamat Pagi* dan informasi digital yang tidak memiliki asal-usul atau referensi di dalam realitas nyata, sehingga hal ini memungkinkan yang ilusi, fantasi menjadi nyata dan real. Inilah yang dikenal dengan realitas simulacrum dalam perspektif teori Simulasi Jean Baudrillard.

Simulasi ini menggambarkan sebuah visi tentang dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi, sebuah penawaran akan dunia yang lebih menakjubkan, lebih ajaib, lebih membahagiakan, dan lebih segala-galanya daripada dunia sebenarnya.⁵⁹ Dalam *Simulation*, Baudrillard menyimpulkan, bahwa sekarang era kita berada pada level/ tingkat reproduksi (*fashion*, program selamat pagi, publisitas, informasi, dan jaringan komunikasi) pada tingkatan yang secara serampangan disebut Marx dengan sektor kapital yang tidak esensial, artinya dalam ruang simulakra, kode, dan proses kapital global ditemukan.⁶⁰

Dalam tatanan ini, simulakra dijadikan sebagai cara untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat konsumen atas tanda. Dan sebagai masyarakat yang terbanjiri oleh citra dan informasi, membuat simulasi dan citra menjadi suatu hal yang paling

⁵⁹ Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 63

⁶⁰ Jean Baudrillard, *Simulation and Simulacra* (Michigan: Glaser) hlm. 99.

diminati dan diperhatikan dalam kebudayaan masyarakat pascamodern. Di sinilah kenyataan diproduksi oleh simulasi berdasarkan modelmodel (yang tidak memiliki asal-usul atau referensi realitas) dan secara artificial direproduksi sebagai kenyataan.⁶¹

Dalam simulasi, referensi antara tanda dengan realitas di dunia nyata tidak ada. Simulasi adalah realitas kedua (*second reality*) yang bereferensi pada dirinya sendiri (*simulacrum of simulacrum*). Simulasi tidak mempunyai relasi langsung dengan dunia realitas. Bahasa dan tanda-tanda dalam simulasi seakan-akan (*as if*) menjadi realitas yang sesungguhnya, ia adalah realitas buatan (*artificial reality*). Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual (hiperrealitas). Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imajiner yang dianggap real.⁶²

Dari naskah terlihat bagaimana tim produksi mencoba memberikan gambaran bahwa simulasi yang dilakukan oleh program *Selamat Pagi* bisa dikategorikan kedalam proses simulasi yang megagarah kesimulacra. Bagaimana tidak, mungkin banyak penontonton yang belum pernah atau bahkan belum memahami suatu daerah yang ada pada tayangan tersebut, tetapi para edit setelah pemasukan data murni dari

⁶¹ Chris Barker, *Cultural Studies*, (Bantul: Kreasi Wacana, 2011), hlm. 166.

⁶² Bagong Suyanto, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, (Yogyakarta: Aditya Program selamat pagi Publishing, 2010), hlm. 404.

lapangan akan di *edit* kembali dan dimasukan faktor-faktor internal dan eksternal, melalui bahasa; simbol-simbol, penggunaa kata, frase atau istilah, dan sebagainya.

Banyak naskah yang menarik untuk dikaji, dan banyak naskah yang memperlihatkan bahwa, itu adalah proses simulacra murni yang dilakukan oleh produser, asprod, editor di program *Selamat Pagi*, frase- frase yang dibuat mencoba memberikan pengetahuan, Proses mensimulacrakan secara murni itu ditunjukan dengan naskah yang baik, naskah kemudian disesuaikan dengan gambar yang telah di *edit* oleh *editor* lainnya agar sesuai dengan apa yang ingin ditampilkan. Editor gambar ini akan menyesuaikan saat bagaimana naskah dibacakan, saat itu pula gambar muncul dan sesuai dengan isi naskah tersebut. Dalam hal ini editor harus tepat dalam menyesuaikan waktu hingga *per* detiknya.

“tugas saya bisa dilakuin kalo tugas editor naskah udah selesai. Soalnya naskah itu akan harus saya sesuaikan dengan gambarnya. Awalnya dapet gambar dari kameramen ya acak-acakan, sedapet dia ambil di lapangan aja. Gampang-gampang susah sih, soal ngeditngedit sih lumayan gampang, yang butuh waktu cukup lama itu gimana cara biar pas penyiarnya ngomong, gambarnya keluar sama kaya yg di omongin dia. Itungan per detik itu..”⁶³

Pernyataan editor tersebut seolah memperkuat bahwa berita yang tersimulasi tersebut harus memlalui tahapan editor sehingga, yang tersaji ke khalayak adalah produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga apa yang dimaksud Baudrillard, penciptaan dunia kebudayaan dewasa ini mengikuti satu model produksi yang disebutnya simulasi—penciptaan model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas: hiperrealitas. Melalui model simulasi, manusia dijebak di dalam satu ruang,

⁶³ Hasil wawancara dengan editor Trans 7, 29 april 2016.

yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu atau khayalan belaka. Ruang realitas semu ini merupakan satu ruang antitesis dari representasi—desimulasi dari representasi itu sendiri.

Simulasi sendiri menurut Baudrillard merupakan akibat dari kemajuan di bidang teknologi informasi dalam proses reproduksi obyek. Perkembangan eksplosif media massa membuat kita dikelilingi oleh tanda-tanda (*signs*) dan *mode of signification*. Kehidupan dikendalikan oleh sebuah sirkulasi tanda-tanda yang tanpa henti. Simulasi, menurut Baudrillard telah menggantikan representasi, karena simulasi telah membalik representasi.⁶⁴ Secara lebih spesifik, Baudrillard memberikan penjelasan sebagai berikut:

*“So it is with simulation, insofar as it is opposed to representation. Representation starts from the principle that the sign and the real are equivalent (even if this equivalence is Utopian, it is a fundamental axiom). Conversely, simulation starts from the utopia of this principle of equivalence, from the radical negation of the sign as value, from the sign as reversion and death sentence of every reference. Whereas representation tries to absorb simulation by interpreting it as false representation, simulation envelops the whole edifice of representation as itself a simulacrum.”*⁶⁵

Jadi manipulasi kenyataan yang menenggelamkan representasi ke dalam simulasi yang mereduksi ekuivalensi (keseimbangan) antara citra dan realitas (kendati sifat ekuivalen ini pun dianggap semu), itulah yang disebut Simulakra. Naskah -naskah tersebut mencoba memberikan penjelasan bahwa, proses simulasi tersebut adalah menanamkan nilai – nilai yang belum diketahui oleh pemirsanya, atau Bahasa lainnya mengaburkan hal yan dianggap real menjadi seperti real. Karena

⁶⁴ Ratna Noviani, *Op.Cit.*, hlm. 66.

⁶⁵ Jean Baudillard, *The Ecstasy of Communication*, (in *Selected Writings*), ed. Mark Poster. Stanford: Stanford University 2002), hlm:169.

dengan nalar manusia kita mudah sekali berfantasi. Contoh contoh lain berita mengenai *Transmart*, bagaimana berbelanja itu dengan akan sangat mudah bila dilakukan dengan berbelanja di *Transmart*, bagaimana frame yang dibuat, seolah-olah berbelanja itu akan mendapatkan banyak keuntungan bila berbelanja sesuai yang digambarkan melalui tanda – tanda atau gambar- gambar. Padahal itu hanya kepentingan jualan semata tanpa mementingkan faktor lain. Itu membuat penonton merasa berfantasi akan sangat mudah berbelanja di *Transmart*.

Di dalam wacana simulasi, manusia mendiami satu ruang realitas, di mana perbedaan antara yang nyata dan fantasi atau yang benar dan palsu menjadi sangat tipis—manusia hidup di dalam satu ruang khayali yang nyata. Televisi atau dunia fantasi, pada kenyataannya, sama nyatanya dengan pelajaran sejarah atau etika di sekolah, sebab ia sama-sama menawarkan informasi dan memebentuk sikap dan gaya hidup manusia.⁶⁶ Di era modern saat ini di mana teknologi informasi/ program *Selamat Pagi* informasi memainkan peran utama dalam simulasi realitas sosial dan budaya manusia. Tidak hanya realitas sosial yang dipengaruhi melainkan pemikiran manusia itu sendiri.

Sebagai bentuk reaksi atas perkembangan teknologi, realitas sosial dan kebudayaan manusia saat ini berada dalam sebuah realitas yang disadari nyata padahal semu, sebuah realitas yang dibentuk program *Selamat Pagi* melalui model-model simulasi (citra, kode, dan tanda) mampu menciptakan realitasnya yang *fantastic* (hiper). Sehingga bagi massa yang panik, ia akan menyerap energi realitasnya namun tidak mampu membiaskannya, ia menyerap setiap tanda, makna,

⁶⁶ Yasrif Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 228.

dan pesannya, namun tidak mampu memantulkan dan mencernanya, karena mereka sudah menjadi sekumpulan mayoritas yang diam.⁶⁷ Dalam kegilaan, totalitas jiwa (*mind*) terfragmentasi sedemikian rupa, sehingga memisahkan manusia dari “realitas” dirinya sendiri. Manusia terpenjara dalam fragmen-fragmen fantasi, imajinasi; terobsesi dengan citra (*image*), prestise, kebanggaan yang menghantui dirinya. Citra-citra yang sebetulnya bersifat semu, mendapatkan pengakuan. Yang kemudian terbentuk adalah kesadaran semu (*false consciousness*) serta realitas semu (*hyperreality*)⁶⁸ Kesemuan itu telah memenjara manusia untuk dapat meraih gemerlap cahaya yang ditawarkannya dengan cara apapun, padahal sesungguhnya itu tak lebih dari sebuah fatamorgana.

D. “Realitas” *Selamat Pagi* adalah Fatamorgana

Fatamorgana adalah citraan (*image*) yang dibentuk oleh penanda (*signifier*), yang berdasarkan persepsi orang yang melihatnya dikaitkan dengan sebuah penanda (*signified*), berupa konsep atau makna di baliknya. Fatamorgana sebenarnya adalah tanda dusta (*false sign*) yang penampakan visualnya telah menggiring seseorang pada sebuah konsep, padahal konsep tersebut tidak menunjukkan referensi atau realitas yang sesungguhnya. Fatamorgana menawarkan seseorang penanda yang hampa (*empty signifier*). Penanda tersebut tidak mempunyai referensi pada realitas, tetapi pada halusinasi yang telah memerangkap setiap orang pada pesona penampakan yang

⁶⁷ Idi Subandy Ibrahim, *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, (Yogyakarta: Jalasutra, tt), hlm. 180.

⁶⁸ Erving Goffman, *Asylum: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmate*, (PenguinBooks, 1987), hlm. 16

sesungguhnya tak lebih dari kehampaan.⁶⁹ Seperti itu yang diharapkan oleh pembuat berita di program ini, ketika kita melihat berita yang dibuat. Kita seolah-olah merasakan dan mengetahui maksud dari berita tersebut.

Dalam era simulasi ini, realitas tak lagi memiliki eksistensi. Realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra dan model-model reproduksi. Tidak mungkin lagi kita menemukan referensi yang real, membuat perbedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta yang semu dan yang nyata. Yang ada hanyalah campuran aduk diantara semuanya. Tanda – tanda yang ditampilkan adalah sebuah nilai yang harus dipahami oleh masyarakat. Simulacra yang sepurna tersebut menghasilkan sebuah fatamorgana, yang menghilangkan kebenaran yang sesungguhnya.

Simulasi menyandarkan diri pada prinsip ketiadaan dan sebuah penyangkalan, dengan cara mengaburkan bahkan menghilangkan referensi, realitas dan kebenaran, serta mengedepankan penampakan sebagai prinsip kebenaran yang sesungguhnya. Dengan demikian, simulasi yang dilakukan oleh Program *Selamat Pagi* berawal dari proses penghancuran segala acuan referensi dan bahkan lebih buruk lagi: dengan merajalelanya acuan-acuan semu dalam sistem penandaan, maka sifat material ketimbang makna merasuk ke dalam semua sistem kesetaraan, jadi yang ditampilkan di televisi sekarang ini khususnya *Selamat Pagi*, adalah upaya penyerataan, bahwa berita yang ada dilapangan sesuai dengan yang ditampilkan.

⁶⁹ Yasraf Amir Piliang, *Hantu-hantu Politik dan Matinya Sosial*, (Solo: Tiga Serangkai, 2003), hlm. 150.

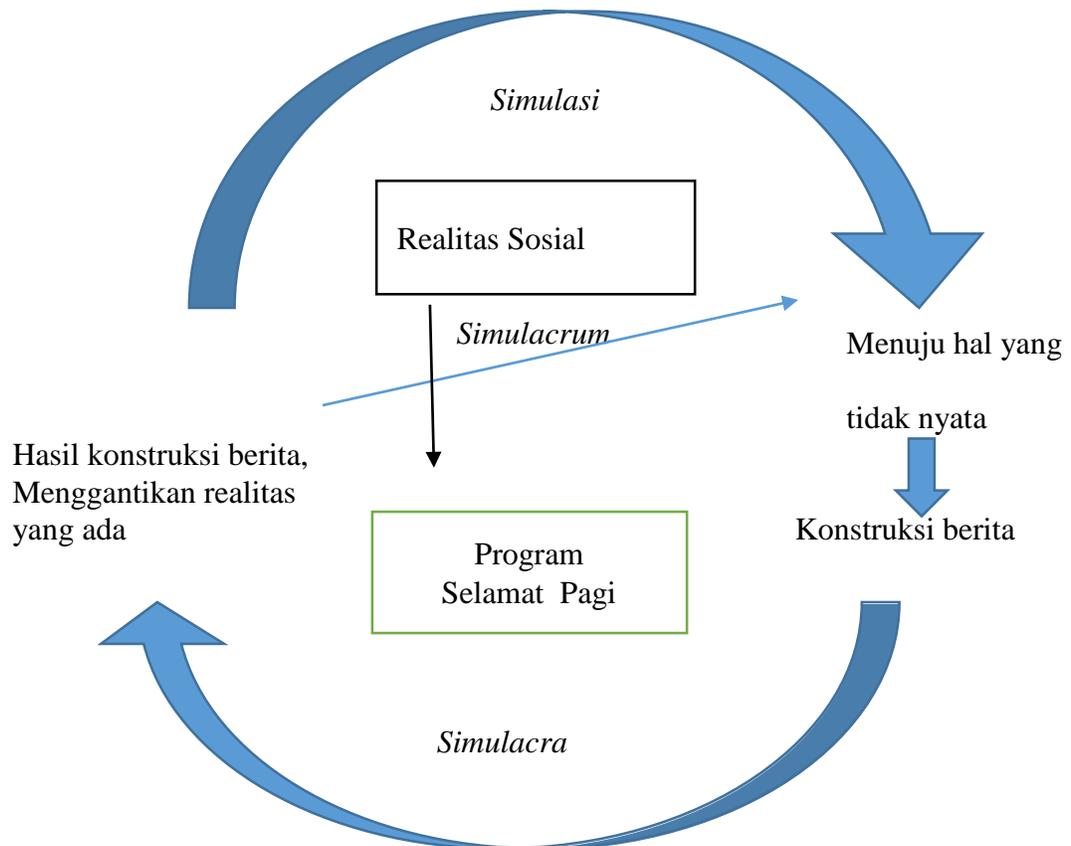
Simulasi tidak lagi berkaitan dengan persoalan imitasi, reduplikasi atau bahkan parodi dari sebuah realitas. Simulasi yang saya lihat di program acara *Selamat Pagi* lebih tertarik mempersoalkan proses penggantian tanda-tanda real, bagi realitas itu sendiri, yakni suatu proses untuk menghalangi setiap proses real dengan mekanisme operasi ganda, sebuah konsep metastabil, terprogram, sebagai sebuah mesin penggambaran yang sempurna yang menyediakan semua tanda real dan serangkaian kemungkinan perubahannya. Hiperrealitas dengan demikian berbeda sama sekali dari yang real maupun yang imajiner.

Dalam dunia simulasi seperti ini, prinsip-prinsip representasi modernisme menjadi tidak lagi relevan. Perbedaan antara objek dan subjek, real dan semu, penanda dan petanda, dalam paradigma modernisme tidak bisa lagi dilakukan. Dalam mekanisme simulasi, manusia dijebak dalam satu ruang yang dianggapnya nyata, padahal sesungguhnya semu belaka. Ruang realitas semu ini merupakan ruang antitesis dari representasi semacam desimulasi representasi itu sendiri. Dengan contoh yang gampang kita lihat dari program *Selamat Pagi* bagaimana acara tersebut menggambarkan daerah – daerah yang ada di Indonesia dengan cara pandang dan mereka, lalu mengaburkan kondisi real yang ada dilapangan.

Menurut peneliti, para pemangku kebijakan di program ini, melihat bahwa bila dalam ruang nyata, sebuah peta merupakan representasi dari sebuah teritori, maka dalam mekanisme simulasi yang terjadi adalah sebaliknya. Peta mendahului teritori. Sehingga bila, berdasarkan analogi tersebut, gambar- gambar atau tanda – tanda yang

coba digambarkan dari jalan – jalan *Selamat Pagi* keliling Indonesia, itu ingin menggambarkan kondisi Indonesia yang seharusnya, yang diharapkan, tetapi terkadang tidak sesuai dengan apa yang ada. Dalam dunia simulasi, bukan realitas yang menjadi cermin kenyataan, melainkan model-model yang ditawarkan televisi yaitu dalam hal ini berita itu sendiri yang ditawarkan oleh program *Selamat Pagi*.

SKEMA IV.1
Konsep Simulasi dalam Program *Selamat Pagi*



Sumber: Diolah dari Temuan Penelitian, 2016

Skema ini mencoba menjelaskan bahwa realitas yang ada coba diambil oleh Program *Selamat Pagi*, realitas yang ada dimasyarakat tersebut mengalami proses pemilihan dimana berita yang mau diangkat mengalami proses pengeditan atau disebut proses pengsimulasian. agar realitas menjadi lebih berwarna dan lebih bernilai bagi yang melihatnya. Proses pengsimulasian tersebut dikategorikan sebagai proses Simulasi, tersebut mengaburkan nilai real yang ada didalam di dalam realitas, proses pengkaburan tersebut dinamakan simulacra. Lalu berita yang kita lihat di televisi adalah hasil dari proses simulacra tersebut, sehingga yang kita lihat adalah simulacrum yaitu menuju hal yang tidak nyata.

E. Rangkuman

Pada dasarnya, Setiap program televisi memiliki kemampuan untuk mensimulasi berita, berita yang disimulasi itu memiliki nilai – nilai yang ingin dibagikan kepada khalayak. Proses pengsimulasian tersebut dianalogikan sebagai proses simulasi, yaitu yang diartikan sebagai suatu proses dimana representasi (gambaran) atas suatu objek justru menggantikan objek itu sendiri, dimana representasi itu menjadi hal yang lebih penting dibandingkan objek tersebut. Simulasi, dalam bahasa Baudrillard, di bangun berdasarkan model-model yang begitu cermat, semua model yang nyaris mendekati fakta, dan dimana model tampil mendahului fakta. Dalam era simulasi ini, realitas tak lagi memiliki eksistensi. Realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra dan model-model reproduksi. Tidak mungkin lagi kita menemukan referensi yang real, membuat perbedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta yang semu dan yang nyata. Yang ada hanyalah campur aduk diantara semuanya.

Dalam program *Selamat Pagi* televisi, antara realitas sosial dan pemberitaan, menempatkan individu sebagai subjek sekaligus objek dalam simulasi sosial, yang senantiasa melakukan simulasi. *Program Selamat Pagi* dapat menciptakan kesadaran akan realitas sosial dimana individu menjadi aktor kreatif dalam dunia sosialnya. Dalam realitas sosial melalui pemberitaan, penciptaan realitas dilakukan bersama-sama antara pencipta berita dan *Program Selamat Pagi* televisi. Dengan kata lain, individu tidak sendiri menciptakan realitas, namun penciptaan tersebut dibantu oleh

kekuatan program *Selamat Pagi*. Proses simulasi tersebutlah yang dianalogikan sebagai proses simulacra, yaitu proses dimana mengaburkan yang real menjadi tabu, membuat seolah-olah kita berada ditempat imajiner tersebut, walaupun kita belum mengetahui atau belum pernah berada disana. Tetapi seolah-olah denga adanya berita tersebut. Kita seakan-akan larut didalamnya padahal semua itu hanyalah fatamorgana.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Media massa memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat. Media massa mampu memberikan informasi yang dibutuhkan semua orang, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Manusia era globalisasi hidup dalam dunia simulacra, didalamnya citra atau penanda atau kode atas suatu peristiwa telah menggantikan pengalaman. Zaman simulasi adalah jaman informasi dan tanda yang dikendalikan oleh *models*, *codes* dan *sign*. Melalui berita, segala pesan akan disampaikan pada khalayak atau masyarakat luas. Berita sebenarnya merupakan laporan peristiwa yang artifisial setelah melewati beberapa proses seleksi dan reproduksi. Tetapi dapat diklaim sebagai objek oleh media itu untuk mencapai tujuan ideologis dan mungkin juga bisnis. Dengan kata lain, media massa bukan sekedar menyampaikan, melainkan juga menciptakan makna. Makna inilah yang coba disimulasi ulang oleh *Selamat Pagi* melalui proses simulacra.

Secara selektif media menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Seperti menyunting bahkan wartawan sendiri memilih mana berita yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain.

Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu. Hal ini yang sering disebut sebagai framing media. Orang yang menyeleksi, menyaring, dan menyunting berita disebut dengan dewan produksi. Dalam hal ini, dewan produksi adalah Produser *Selamat Pagi* dalam lingkup kecil, sedangkan untuk lingkup yang luas yaitu para Eksekutif Produser, Kepala Departemen, dan Pimpinan Divisi News.

Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual. Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imajiner yang dianggap real demi sebuah tayangan yang mengejar rating atau mewujudkan agenda tersembunyi industri televisi, termasuk program *Selamat Pagi* menyajikan konten-konten yang dikonstruksi dari realitas semu seakan-akan menjadi realitas nyata. Akibatnya masyarakat sulit membedakan mana realitas semu dan realitas nyata. Karena realitas yang ditampilkan oleh media adalah realitas yang sudah diseleksi.

Sehingga program *Selamat Pagi* dapat menciptakan kesadaran akan realitas sosial dimana individu menjadi aktor kreatif dalam dunia sosialnya. Dalam realitas sosial melalui pemberitaan, penciptaan realitas dilakukan bersama-sama antara pencipta berita dan program *Selamat Pagi* televisi. Dengan kata lain, individu tidak sendiri menciptakan realitas, namun penciptaan tersebut dibantu oleh kekuatan

Program Selamat Pagi. Proses simulasi tersebutlah yang dianalogikan sebagai proses simulasi, yaitu proses dimana mengaburkan yang real menjadi tabu, membuat seolah – olah kita berada ditempat imajiner tersebut, walaupun kita belum mengetahui atau belum pernah berada disana.

Artinya penelitian ini menyimpulkan bahwa Simulasi yang terlihat di program acara *Selamat Pagi* lebih tertarik mempersoalkan proses penggantian tanda-tanda real, bagi realitas itu sendiri, yakni suatu proses untuk menghalangi setiap proses real dengan mekanisme operasi ganda, sebuah konsep metastabil, terprogram, sebagai sebuah mesin penggambaran yang sempurna yang menyediakan semua tanda real dan serangkaian kemungkinan perubahannya. Hiperrealitas dengan demikian berbeda sama sekali dari yang real maupun yang imajiner.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berita memang harus diperbaiki atau dalam bahasanya di simulasi, agar bisa menarik dan memiliki nilai jual, karena semua program televisi memang memerlukan *share dan rating* untuk keberlanjutan program, tetapi pengsimulasian yang terjadi jangan lah sampai merubah konten berita itu sendiri, sehingga, realitas yang dilaporkan dengan yang sesungguhnya menjadi berbeda. Itu akan membuat nilai yang dipahami oleh *audience* akan menjadi sesuatu nilai baru yang berbeda dengan realitas aslinya atau dalam penelitian ini disebut realitas murni.

2. Media massa memang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, dengan komunikasi kita dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman kita kepada orang lain. Akan tetapi, Dalam pembuatan naskah diharapkan, gaya bahasanya ataupun dalam mngsimulasi berita berupa gambar -gambar harus diperhatikan dengan seksama, agar tidak terjadi hal yang multitafsir.
3. “*Stock of knowledge*” audience juga harus diperhatikan. Artinya, kita tidak boleh terus–terusan menyalahkan televisi atau program acara televisi. Terkadang penontonya juga turut andil dalam salah intrepretasi yang disebabkan karena keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu disarankan sekali bagi penonton berita televisi terutama dalam menonton berita, harus memiliki beberapa sumber yang berbeda, selain itu harus sudah memiliki pengetahuan terlebih dahulu sebelum memberi makna terhadap sebuah realitas yang ditampilkan. Jika pengetahuan terbatas, maka kitakan dengan mudah mengikuti apa yang telah dikonsepkkan oleh mereka pembuat berita di televisi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Amir, J. (2005). *Belajar Menjadi Wartawan*. Malaysia: Zafar PTS Profesional.
- Assegaf, D. H. (1991). *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Baudillard, J. (1968). *The System of Objects*. London and New York: Verso Books.
- (n.d.). *Simulation and Simulacra*. Michigan: Glaser.
- (n.d.). *The Ecstasy of Communication in Selected Writings*. Stanford: Stanford University Press.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2006). *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Oldenburg: Amazon Noir.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi*.
- (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Indonesia.
- (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Framing: Konstruksi, ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis.
- Florinna, M. G., & Paraschiv, L. M. (2013). *Is Framing a Key Elementfor a News Item To Fall into the Soft or Hard Category*. Bucharest: National Schoolof Political Studies and Public Administration.
- Isbandi, R. (1994). *Psikologi Pekerjaan Sosial, dan Ilmu Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Komunikasi di Masyarakat*. (n.d.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Margaretha, S. (2011). *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.
- McNair, B. (1995). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Pane, T. R. (2004). *Speak Out: Panduan Praktis dan Jitu Memasuki Dunia Broadcasting dan Public Speaking* . Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Piliang, Y. A. (n.d.). *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Plummer, K. (n.d.). *Sosiologi The Basics*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Rachmat, J. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi Bandung*. PT. Remaja Rosdayakarya.
- (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2012). *Teori Sosiologi, dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Modern*. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Romli, A. S. (2003). *Jurnalistik Terapan*. Bandung: Batic Press.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating The Message*. New York: Longman Publisher.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudibyo, A. (1999). *Citra Bung Karno. Analisis Berita Pers Orde Baru*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.
- Sumadiria, A. H. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Symbiosa.
- Umami, I. P., & Panuju. (2005). *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Vivian, J. (n.d.). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Zeitlin, I. M. (1995). *Memahami Kembali Sosiologi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

JURNAL :

- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khazanah Al-Hikmah, Vol. 2 No. 1*.
- Hacket, F. L. (2014). Between Objectivity and Openness – The Mediality of Data for Journalism. Vol. 2 No. 2

BIBLIOGRAPHY \l 1033 Widiyanto, K. (2014). Analisis Framing Berita Blok Mahakam pada Surat Kabar Kaltim Post. *Jurnal: Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Vol.2 No.2*

SUMBER INTERNET :

[http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Komunikasi/1\)%20Daftar%20Stasiun%20Televisi%20di%20Indonesia/TVRI/Sejarah%20TVRI%20-%20daftar%20stasiun%20Televisi%20-%20wikipedia.org.pdf](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Komunikasi/1)%20Daftar%20Stasiun%20Televisi%20di%20Indonesia/TVRI/Sejarah%20TVRI%20-%20daftar%20stasiun%20Televisi%20-%20wikipedia.org.pdf) pada tanggal 17 mei 2016,pukul19.12.

<http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=3> pada tanggal 17 Mei 2016

www.trans7.co.id diakses 17 Mei 2016