

MENELITI IDEOLOGI MEDIA : CATATAN SINGKAT

Prof. Drs. H. Pawito, Ph. D
(Guru Besar FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta)

ABSTRACT

The article deals with media studies attempting to dismantle ideological values conveyed by the content of mass media. After tries to elaborate the significance role of providing the public with constructed reality by means of making representation, the article suggests three methods of inquiry i.e content analysis, semiotic analysis, and critical discourse analysis with some of exemplars.

Keywords: media, media ideology, content analysis, semiotic analysis, critical discourse analysis

Kajian mengenai media massa dalam konteks ilmu komunikasi dapat mengambil titik berat pada salah satu dari dua pilihan: media sebagai pranata sosial (*social institution*), dan isi media. Mengkaji media massa dengan titik berat pertama berarti mengkaji keberadaan dan/atau struktur media massa termasuk misalnya sistem media, keberadaan dan peran media (dalam konteks domestik, regional ataupun global), sistem-sistem internal yang berkembang dalam industri media massa, persoalan kepemilikan media beserta segala konsekuensinya, dan jalinan atau interaksi media massa sebagai suatu pranata sosial (*social institution*) dengan pranata sosial lain yang ada di dalam masyarakat (seperti lembaga ne-

gara, partai politik, dan kepemimpinan pendapat). Kemudian mengkaji media massa dengan titik berat isi media (*media content*) berarti mengkaji isi media dengan menggunakan perangkat pandangan teoritik dan/atau metode tertentu. Kajian jenis ini sering disebut dengan studi media (*media studies*).

Khusus terkait dengan upaya mengkaji ideologi media maka para peneliti biasanya lebih banyak berurusan dengan isi media; menempatkan isi media sebagai teks yang kemudian “dibaca” (dimaknai) dengan cara tertentu. Menarik dalam hubungan ini bahwa teks yang sama dapat diberi makna secara berbeda-beda apabila “cara membaca” berbeda. Kata “cara membaca” yang dimaksud di sini adalah cara

pemberian makna, interpretasi, dan pemahaman terhadap teks media.

Ideologi Media

Pada umumnya dapat diterima pandangan yang mengatakan bahwa teks media mengartikulasikan secara terpadu (*coherent*) gagasan-gagasan tentang bagaimana cara memandang dan/atau memahami realitas. Media massa, melalui berbagai jenis sajian pesan, menawarkan cara pandang mengenai berbagai hal termasuk misalnya cara memandang kelompok etnis dan/atau budaya tertentu, perempuan, pemimpin, atau masyarakat. Ditawarkan pula oleh media massa, melalui kandungan pesan yang disampaikan kepada publik, jalan yang telah ditempuh oleh figur atau tokoh-tokoh tertentu misalnya terkait dengan keputusan atau kebijakan penting tertentu yang diambil, cara mengejar dan/atau mempertahankan kekuasaan, pola makan tertentu dalam upaya menjaga kesehatan, dan gaya hidup yang ditempuh untuk dapat menikmati kehidupan.

Apa yang baru saja dikemukakan di atas dapat dilihat sebagai persoalan ideologi. Dari sisi ini kelihatan bahwa kajian mengenai media massa terkait dengan ideologi memang mencermati isi atau teks media – yakni mencermati bagaimana kecenderungan media massa dalam mempublikasikan (menyajikan representasi-representasi tertentu) mengenai hal-hal yang telah, sedang, dan akan terjadi pada tokoh, atau mungkin masyarakat di kawasan tertentu, kelompok etnis atau budaya. Mengkaji ideologi media, karena itu, tidak mencermati secara khusus mengenai pengaruh media (*media effects*). Teks media dalam hubungan ini diyakini sebagai situs di dalam mana nilai dan norma-norma sosial diartikulasikan. Media massa memfasilitasi artikulasi nilai, norma, atau gagasan-gagasan dan bahkan kerap kali mengkonteskannya, memfasilitasi dialog dan interaksi antara gagasan-gagasan, nilai, atau norma yang beragam yang ada di dalam masyarakat.

Persoalan yang tidak mudah untuk segera dipahami adalah konsep atau istilah

ideologi (*ideology*). Secara garis besar dapat dibedakan dua cara pemaknaan terhadap konsep ideologi: (a) pemaknaan secara lembut (*soft*) – ideologi lebih dipahami sebagai sistem keyakinan yang menjadi karakter kelompok masyarakat tertentu; dan (b) pemaknaan secara kuat, keras (*hard*) – ideologi dipahami sebagai sistem keyakinan yang menjadi cita-cita atau dambaan masyarakat yang kemudian memberikan acuan dalam memandang dan/atau memahami realitas. Dekat dengan cara pemaknaan yang kedua dalam konteks studi media maka kalangan Marxist dan neo-Marxist biasanya menggunakan istilah ideologi untuk menunjuk sistem keyakinan yang membenarkan atau mendasari tindakan orang-orang yang memiliki kekuasaan (*power*) untuk mengupayakan distorsi serta penyajian (*representation*) yang cenderung bersifat manipulatif tentang realitas.

Kajian mengenai ideologi media, karena ini, dapat dikatakan berkenaan dengan citraan (*images*) atau representasi mengenai realitas masyarakat yang ditampilkan oleh media dalam berbagai kemasan pesan yang notabene adalah pendefinisian realitas dengan cara tertentu dengan menggunakan perangkat sistem lambang. Hal ini berarti bahwa ideologi media pada dasarnya adalah gagasan-gagasan atau nilai-nilai pokok yang diusung oleh media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak entah itu berupa paket berita, iklan, film, tayangan sinetron, atau tayangan reality show. Ideologi media tampak secara implisit berupa sistem makna terkandung dalam sistem-sistem lambang yang dapat membantu mendefinisikan dan/atau menjelaskan realitas walau kerap kali bias, serta memberikan acuan bagi publik untuk berpikir, bersikap, dan memberikan merespon. Dengan kata lain konsep ideologi media sangat lekat dengan konsep-konsep lain seperti sistem keyakinan (*belief system*), prinsip gagasan (*basic way of thinking*), pandangan dunia (*worldviews*), dan nilai (*values*) yang diusung oleh media.

Kajian mengenai ideologi media kerap kali melibatkan perdebatan di antara dua kubu pandangan yang saling berlawanan: (a)

pandangan bahwa teks media cenderung mempromosikan pandangan ideologis dari kalangan-kalangan dominan, dan (b) pandangan bahwa teks media mengamplifikasi pandangan ideologis tandingan dalam upaya penegasian, perlawanan, dan pembebasan. Menariknya dalam hubungan ini bahwa kedua pandangan tersebut sama-sama menyebut (mengakui adanya) kekuatan atau kekuasaan kalangan dominan. Nampak dari sisi ini bahwa, setidaknya sampai tingkat tertentu, media massa menjadi kancha pergumulan budaya (*battle field of culture*) terutama dalam konteks demokrasi. Berbagai nilai dan/ gagasan diamplifikasi oleh media massa, dikonteskan, dikompetisikan oleh dan/atau melalui media massa.

Mengkaji Ideologi Media

Dapat kiranya dikatakan bahwa kajian tentang ideologi media merupakan bagian penting dari kajian media (*media studies*) – yakni mengkaji isi media dengan maksud terutama untuk melacak gagasan-gagasan pokok, nilai-nilai, atau motif-motif pokok yang terkandung di dalam dan/atau di balik teks. Sebagaimana penelitian ilmiah lazimnya maka penelitian mengenai ideologi media memerlukan perangkat metodologi untuk mengumpulkan data dan menganalisisnya (termasuk misalnya analisis isi, analisis semiotik, dan analisis wacana kritis) serta perangkat teori untuk membaca dan/atau menginterpretasi temuan-temuan yang ada.

Analisis Isi

Analisis Isi (*content analysis*) sebagai suatu metode ilmiah sudah sejak lama digunakan oleh para peneliti untuk melacak kecenderungan-kecenderungan yang terdapat pada (isi) media. Harold D. Lasswell (1902-1978, terlahir di Donnellson, Illinois) yang telah menulis sebanyak 6 juta kata tertuang dalam banyak sekali karya ilmiah selama kariernya sebagai ilmuwan merupakan salah seorang perintis metode ini. Lasswell menggunakan metode ini untuk meneliti leaflet dan surat kabar yang digunakan baik oleh kekuatan poros maupun kekuatan sekutu

untuk kepentingan propaganda dalam era Perang Dunia I, dan lagi Lasswell melakukan kajian secara lebih ekstensif tentang propaganda di era PD II atas sponsor Rockefeller Foundation (Rogers, 1994:203-228). Pemikiran-pemikiran Lasswell berkenaan dengan tehnik analisis isi kemudian dikembangkan oleh beberapa peneliti terkemuka berikutnya dalam dunia komunikasi, termasuk misalnya Bernard Berelson. Berelson mengembangkan dasar pemikiran metode ini sehingga menjadi metode yang mapan dengan berpijak pada prinsip filsafat positivistik-naturalistik dengan mengatakan bahwa analisis isi merupakan: “*a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*” (lihat misalnya Stempel III, 1981:120).

Yang menarik kemudian adalah bahwa analisis isi sebagai suatu metode ilmiah mengalami perkembangan pesat terutama terutama setelah pertengahan kedua dekade 1980-an. Salah satu perkembangan penting menyangkut analisis isi adalah tumbuhnya kajian-kajian dengan analisis isi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) berkembang sebagai koreksi terhadap analisis isi kuantitatif terutama berkenaan dengan kecenderungan kurang adanya upaya pemahaman mengenai realitas sosial serta budaya yang menjadi konteks dari teks (isi atau pesan komunikasi) – pemahaman yang, walau terkesan subyektif, tetapi tetap bersifat ilmiah.

Kenyataan yang ada sekarang menunjukkan bahwa metode analisis isi dipahami secara beragam serta digunakan secara luas di berbagai cabang ilmu dan lintas ilmu termasuk misalnya keperawatan, linguistik, sejarah, politik, sastra, perpustakaan (*information and library science*), lingkungan hidup, filsafat, antropologi, sosiologi, dan psikologi di samping sudah tentu adalah ilmu komunikasi. Analisis isi bukan saja digunakan untuk meneliti kandungan (isi) media massa tetapi juga isi percakapan termasuk hasil/transkrip wawancara. Juga, kajian dengan metode analisis isi digunakan untuk mencermati gejala-gejala yang semakin beragam termasuk

multimedia. Karya kompilatif berjudul *Multimedia Content Analysis: Theory and Application* (dieditori Ajay Divakaran, 2009), misalnya, bukan hanya membahas topik-topik penting yang kemudian dikelompokkan menjadi tiga seksi: (a) teori, (b) interaksi manusia dengan multimedia, dan (c) produk-produk komersial; tetapi juga memberikan ancar-ancar untuk penelitian ke depan (<http://www.springer.com>).

Dalam pengertian kualitatif maka pemahaman mengenai metode analisis isi sudah tentu tidak bertolak dari pemikiran positivistik tetapi lebih banyak bertolak dari pemikiran fenomenologi. Definisi yang sering dikutip mengenai analisis isi kualitatif dikemukakan misalnya oleh Hsieh & Shannon (2005) yang mengatakan bahwa analisis isi kualitatif merupakan “*a research method for the subjective interpretation of the content of text data through the systematic classification process of coding and identifying themes or patterns*” (Hsieh & Shannon, 2005, dalam Zhang & Wildemuth, <http://www.ils.unc.edu>). Patton (2002) dalam pada itu mengatakan analisis kualitatif sebagai “*any qualitative data reduction and sense-making effort that takes a volume of qualitative material and attempts to identify core consistencies and meanings*” (Patton dalam Zhang & Wildemuth, <http://www.ils.unc.edu>).

Contoh Kajian

Penggunaan metode analisis isi untuk melacak ideologi media dapat ditempuh baik dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ataupun kualitatif, atau bahkan penggabungan dari keduanya. Kajian oleh Richardson (2001:221-242), misalnya, mencermati bagaimana surat kabar (*broadsheet press*) di Inggris menyajikan representasi mengenai umat Islam di sana dengan analisis kuantitatif dan digabungkan dengan kualitatif. Richardson dalam hubungan ini meneliti lima surat kabar harian utama Inggris serta dua surat kabar mingguan utama. Kelima surat kabar harian yang dimaksud adalah (a) *Financial Times*, (b) *The Independent*, (c) *The Guardian*, (d) *Daily Telegraph*, dan (e) *The Times*; dan kedua surat kabar mingguan termaksud

yakni *Sunday Independent*, dan *Sunday Times*. Pengamatan dilakukan selama empat bulan: Oktober 1997 sd. Januari 1998. Selama periode ini terdapat 2540 artikel pemberitaan mengenai komunitas Islam Inggris yang diamati. Penelitian ini sampai pada temuan antara lain sebagai berikut.

1. *British Muslim communities are almost wholly absent from news, excluded from all but predominantly negative contexts.*
2. *When British Muslims do appear, they are included only as participants in news events, not as providers of informed commentary on news events*
3. *The issues and concerns of the communities are not being served by the agendas of the broadsheet press.*

Kajian yang agak mirip dengan yang baru saja dikemukakan dilakukan oleh Ashifa Kassam mengenai representasi umat Islam perempuan (muslimah) di Kanada. Kassam (2008), dengan menggunakan analisis isi kualitatif, meneliti bagaimana pemberitaan media di Toronto Kanada terutama yakni *The Toronto Star*, *The National Post*, *The Toronto Sun*, dan *The Globe and Mail* mengenai keputusan Pemerintah Negara Bagian Ontario berkenaan dengan permasalahan apakah hukum Islam (syari’ah Islam) akan diterapkan di negara bagian ini terutama berkenaan dengan keberadaan kaum muslim perempuan. Pengamatan berfokus antara 12 Agustus sampai dengan 12 September 2005 (satu bulan). Sebanyak 32 artikel serta 12 foto dianalisis. Kassam menemukan kesan bahwa hampir semua artikel berita dan foto menggambarkan muslimah Kanada sebagai orang luar (kelompok outsiders), kelompok yang homogen, dan tidak memiliki kemajemukan. Lebih dari itu perempuan muslim di Kanada juga digambarkan sebagai kalangan yang lemah tak berdaya dan bukan unsur pembaharu.

Analisis Semiotik

Perangkat metode lain yang dapat digunakan untuk melacak ideologi media adalah

analisis semiotik (*semiotics*). Metode ini pada dasarnya merupakan cara untuk memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang (*signs*) yang terkandung dalam teks. Namun demikian perkembangan yang lebih baru menunjukkan bahwa kajian semiotika semakin merambah tiga area pokok: (a) lambang-lambang, (b) sistem-sistem di dalam mana lambang-lambang disusun atau diorganisasikan, dan (c) budaya di dalam mana lambang-lambang digunakan (G. Luhrs, 2001). Pemahaman mengenai analisis semiotik pada awalnya bertolak dari pandangan dua orang perintis utama (yang bekerja secara terpisah) yakni Charles S. Peirce dan Ferdinand de Saussure.

Peirce (1839-1914) yang seorang ahli matematika dan filsafat melakukan kajian mengenai sistem-sistem lambang dalam upaya menghasilkan sistematisasi pengetahuan (*knowledge*) terutama dari perspektif logika dan filsafat. Dalam hubungan ini Peirce menggunakan istilah *representamen* untuk menunjuk lambang (*sign*) dengan pengertian sebagai “*something which stands to somebody for something in some respect or capacity*” (sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang dalam suatu hal atau kapasitas) (Matterlart dan Matterlart, 1998:23). Namun demikian cara berfikir Peirce pada dasarnya dipengaruhi aliran filsafat pragmatisme yang cenderung bersifat empirikisme radikal. Segala sesuatu, menurut Peirce, adalah lambang; bahkan alam raya ini pula sebenarnya adalah suatu lambang yang bukan main dahsyat sifatnya (*great representamen*). Karena jalan pikiran demikian maka banyak kalangan yang menilai bahwa pandangan Peirce tentang lambang kadangkala bersifat kabur (*vague*); sulit dibedakan mana yang benar-benar lambang dan mana yang bukan lambang. Hal demikian membawa konsekuensi kaburnya batas-batas semiotik sebagai suatu disiplin.

Peirce membedakan lambang menjadi tiga kategori pokok: ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*). Dalam hubungan ini yang dimaksud dengan ikon adalah “*a sign which is determined by its dynamic object by virtue of its own internal nature*” (suatu lambang yang ditentukan

[cara pemaknaannya] oleh obyek yang dinamis karena sifat-sifat internal yang ada). Hal-hal seperti kemiripan, kesesuaian, tiruan, dan kesan-kesan atau citra menjadi kata kunci untuk memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang bersifat ikonik. Kemudian istilah indeks menunjuk pada lambang yang cara pemaknaannya lebih ditentukan oleh obyek dinamik dengan cara “*being in a real relation to it*” (keterkaitan yang nyata dengannya). Proses pemaknaan lambang-lambang bersifat indeks tidak dapat bersifat langsung tetapi dengan cara memikirkan serta mengkait-kaitkannya. Beberapa hal dapat dicontohkan dalam hal ini, misalnya, ada isyarat asap yang dengan itu orang lalu memaknainya sebagai api atau mungkin kebakaran, isyarat maraknya aksi-aksi protes yang dengan itu orang lalu mentafsirkan bahwa ketidakpuasan terhadap pemerintah cenderung meluas. Simbol, dalam konteks semiotik, biasanya difahami sebagai “*a sign which is determined by its dynamic object only in the sense that it will be so interpreted*” (suatu lambang yang ditentukan oleh obyek dinamik dalam arti ia harus benar-benar diinterpretasi). Dalam hubungan ini interpretasi dalam upaya pemaknaan terhadap lambang-lambang simbolik melibatkan proses belajar dan tumbuh atau berkembangnya pengalaman serta kesepakatan-kesepakatan dalam masyarakat. Misalnya, kita harus belajar berbicara, berlatih mengucapkan kata-kata (terutama ketika kita masih sangat kanak-kanak) untuk dapat mengungkapkan perasaan serta keinginan-keinginan (Pawito, 2007:157-160).

Kalau Peirce seorang ahli matematika dan filsafat dari Amerika maka Ferdinand de Saussure (1857-1913) adalah seorang ahli ilmu bahasa (*linguistics*) dari Swiss. Pandangan-pandangan Saussure tentang semiotik kebanyakan disampaikan ketika memberi kuliah di University of Geneva sekitar tahun 1906 sampai 1911, yang kemudian dibukukan di bawah judul *Course in General Linguistics* (diterbitkan tahun 1915). Saussure menyarankan bahwa studi tentang bahasa selanjutnya menjadi bagian dari area yang ia sebut dengan *semiology* yang ketika itu belum

banyak berkembang. Saussure mendasarkan pemikiran demikian pada keyakinan bahwa studi tentang bahasa pada dasarnya adalah studi tentang sistem lambang-lambang. Dalam hubungan ini Saussure menggunakan istilah semiologi dengan makna suatu *“science that studies the life of signs within society”* (ilmu yang mempelajari seluk-beluk lambang-lambang yang ada atau digunakan dalam masyarakat). Saussure dengan pemaknaan semiologi seperti itu bermaksud memberi penekanan kepada perihal yang ikut membentuk atau menentukan lambang-lambang, dan hukum-hukum atau ketentuan-ketentuan bagaimana yang mengaturnya. Sejak saat ini lalu berkembang pandangan bahwa semiotik atau semiologi tidak lain adalah *“the science of signs”* (ilmu tentang lambang-lambang). Walau kedua istilah ini kadangkala dibedakan namun penggunaan istilah semiotik (*semiotics*) nampaknya lebih sering digunakan dalam kajian media. Semiotik pada umumnya digunakan untuk menunjuk studi tentang lambang-lambang (*signs*) secara luas, baik dalam konteks kultural maupun natural (misalnya asap dengan api, simptom dengan penyakit); sementara semiologi lebih tertuju kepada lambang-lambang bahasa, terutama sekali dalam konteks komunikasi yang memiliki tujuan-tujuan tertentu atau yang sering disebut dengan intentional communication, yang karenanya lebih bersifat kultural (Malone, 1996:1152).

Kalau Pierce mengidentifikasi tiga jenis lambang (yakni lambang-lambang yang bersifat ikonik, indeksis, dan simbolik), maka Saussure menyarankan pengelompokan lambang menjadi dua jenis: *signifier* (the concept) dan *signified* (the sound-image). Signifier menunjuk pada aspek fisik dari lambang, misalnya ucapan, gambar, lukisan; sedangkan signified menunjuk pada aspek mental dari lambang, yakni pemikiran bersifat asosiatif tentang lambang. Kedua jenis lambang ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Bagi Saussure lambang-lambang pada dasarnya adalah berkenaan dengan *“the relation of a concept (not a thing) and a sound image (not a name)”*. Makna dari lambang, menurut Saussure,

terletak pada perbedaan dengan lambang-lambang lain. Dalam hubungan ini Saussure mengajukan dua dalil berkenaan dengan sistem lambang, terutama dalam linguistik (Malone, 1996:1152) sebagai berikut.

Pertama, bahwa hubungan antara signifier dan signified (concept dengan sound-image) bersifat ditentukan atau dipelajari (arbitrary) – pemberian makna terhadap lambang merupakan hasil dari proses belajar. Hal demikian mengingatkan kita akan lambang jenis simbolik sebagaimana dimaksud Pierce. *Kedua*, bahwa signifier linguistik (misalnya kata-kata atau ucapan-ucapan) *“is unfolded solely in time”* – dapat berubah dari waktu ke waktu. Hal demikian berbeda dengan signifier visual, yang relatif tidak berubah, seperti misalnya gambar-gambar dan lukisan. Pandangan teoritik Saussure tentang semiotik terkesan lebih sederhana dan praktis yang karenanya menyebabkan luasnya pengaruh Saussure dalam studi dengan analisis semiotik terhadap berbagai bentuk teks seperti film, berbagai paket acara televisi, iklan, dan karikatur, termasuk yang dikembangkan di jurusan ilmu komunikasi di berbagai universitas di Indonesia termasuk model yang dikembangkan oleh Barthes.

Roland Barthes mengembangkan pemikiran-pemikiran Saussure dengan menawarkan konsep denotasi dan konotasi untuk menunjuk tingkatan-tingkatan makna. Makna denotasi adalah makna tingkat pertama yang bersifat obyektif (first order) yang dapat diberikan terhadap lambang-lambang, yakni dengan mengkaitkan secara langsung antara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Kemudian makna konotasi adalah makna-makna yang dapat diberikan kepada lambang-lambang dengan mengacu pada nilai-nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua (second order). Di samping itu Barthes juga menggunakan istilah *mythos* (myth) untuk menunjuk rujukan bersifat kultural (bersumber dari budaya yang ada) yang digunakan untuk menjelaskan gejala atau realitas yang ditunjuk dengan lambang-lambang – penjelasan mana notabene adalah makna

konotatif dari lambang-lambang yang ada dengan mengacu sejarah (di samping budaya). Dengan kata lain, mitos berfungsi sebagai deformasi dari lambang yang kemudian mendirikan makna-makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat.

Bagi Barthes, teks merupakan konstruksi lambang-lambang atau pesan yang pemaknaannya tidak cukup hanya dengan mengkaitkan signifier dengan signified semata sebagaimana disarankan oleh Saussure namun juga harus dilakukan dengan memperhatikan susunan (*construction*) dan isi (*content*) dari lambang. Karena hal ini maka pemaknaan terhadap lambang-lambang, bagi Barthes, selayaknya dilakukan dengan merekonstruksi lambang-lambang bersangkutan. Dalam upaya rekonstruksi ini deformasi rupanya tak terelakkan. Banyak hal di luar (atau tepatnya di sebalik) lambang (atau mungkin bahasa) harus dilacak untuk dapat memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang atau teks media; dan inilah yang disebut dengan mitos.

Contoh Kajian

Banyak kajian teks media telah dilakukan dengan menggunakan analisis semiotik. Kajian oleh Zaini (2007), misalnya, mencermati bagaimana unsur-unsur lambang dalam film *Kiamat Sudah Dekat* dapat dimaknai dalam konteks dakwah Islam. Zaini menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes untuk kepentingan ini dengan mengambil titik berat makna konotatif-denotatif yang dapat diberikan kepada unsur-unsur lambang dan kemudian berkesimpulan bahwa film *Kiamat Sudah Dekat* memiliki unsur-unsur lambang yang signifikan dengan maksud-maksud dakwah baik karakter tokoh, dialog yang terjadi antar tokoh, serta kecenderungan ekspresi yang ada yang kesemuanya merepresentasikan kehidupan masyarakat yang majemuk. Di samping itu film ini, demikian selanjutnya Zaini mengatakan, merepresentasikan perubahan perilaku penerima dakwah (mad'u, direpresentasikan tokoh Fandy) yang semula tidak tahu tentang Islam kemudian secara

berangsur menjadi tahu dan memiliki akhlak lebih baik karena bimbingan Kiai yakni yang direpresentasikan dengan H. Romli).

Kemudian kajian yang dilakukan oleh Pramita Arrohmah (2011) mengenai bagaimana kekerasan terhadap Umat Islam Pasca Peristiwa 11 September 2001 direpresentasikan dalam film memberikan perspektif pemikiran yang menarik. Arrohmah dalam hubungan menggunakan analisis semiotik (model Barthes) untuk melacak kekerasan yang direpresentasikan dalam dua judul film untuk kemudian diperbandingkan. Kedua film yang dimaksud adalah *New York* dan *My Name is Khan*. *New York* (berdurasi 153 menit) diproduksi oleh Aditya Chopra dibawah arahan sutradara Kabir Khan dan dirilis Juni 2009 sementara *My Name is Khan* (berdurasi 161 menit) diproduksi oleh Hiroo Johar dan Gauri Khan dibawah arahan sutradara Karan Johar dan dirilis Februari 2010. Arrohmah berkesimpulan bahwa kekerasan terhadap umat Islam di kedua film tersebut mencakup kekerasan bersifat fisik, simbolik, dan birokratik. Representasi bersangkutan, lebih lanjut Arrohmah mengatakan, lebih dilatarbelakangi oleh realitas sosial yang terjadi di Amerika Serikat pasca penyerangan terhadap WTC dan Pentagon 11 September 2001 – yakni bagaimana masyarakat Amerika kemudian menjadi bersikap phobia terhadap Islam dan bagaimana pemerintah Amerika menyikapinya dengan kebijakan-kebijakan politik yang diambil. Kemudian di sisi lain ketidakberdayaan umat Islam yang direpresentasikan dalam kedua film tersebut lebih merupakan konsekuensi dari dominasi kekuasaan Amerika baik pada tingkat masyarakat maupun tingkat pemerintah.

Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis - CDA)

Perangkat metode terakhir untuk melacak ideologi media yang dibahas di sini adalah analisis wacana, terutama analisis wacana kritis (*critical discourse analysis, CDA*). Analisis wacana pada dasarnya merupakan cara atau metode untuk melacak dan memahami nilai-nilai, gagasan-

gagasan, motif-motif, ideologi-ideologi yang terkandung di dalam, atau tersembunyi di balik, pesan-pesan komunikasi. Dalam hubungan ini pesan-pesan komunikasi mungkin berupa percakapan (termasuk percakapan di antara pasangan suami-isteri, interview wartawan dengan elite politik misalnya), atau mungkin artikel opini di surat kabar/majalah, buku-buku, film, atau berbagai bentuk tayangan televisi. Pesan-pesan komunikasi ini ditempatkan sebagai teks oleh peneliti yang kemudian diinterpretasi (dimaknai, ditafsirkan) untuk dapat diketahui gagasan atau ideologi tertentu yang terkandung di dalamnya. Analisis wacana sebagai suatu metode, karena itu, tidak dimaksudkan untuk memberikan jawaban yang absolut mengenai pertanyaan-pertanyaan yang bersifat spesifik dalam suatu penelitian (research) tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan pandangan-pandangan yang komprehensif berkenaan dengan permasalahan penelitian dengan merujuk berbagai pandangan dan/atau teori-teori tertentu yang relevan.

Yang menjadi persoalan kemudian adalah bahwa makna yang komprehensif mengenai teks tidak hanya terletak pada teks itu sendiri tetapi, sebagaimana dikemukakan oleh Dellinger (1995), juga terletak pada kompleksitas interaksi antara maksud-maksud pengarang (atau mungkin sutradara) serta ketepatan pengarang dalam meng-encode maksud-maksud; dan di sisi lain juga maksud-maksud penerima (individu khalayak) di satu sisi serta ketepatan penerima baik dalam men-decode maksud maupun dalam menjalin atau mengkaitkan (*to mesh*) maksud penerima dengan maksud pengarang/sutradara. Dari perspektif ini kemudian terasa betapa adanya hubungan-hubungan kekuasaan, kekuatan, dan kepentingan tak terelakkan. Antara pengarang atau sutradara (serta para produsen dan distributor dalam wujud mata rantai yang lebih panjang) di satu sisi dan publik/khalayak di sisi lain memiliki kepentingan, latarbelakang, nilai, dan selera yang kerap kali berbeda. Pengarang atau sutradara di manapun memiliki kemungkinan untuk memberikan

perspektif pandangan yang bersifat alternatif, yang bersifat tandingan atau bahkan perlawanan terhadap pandangan-pandangan dominan dan/atau hegemonik. Di sini letak arti penting dari CDA.

Dalam hubungan ini kemudian Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis) menempati arti penting dalam kajian media terutama yakni menggarisbawahi pentingnya juga memperhatikan hal-hal di luar persoalan bahasa termasuk misalnya produksi teks, struktur internal teks, dan pengorganisasian teks secara umum yang kesemuanya dilakukan dengan merujuk pandangan-pandangan teori kritis (*critical theory*). Dengan kata lain CDA memberikan kontribusi terhadap kajian mengenai media melalui lacakan terhadap teks media dengan menggunakan pemikiran dan/atau pandangan-pandangan teoritik yang bersifat kritis terhadap teks. Persoalan ini memberikan penegasan mengenai perbedaan antara CDA dengan jenis analisis wacana yang lain yang pada umumnya lebih berorientasi pada maksud untuk memberikan pemahaman yang lebih memadai (a better understanding) mengenai aspek-aspek sosio-kultural dari teks.

Contoh Kajian

Yaghoobi, Mahdi, 2009.

Yaghoobi meneliti dengan menggunakan CDA untuk melacak pemikiran-pemikiran atau pertimbangan-pertimbangan ideologis yang ada di balik representasi dalam pemberitaan perang antara Hizbullah melawan Israel di tahun 2006 yang ada dalam pemberitaan oleh media cetak Iran *Kayhan International* dan surat kabar Amerika *Newsweek*. Dalam kaitan ini seperti sejarah telah mencatat bahwa kelompok gerilyawan Hizbullah didukung Iran sementara Israel didukung sepenuhnya oleh AS. Dalam kata-kata Yaghoobi sendiri penelitian yang dilakukannya ini untuk memberikan gambaran dan pemahaman (making clear) mengenai representasi konflik Hizbullah-Israel dalam perang terakhir di antara keduanya [yakni perang di musim panas tahun 2006] dalam pemberitaan media cetak di dua negara yang berbeda ideologi

[Iran dan Amerika] dengan menggunakan sistem transitivitas yang ditawarkan oleh Halliday. Yaghobi merumuskan permasalahan penelitian dengan mengatakan: “*How do ideological differences manifest themselves in the discourse of the two selected printed media?*” Untuk menjawab pertanyaan tersebut Yaghobi memilih titik berat kajiannya dengan melacak bagaimana pilihan bahasa yang digunakan oleh orang-orang media dan para wartawan dari ideologi yang berbeda dalam memperlakukan (membuat representasi) tentang peristiwa yang sama (menyangkut perang antara Hizbullah dan Israel). Dalam kaitan ini Yaghobi mengadopsi pikiran Halliday berkenaan dengan transivitas bahasa yakni bahwa terdapat seperangkat sistem interelasi dalam kerangka umum bahasa yaitu jalinan antara tiga unsur: transitivitas-mood-tema.

Yaghobi menemukan kenyataan bahwa secara umum dapat dikatakan bahwa representasi mengenai aktor-aktor yang sama (kekuatan Hizbullah dan Israel) di pemberitaan kedua surat kabar tersebut saling bertolak-belakang. Kenyataan demikian dapat dimaknai sebagai cara kedua surat kabar bersangkutan mempengaruhi pandangan-pandangan atau penilaian-penilaian pembaca mengenai peristiwa-peristiwa yang diberitakan. Hal demikian dapat dicermati misalnya Kayhan cenderung lebih banyak menggunakan kalimat aktif dengan subyek kekuatan Israel untuk memberikan citraan negatif sementara Newsweek lebih banyak menampilkan pemberitaan yang memberikan citraan bahwa Israel merupakan korban kebrutalan Hizbullah kendati juga dengan kalimat aktif dengan subyek Hizbullah.

Wang, Junling, 2010.

Wang (2010) meneliti dengan CDA mengenai pidato resmi Barack Obama ketika pemilihan presiden AS 2008 dengan mengambil titikberat pada dua kesempatan: pidato kemenangan (*victory speech*) yang disampaikan 4 November 2008 di Grant Park Chicago, dan pidato pelantikan (*inaugural speech*) yang disampaikan di gedung Capital Washington 20 Januari 2009.

Dengan kajiannya ini Wang bermaksud hendak melacak keterkaitan antara bahasa, ideologi dan kekuatan (power) terutama dengan menggunakan SFG (Systemic functional Grammar) dari M.A.K. Halliday dalam arti tiga meta-fungsi yang meliputi fungsi ideasional (*ideational function*), fungsi interpersonal, dan fungsi tekstual. Karena panjangnya materi yang diteliti maka Wang menggunakan sampel sebanyak 2057 kata (meliputi 110 kalimat) untuk sampel I (pidato kemenangan), dan sampel II (pidato pelantikan) melibatkan 2396 kata (meliputi 112 kalimat).

Wang dengan kajiannya ini berkesimpulan antara lain bahwa Obama lebih banyak menggunakan kata-kata sederhana dan kalimat-kalimat pendek, yang karena itu memberikan kesan bahwa Obama suka berbahasa secara sederhana, tidak formal dan dekat dengan bahasa percakapan sehari-hari (colloquial). Hal demikian mendorong penguatan jalinan hubungan antara Obama (presiden baru yang sedang berbicara) dengan audience yang notabene adalah rakyat Amerika. Kemudian kedua, dari analisis transitivitas diketahui bahwa pidato Obama didominasi oleh proses material (bermakna sedang dilakukan, sedang terjadi, sedang berkembang). Dengan kuatnya kecenderungan demikian Obama bermaksud menunjukkan/meyakinkan kepada khalayak tentang bagaimana pemerintah mencapai kemajuan-kemajuan, apa yang sedang/tengah mereka lakukan, dan apa yang akan mereka perbuat. Hal demikian juga mengindikasikan bahwa Obama, dengan pidato yang disampaikan, bermaksud hendak membuat orang-orang Amerika percaya/yakin kepada presiden dan pemerintahnya (pemerintahan Obama) dalam empat tahun mendatang.

Berkenaan dengan modalitas (memiliki makna terkait dengan sikap serta pendapat mengenai kebenaran yang dikemukakan) Wang berkesimpulan bahwa Obama telah membuat audience lebih mudah memahami dan menerima pernyataan-pernyataan politiknya dengan bertumpu pada kata kerja, kalimat dan pengejaan-pengejaan awal secara personal yang Obama

gunakan sebagai modalitas. Obama lebih banyak menggunakan bentuk kalimat *simple present tense* ketika menggambarkan situasi domestic Amerika maupun dunia terkait dengan persoalan-persoalan politik, ekonomi, dan budaya. Dengan cara seperti ini Obama (kemudian) menunjukkan tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh pemerintahannya seraya berupaya membangun keyakinan-keyakinan di kalangan rakyatnya. ■

DAFTAR PUSTAKA

- Arrohmah, Pramita. *Kekerasan Terhadap Umat Islam Pasca Peristiwa 11 September 2001 Dalam Film Analisis Semiotik tentang Perbandingan Representasi Kekerasan Terhadap Umat Islam di Amerika Pasca Peristiwa 11 September 2001 dalam film New York dan My Name is Khan*. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta 2011.
- Chandler, Daniel. 2009. Semiotics for Beginners. <http://www.aber.ac.uk/media/documents/S4B/semiotic.html> (diakses 26 Agustus 2009).
- Dellinger, Brett, "Critical Discourse Analysis", <http://users.utu.fi/bredelli/cda.html> (diakses 9 Agustus 2009).
- Deuze, Mark, "Journalism Studies beyond media: On Ideology and identity", *Ecquid Novi*, 2004 25(2). (D:\journalism studies beyond media On Ideology and Identity—Deuze 25(2)275
- Kassam, Ashifa, "The Weak, the Powerless, the Oppressed: Muslim Women in Toronto Media" – *Canadian Journal of Media Studies* Vol. 4(1) 2008 (p.71-88).
- Luhrs, G., "Semiotics", <http://www.rssmediastudies.co.uk/semiotics.htm> (diakses 22 Februari 2011).
- Malone, Martin J., "Semiotics" dalam David Levinson dan Melvin Ember (eds.) Vol. 4. 1996. *Encycloepedia of Cultural Anthropology*. New York: Henry Holt and Company.
- Rachman, Cholil. 2006. *Wacana Keislaman di Harian Kompas: Critical Discourse Analysis terhadap Artikel Arubrik Opini, Suara dan Bentara Tahun 2005*. Thesis Program Pascasarjana (S-2) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo, Semarang.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Rogers, Everett M. 1994. *A History of Communication Study A Biographical Approach*. New York: The Free Press.
- Stempel III, Guido H., "Content Analysis" dalam Guido Stempel III dan Bruce H. Westley (eds.). 1981. *Research Methods in Mass Communication*. Englewood Cliff, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Van Dijk, Teun. 1998. *Ideology A Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications.
- Wang, Junling, "A Critical Discourse Analysis of Barack Obama's Speeches", *Journal of Language Teaching and Research*, Vol. 1 No. 3, May 2010.
- Yaghoobi, Mahdi, "A Critical discourse analysis of the selected Iranian and American printed media on the representation of Hizbullah-Israel War" *Jurnal of Intercultural Communication* No. 21, 2009.