

BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL PENELITIAN

Wacana Musik dalam Konstruksi Media Cetak (Analisis Wacana Kritis Fairclough pada Pemberitaan Tentang Musik dalam Majalah *Tempo* Periode Juli 2010 – Juni 2011)

B. LATAR BELAKANG

Peneliti pernah mencoba bertanya kepada beberapa orang dalam waktu yang berbeda, seperti apakah pemahaman mereka tentang definisi musik dan kegunaannya. Jawaban yang peneliti peroleh sangat beragam. Mulai dari yang menganggap musik adalah agamanya, musik adalah pegangan hidupnya (mencari uang dari situ), musik adalah kumpulan nada yang dimainkan secara harmonis, musik adalah ekspresi diri, musik adalah hiburan hingga ada yang mengatakan tidak bisa hidup tanpa musik. Kejadian kecil yang peneliti alami ini menjadi poin pertama bagi peneliti, bahwa hal di atas bisa menunjukkan tidak ada atau mungkin belum ada definisi baku bagaimana definisi musik itu seharusnya, atau jika itu terlalu mengikat, maka setidaknya bagaimana musik itu dipandang dan diperlakukan.

Berbagai macam pandangan terhadap musik dapat dipengaruhi berbagai macam hal seperti perbedaan pengalaman, tingkat pendidikan, latar belakang keluarga hingga status ekonomi. Orang “yang beruntung” dilahirkan dalam

keluarga berada mungkin bisa menikmati musik klasik yang memiliki nilai estetika baik secara teknik maupun kualitas yang tinggi. Hal ini karena musik klasik bukanlah kategori musik yang mudah dicerna dan tidak begitu diminati oleh pasar. Karena tidak diminati pasar maka produksinya tidak sebanyak jenis musik yang digemari pasar. Padahal banyak pakar musik hingga ahli persalinan atau dokter menyarankan ibu hamil untuk mendengarkan musik klasik yang secara nada memiliki struktur rapi dan menstimulus otak untuk bekerja lebih aktif. Ketika lebih banyak orang hanya dapat menikmati musik yang ada di pasar maka sebuah musik yang terdengar asing bagi mereka kemungkinan akan mendapat penolakan. Peneliti mengalami hal ini ketika membicarakan musik jazz dengan seseorang yang kebetulan berprofesi pembantu rumah tangga, ia menganggap jazz hanya membuat pusing dan tidak enak didengar, baginya musik pop melayu lebih menarik. Terlepas dari profesinya, bukan kebetulan sehari-hari ia di rumah dan sering menonton televisi ketika menayangkan program musik yang memang populer dan kebetulan didominasi musik pop melayu, hingga kemudian ia “menolak” jenis musik lain.

Musik sebagai sebuah seni bukanlah sekedar serangkaian nada yang bertautan satu sama lain hingga membentuk suatu harmoni tertentu dan dapat menghibur orang. *“Music is a passionate sequencing of thoughts and feeling that expresses meaning in a manner that has no parallel in human life.”* (Lull, 1989:10). Sebagai “jembatan” antara pikiran dan perasaan, atau dengan perwujudannya sebagai sebuah ekspresi, musik akhirnya menjadi sebuah seni menyampaikan sesuatu. Sesuatu yang disampaikan itu bisa bermacam-macam

karena tidak terlepas bahwa musik adalah sebuah ekspresi diri untuk menggambarkan realitas sosial yang ada di sekitarnya (Lull, 1989:28). Musik disini dianggap memiliki nilai fungsional. Karena berperan sebagai media untuk menyampaikan, maka musik dapat menjadi sarana komunikasi. “Jika dimisalkan musik itu bahasa, maka ia adalah bahasa simbolis, perlambang nilai jiwa dan ucapan.” (Pasaribu, 1986:11). Jadi poin kedua yang peneliti ingin tekankan adalah musik merupakan sebuah variasi lain dari sarana komunikasi yang ada, akan tetapi seperti apa dan sejauh mana hal ini dimanfaatkan atau ditampilkan? Karena perbedaan persepsi dari setiap orang ketika menganggap musik, maka reaksi yang ditimbulkan oleh musik sebagai sarana komunikasi akan bermacam-macam pula.

Melihat kembali beberapa faktor penyebab perbedaan pandangan tersebut, saat ini ada satu hal yang cukup berperan yakni media massa. Media massa berperan sebagai *medium* pemberi informasi, sementara musik sebagai sebuah peristiwa ekspresi diri mengenai sesuatu menjadi bahan yang menarik untuk diberitakan. Bisa karena musik tersebut memiliki unsur komunikasi yang penting bagi kehidupan sosial atau sekedar karena musik diminati banyak orang kemudian media massa memanfaatkan hal itu untuk menarik perhatian masyarakat agar membacanya. Beberapa hal yang menjadikan media massa dan musik saling memiliki keterkaitan salah satunya adalah ketika ada musik yang baru atau peristiwa tentang musik tidak selalu dapat diketahui (atau diakses) oleh lebih banyak orang¹. Apabila musik sendiri (dalam hal ini label dan musisi) yang melakukan promosi tentu akan mengeluarkan biaya yang berlipat-lipat ganda.

¹ Peristiwa musik yang peneliti maksud disini adalah seperti informasi mengenai album baru, konser musik dan beberapa peristiwa yang berhubungan dengan musik.

“Bekerja sama” dengan media massa akan membuat promosi suatu peristiwa musik akan lebih luas dan masing-masing mendapat keuntungannya. Peristiwa musik dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, sementara media massa menjadi memiliki berita yang secara nilai akan diminati masyarakat mengingat musik saat ini diminati oleh banyak orang.

Musik ketika dikomunikasikan melalui media massa sama saja musik akan mengalami interpretasi terlebih dahulu karena pihak media massa memiliki pandangan tersendiri dalam memberitakan suatu peristiwa. Terlebih lagi setiap individu dalam media massa tersebut memiliki pengalaman dan penafsiran yang berbeda tentang musik. Hal ini dapat membuat pesan sebenarnya yang ada dalam peristiwa musik menjadi berubah atau bahkan tidak tersampaikan. Namun juga tidak menutup kemungkinan tetap tersampaikan meski dengan bahasa atau cara yang berbeda. Inilah poin ketiga dari peneliti, terutama pemilihan media cetak yaitu majalah *Tempo* yang notabene adalah media cetak dengan isinya adalah teks dan gambar. Sementara musik sendiri pada dasarnya merupakan sebuah suara. Sebuah suara memang saat ini dapat memiliki bentuk fisik ketika masuk dalam *software* komputer, namun terlepas dari itu suara adalah hal yang tidak bisa dilihat dengan mata. Ketika didengarkan tentu pengalaman dan selera setiap orang akan berbeda menanggapi, imajinasi dan otak lebih diutamakan untuk mencerna sebuah musik. Dengan begitu persepsi orang tentang musik baru akan muncul setelah mendengarkan musik itu. Sementara ketika orang telah melihat bentuk dari musik tersebut (dari foto atau video musisi yang memainkan musik tersebut) orang akan memiliki persepsi sendiri bahkan sebelum mendengarkan musiknya.

“There are concerns that music videos destroy the imaginations of young viewers since they provide ready-made, repeated interpretations of popular songs.” (Lull, 1989:26)

Hingga saat ini ada berbagai macam peristiwa menarik yang dihasilkan oleh musik. Surat dari Roger Waters² yang isinya mengajak untuk melawan Israel karena dianggapnya tidak memberikan keadilan kepada Palestina. Ia bercerita tentang lagu ‘*Another Brick In The Wall Part 2*’³ yang dilarang oleh pemerintah Afrika Selatan. Pelarangan tersebut karena lagunya digunakan anak-anak kulit hitam Afrika Selatan untuk menuntut hak pendidikan yang sama (Waters, 2011).

Begitu kuatnya pengaruh sebuah lagu yang memiliki lirik berbau kritik hingga sebuah pemerintahan takut hal itu digunakan untuk melawan kekuasaan yang ada. Hal ini tentu juga didukung oleh kredibilitas Pink Floyd sendiri sebagai band yang sering menyampaikan realitas-realitas sosial dalam lirik lagu-lagunya. Pink Floyd sendiri merupakan sebuah band dengan jumlah penggemar jutaan orang di seluruh dunia⁴, dengan jumlah itu maka pesan yang mereka sampaikan tentu akan lebih efektif. Contoh lain adalah ketika Bing Slamet menyanyikan lagu berjudul ‘Pohon Beringin’ pada tahun 1971. Lagu ini dibuat dalam rangka kampanye Pemilu tahun 1971 yang dilakukan oleh partai Golkar. Menurut Denny Sakrie dalam blognya⁵ (Sakrie, 2011) ini merupakan untuk pertama kalinya sebuah partai politik memakai “jasa” musisi untuk berkampanye. Semenjak itu partai-partai politik berlomba-lomba untuk memakai musisi sebagai alat

² Roger Waters adalah mantan pemain bass dan pencipta lagu dari band Pink Floyd.

³ Lirik lagu ini ada bagian yang berkata : “*we don’t need no education*”.

⁴ Peneliti memperkirakan jutaan dari fakta bahwa album “*The Dark Side Of The Moon*” merupakan album penjualan terlaris nomor tiga sepanjang masa di seluruh dunia dengan 45 juta kopi (sumber : http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_albums_worldwide).

⁵ Situs blog dari *wordpress.com* ini adalah benar milik Denny Sakrie, peneliti telah menanyakannya langsung ketika melakukan wawancara dengannya pada 11 November 2011.

kampanye, mengingat bahwa musisi-musisi terkenal tersebut memiliki jumlah penggemar yang banyak, hal ini berbanding lurus dengan keinginan partai untuk mendapatkan suara yang banyak pula.

Melalui dua contoh peristiwa musik di atas tampak bahwa musik memiliki efek yang sangat besar apapun itu tujuannya. Melihat media cetak saat ini telah masuk ranah industri, maka permasalahan untung-rugi dan “balik modal” adalah hal yang selalu diperhitungkan (Hamad, 2004:3). Caranya tentu mengusahakan agar medianya selalu laku dan pengiklan selalu masuk. Targetnya adalah menarik perhatian banyak pembaca, dengan menampilkan berita yang sekiranya menarik untuk khalayak.

Salah satu permasalahan yang muncul saat ini adalah bagaimana masyarakat memandang keanekaragaman musik yang ada di tengah keseragaman jenis musik yang muncul. Banyak hal yang mempengaruhinya, perkembangan teknologi dan globalisasi adalah beberapa faktor besar penentu hal tersebut. Ditemukannya alat rekam suara, piringan hitam, radio, kaset hingga televisi merupakan proses ketika musik semakin luas jangkauannya karena dapat dikemas dalam bentuk fisik dan persebarannya semakin mudah. Adalah kemunculan label-label musik yang mengawali hal ini, dimulai ketika musik membutuhkan sarana fisik untuk didengarkan ulang. Industri musik internasional dikuasai oleh empat label yaitu : *Vivendi Universal Music, Sony BMG Music Entertainment, EMI Group* dan *Warner Music Group*. Label-label tersebut memiliki cabang hampir di setiap negara termasuk Indonesia, tetapi tentu dengan kebijakan yang sama yaitu kebijakan pasar global (McPhail, 2006:129-130). Layaknya sebuah industri maka

sebuah label musik (terutama karena telah menjadi bagian pasar global) bertujuan untuk mencari keuntungan dari penjualannya. Oleh karena itu sebuah label akan lebih tertarik kepada band yang diminati khalayak dengan musik sederhana daripada band yang terlalu idealis dan musiknya susah dimengerti. Seleksi band ini dapat mengakibatkan selera musik pasar menjadi monoton karena yang sering tampil atau diminta adalah band dengan aliran musik yang sama, di lain pihak label tersebut memfasilitasi dengan terus mengakomodir kebutuhan pasar. Salah satu dampak dari proses tersebut adalah tidak diberinya kesempatan kepada band dengan aliran lain yang bisa dibidang bukan selera pasar. Remy Sylado pernah mengatakan musik pop sebagai musik yang populer di pasar adalah musik niaga, yaitu jika para pemusik pop diminta berpikir maka laba yang ada di benaknya. Permasalahan musik pop adalah pada liriknya yang seakan-akan tidak ada yang lain selain kepatahan cinta. Tidak ada masalah dengan lirik cinta namun yang terpenting harus memiliki sikap terhadap penghayatan batin (Sakrie, 2011).

Untuk menggambarkan bagaimana keadaan industri musik saat ini, berikut tabel mengenai presentase hasil penjualan oleh label musik (perusahaan musik) :

TABEL 1.1 : Presentase Penjualan Industri Musik

DEFINING INDEPENDENT MUSIC'S PIECE OF THE PIE (IT DEPENDS HOW YOU SLICE IT)			
	BY LABEL OWNERSHIP	BY DISTRIBUTION OWNERSHIP	BY MAJOR DISTRIBUTION
	Figure 1	Figure 2	Figure 3
2011 Mid-Year Market Share (Estimated)			
Indies	31.23%	12.50%	24.35%
EMI	7.87%	8.76%	8.76%
Universal	21.89%	29.74%	26.47%
Sony	24.02%	29.36%	24.54%
WMG	14.42%	19.00%	15.29%
Under Review	0.57%	0.57%	0.57%
TOTAL	100.00%	99.93%	99.98%
	Figure 4	Figure 5	Figure 6
2007 Market Shares (Estimated)			
Indies	34.40%	12.87%	20.59%
EMI	9.54%	10.57%	9.62%
Universal	22.08%	31.18%	31.38%
Sony	21.28%	25.45%	22.75%
WMG	12.70%	19.93%	15.86%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.20%

(Sumber : Ed Christman, 2011)

Jika melihat perkembangan dalam tabel tersebut, setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup pesat karena dalam lingkup tahun 2011 meski baru setengah tahun tapi telah melebihi jumlah di tahun 2007. Namun terdapat satu yaitu indie label yang tidak termasuk dalam jaringan industri label internasional. Indie label berpedoman untuk memproduksi dan mendistribusikan karyanya tanpa bantuan mayor label⁶. Dengan sistem seperti ini musisi dari indie label masih bisa menyampaikan pesan yang menurut mayor label idealis dan tidak diminati pasar.

Kondisi pasar musik internasional seperti dijelaskan di atas menurut peneliti akan cukup sulit untuk membuat musisi dapat menyampaikan suatu pesan tertentu dengan jelas dan tidak terdistorsi. Pesan yang dimaksudkan oleh musisi tetap bisa disampaikan tetapi akan tidak maksimal karena ada kebijakan yang mengikat mereka untuk mementingkan keuntungan. Melihat kondisi pasar musik seperti itu dan media cetak telah menjadi bagian dari industri, maka kedua bidang ini akan

⁶ Mayor label adalah jajaran industri label internasional yang telah disebutkan sebelumnya.

cenderung mengutamakan keuntungan. Karena telah menjadi komoditi maka pesan dari musik bisa terdistorsi jika melalui pemberitaan media cetak. Ini adalah poin keempat yang peneliti tekankan sebagai latar belakang masalah.

Majalah *Tempo* pertama terbit April 1971 dengan modal Rp 20 juta dari Yayasan Jaya Raya milik pengusaha Ciputra. Sejak awal Goenawan Mohamad sebagai wartawan senior memang menginginkan *Tempo* bergaya tulis feature. *Tempo* terkenal dengan kritik terhadap pemerintah dan beritanya juga dikenal selalu berhubungan dengan politik. Pembredelan oleh pemerintah dilakukan dua kali, pertama tahun 1982 karena berita tentang Golkar dan kedua tahun 1994 karena berita tentang pembelian kapal perang dari Jerman. Namun hal tersebut tidak berdampak besar karena *Tempo* saat ini masih eksis dan setia dengan pola pemberitaan yang mengkritisi pemerintah. Pasca dibredel *Tempo* mampu mencapai 100 ribu eksemplar tiap terbit. Bahkan porsi iklan pada tahun 2005 mencapai 50% dibanding pesaingnya Gatra, Forum, Panji Masyarakat dan Gamma (profil mengenai *Tempo* ini disarikan dari *Company Profile Tempo*, 2012).

Pertimbangan peneliti mengambil majalah *Tempo* karena sejarahnya yang dekat dengan kontroversi dan mengkritik pemerintah, peneliti ingin melihat seperti apakah *Tempo* membahas peristiwa musik? Apakah musik juga digunakan sebagai sarana kritik? Mengingat rubrik musik cukup setia berada dalam setiap edisinya, bahkan terkadang mendapat porsi khusus dengan jumlah halaman mencapai kurang lebih empat halaman. Para wartawan yang pertama kali menjabat di *Tempo* juga disebutkan dalam profil di atas adalah para seniman yang

mencintai pekerjaannya dan para wartawan berpengalaman yang dipecat atau keluar dari tempat kerja sebelumnya. Kemudian apakah hanya sebuah kebetulan jika rubrik musik (dan seni) selalu setia berada dalam setiap edisi hanya karena faktor sejarah? Atau memang karena *Tempo* juga merasa musik merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif? Berangkat dari hal-hal tersebut peneliti ingin melihat bagaimana pemberitaan musik dalam majalah *Tempo* ditengah era komoditas akibat efek dari industrialisasi musik dan media?

C. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana wacana nilai fungsional musik ditampilkan dalam pemberitaan majalah *Tempo* di tengah era komoditas musik?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui wacana musik seperti apakah yang ditampilkan dalam majalah *Tempo*.
2. Untuk mengetahui bagaimana majalah *Tempo* menampilkan nilai fungsional musik dan seperti apa jenisnya.
3. Untuk mengetahui apakah majalah *Tempo* melakukan komodifikasi terhadap berita tentang musik atau tidak.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis dan Akademis

Untuk menambah referensi penelitian analisis wacana kritis terutama dalam topik pemberitaan tentang musik yang dirasa peneliti masih jarang diteliti.

2. Manfaat Umum

Untuk memberikan pandangan bahwa realitas yang ditampilkan dalam media adalah hasil konstruksi. Terutama mengenai penilaian, pemaknaan dan “penghakiman” terhadap musik yang selama ini turut dibentuk oleh media.

F. KERANGKA TEORI

F.1 KONSEPTUALISASI KASUS

Peneliti merumuskan konsep yang diawali dengan pembahasan mengenai definisi wacana yang dipakai serta konsep tentang wacana musik itu sendiri. Karena yang menjadi tujuan penelitian adalah bagaimana *Tempo* menampilkan nilai fungsional musik di era komodifikasi musik, maka konsep komodifikasi menjadi sebuah ideologi yang ada dalam wacana musik tersebut.

F.1.1 Wacana

Wacana menurut MacDonell (dalam Triharyanto, 2009:15) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan perbincangan dan penulisan. Hal ini menjadikan pernyataan dan kata yang digunakan menunjukkan arti di mana dan terhadap apa pernyataan itu dibuat. Pernyataan dan kata tersebut mengacu pada adanya suatu kepentingan dari penggunaan bahasa tertentu oleh pihak yang memakainya. Melalui definisi ini peneliti menganggap bahwa wacana adalah sejumlah kumpulan pernyataan yang dilontarkan pihak tertentu untuk memperoleh tujuan tertentu pula.

Namun Foucault⁷ juga melihat wacana merupakan hasil hubungan saling mempengaruhi antara kekuasaan dan pengetahuan. Wacana ini memproduksi gagasan, konsep maupun suatu efek. Hal-hal ini terbentuk secara sistematis dalam suatu konteks tertentu sehingga mempengaruhi cara berpikir atau bertindak, dari hal inilah wacana dapat dilihat. Kekuasaan ini tidak berbentuk fisik dan dimiliki seseorang, namun kekuasaan dipraktikkan dan berlangsung dalam suatu sistem tertentu. Kuasa muncul dan terbentuk dari dalam sistem itu sendiri, bukan karena datang dari luar. Penyelenggara kekuasaan memproduksi pengetahuan sebagai dasar dari kekuasaannya, pengetahuan disini dapat dilihat sebagai sesuatu yang dibutuhkan dalam sistem tersebut.

“Karena setiap kekuasaan disusun, dimapankan, dan diwujudkan lewat pengetahuan dan wacana tertentu. Wacana tertentu menghasilkan kebenaran dan pengetahuan tertentu yang menimbulkan efek kuasa.” (Eriyanto, 2008:66)

Kebenaran⁸ di sini merupakan hasil dari produksi kekuasaan, kuasa membuat khalayak yang berada dalam sistem tertentu akan mengikuti kebenaran yang telah ditetapkan tersebut. Kekuasaan bekerja melalui cara normalisasi dan regulasi, menghukum dan membentuk publik yang “patuh” terhadap “peraturan” yang diproduksi oleh kuasa tersebut. Sistem atau “peraturan” yang muncul dari produksi kuasa akan sekaligus memberikan penilaian bahwa suatu hal tersebut merupakan kebenaran dan di satu sisi akan menyebutkan bahwa hal lain adalah salah. Proses ini akan berlangsung dengan khalayak seolah-olah menerimanya sebagai sesuatu yang normal dan sudah seharusnya, namun ia tidak tahu bahwa itu

⁷ Penjelasan wacana, hubungan kekuasaan dan pengetahuan oleh Foucault ini secara garis besar peneliti rangkum dari buku Analisis Wacana milik Eriyanto (2008:65-67).

⁸ “...in order for something to be established as a fact or as true, other equally valid statements have to be discredited and denied.” (Mills, 2003:67).

merupakan hasil dari praktik serta produksi kekuasaan dengan pengetahuan sebagai dasarnya.

Wacana tertentu akan bersinergi juga dengan suatu ideologi, menurut Raymond William (Eriyanto, 2008:88) ideologi adalah “sistem kepercayaan yang dibuat -ide palsu atau kesadaran palsu- yang bisa dilawankan dengan pengetahuan ilmiah”. Ideologi merupakan suatu kategori yang dibuat oleh kelompok yang berkuasa untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. Dalam prosesnya suatu ideologi akan diterima sebagai hal yang wajar, alamiah dan tanpa sadar diterima sebagai suatu kebenaran. Hubungan ideologi dengan wacana adalah ketika proses kekuasaan dan pengetahuan menghasilkan kebenaran tertentu, konsep kebenaran ini sama dengan konsep ideologi yaitu memberikan kesadaran palsu. Ideologi tersebut akan tertanam dan diterima oleh khalayak sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan merupakan suatu kebenaran.

Media massa dalam hal ini media cetak dengan teks beritanya merupakan salah satu bentuk wacana. Rutinitas media massa serta bentuknya sekarang yang mengarah ke industri menjadikan suatu teks berita mengalami proses produksi yang bertahap. Dalam proses ini suatu teks berita akan mengalami seleksi dan penonjolan realitas, lewat hal inilah suatu wacana akan dibentuk. Mengingat sifatnya yang massal dan terkadang media tertentu memiliki kredibilitas tersendiri bagi pembacanya, maka apa yang disampaikan oleh media bisa jadi diterima sebagai suatu kebenaran yang alamiah.

F.1.2 Komodifikasi

Ideologi yaitu komodifikasi yang peneliti maksud di sini terjadi dan

berlangsung dalam sebuah wacana, dimana menghadirkan barang atau jasa telah diproses sedemikian rupa sehingga konsumen merasa wajar mengonsumsi sesuatu yang meski itu telah berubah nilainya dari nilai fungsi menjadi nilai komoditas. Dilihat dari sisi terminologinya, komodifikasi sendiri sebenarnya oleh Karl Marx digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis ideologi ekonomi kapitalis yang berhubungan dengan proses produksi barang atau jasa (Young, 1996:1). Sehingga komodifikasi adalah salah satu cara atau gejala yang menunjukkan adanya ideologi kapitalis. Namun komodifikasi disini dilihat dari segi proses cara seseorang melihat dan memahami barang atau jasa sehingga menerimanya secara laten. Hal ini sesuai dengan konsep ideologi yang digunakan oleh peneliti, selain itu dikarenakan komodifikasi sifatnya lebih operasional untuk melihat topik tentang musik dan pengaruh industrinya dibandingkan dengan konsep kapitalis yang dirasa masih terlalu luas.

Nilai fungsi adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang yang memakainya, kecenderungannya nilai ini dilihat dari fungsi barang atau jasa tersebut berdasarkan segi fisiknya. Sementara nilai tukar (atau nilai ekonomi) merupakan kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa karena hasil dari memperhitungkan proses produksi (Young, 1996:9-11). Konsep komodifikasi tersebut baru terjadi ketika suatu barang, jasa atau ide nilai ekonominya (nilai tukar) lebih diutamakan daripada nilai fungsinya. Barang atau jasa ini bisa terkomodifikasi juga ketika sebelumnya ia tidak memiliki nilai ekonomi namun akhirnya menjadi memiliki nilai ekonomi. Contoh adalah harga pakaian wanita yang lebih mahal daripada pakaian pria.

Wanita telah terkomodifikasi untuk tampil cantik demi menarik perhatian pria, sehingga intensitas wanita membeli pakaian lebih tinggi daripada pria. Meski harga produksinya sama, namun karena tidak imbang dalam penjualannya, maka harga pakaian wanita dibuat lebih mahal untuk menutupi kerugian penjualan pakaian pria yang tidak banyak (Pearson dan Simpson, 2001:133).

Melalui penjelasan di atas maka komodifikasi adalah keadaan di mana nilai tukar (ekonomi) lebih diutamakan dari nilai fungsinya. Keadaan ini baru tampak ketika suatu barang atau jasa yang memiliki fungsi dan kegunaan fisik sama namun berbeda nilai tukarnya. Perbedaan nilai tukar ini bisa disebabkan karena faktor biaya produksi yang berbeda atau bisa juga karena tuntutan atau pandangan sosial yang membuat salah satu barang atau jasa tersebut menjadi lebih berarti daripada yang satunya meski nilai fungsinya sama. Menjadi tidak terkomodifikasi ketika pemakai barang atau jasa tersebut tidak bisa melakukan sendiri produksinya, sehingga merasa nilai produksi tersebut setimpal. Komodifikasi menjadi hal yang diterima secara alamiah dan wajar oleh khalayak tertentu karena wacana yang ada dalam lingkup sosial tersebut membuatnya seolah-olah merupakan suatu kebenaran.

F.1.3 Wacana Musik

Peneliti membatasi wacana musik dalam sebuah media sebagai wacana nilai fungsional musik dan wacana nilai komoditas musik. Setiap wacana ini berlangsung dari proses relasi kekuasaan dan pengetahuan untuk membuat suatu definisi tentang musik dan bagaimana musik seharusnya “dikonsumsi”. Namun masing-masing wacana tersebut juga akan saling mempengaruhi satu sama lain

berkaitan dengan konsep komodifikasi. Ketika satu wacana menjadi dominan maka ia akan membuat wacana yang satunya terpinggirkan. Meski bisa saja wacana dominan tersebut sebenarnya “memanfaatkan” wacana yang terpinggirkan untuk menjadi dominan atau sebaliknya wacana yang terpinggirkan berusaha menjadi dominan dengan menunjukkan sisi negatif wacana dominan.

1) Wacana nilai fungsional musik

Musik merupakan sebuah ekspresi metafora yang bersinergi dan berhubungan langsung dengan realitas sosial yang ada (Lull, 1989:28). Definisi tersebut mengutip penelitian J.Blacking pada suku Venda di Afrika Selatan yang diyakini upacara ritualnya serupa dengan asal mula jenis-jenis ketukan perkusi dan nada-nada yang dimainkan dalam musik blues. Nada dalam blues notabene menjadi nada dasar bagi beberapa genre⁹ yang kemudian bermunculan. Selain itu, menurut Plato musik adalah imitasi dari persepsi dan realitas sosial (Weiss dan Taruskin, 1984:8).

Peneliti menggunakan definisi ini sebagai nilai fungsional musik yaitu sebagai ekspresi atas realitas sosial yang terjadi. Ekspresi ini dikemas dalam perangkat wacana musik yaitu :

- a) Lirik. Musisi dapat memberikan pesan atau cerita kepada pendengarnya, namun yang tidak kalah penting lirik dapat menjadi sarana untuk menanamkan wacana tentang identitas tertentu (Machin, 2010:77).
- b) Nada, komposisi, tempo, suara dan semacamnya. Nada tertentu dapat merangkai ritme yang menjadi alat untuk membuat lirik lebih mudah

⁹ Genre adalah sebuah kategori yang dibuat berdasarkan tipe dan ciri khas nada dari suatu musik tertentu untuk membedakannya antara jenis musik yang satu dengan yang lainnya (sumber : http://en.wikipedia.org/wiki/Music_genre , diakses 22 Maret 2009, 02.30).

dicerna dan diingat (Lull, 1989:146). Cooke menyebutkan nada, melodi, harmoni dari suara instrumen juga dapat membawa pesan atau menggambarkan suasana seperti romantis, kesedihan, marah dan lain-lain (Machin, 2010:99).

- c) Ikonisitas musisi. Bagaimana cara musisi memberitahukan siapa mereka dan bagaimana cara memahami musik mereka tidak hanya dari musik yang dibawakan tapi juga dari sikap dan penampilan mereka (Machin, 2010:32).

Ketiga perangkat ini akan terikat pada konteks tertentu jika sudah masuk dalam pemberitaan, konteks tersebut akan berhubungan dengan masalah sosial, politik dan budaya yang umum ada dalam media.

Walser mengatakan musik dapat berfungsi seperti wacana verbal (Machin, 2010:5). Segala hal yang berhubungan dengan musik yaitu lirik, nada dan visualisasi dapat menjadi sarana menyampaikan sebuah wacana (Machin, 2010:7). Konsep wacana adalah tentang kekuasaan dan pengetahuan akan terjadi diantara pelaku musik¹⁰, media dan orang yang mengkonsumsi atau mendengarkannya. Musisi akan menyampaikan wacana tertentu melalui musik, sementara media melakukan penafsiran terhadap wacana maupun ikonisitas yang melekat pada musisi atau musik tersebut. Penafsiran ini menjadi kekuasaan tersendiri karena media seperti memiliki kekuatan untuk memberitakan tentang musik tersebut sesuai kehendak mereka. Sementara pembaca melihat apa yang diberitakan sebagai suatu pengetahuan yang benar adanya. Namun terlepas dari itu banyak faktor yang dapat menjadikan pesan atau wacana sesungguhnya dari musik

¹⁰ Pelaku musik : musisi, produser, label musik, pers, atau segala pihak yang berkaitan dengan peristiwa musik.

tersebut menjadi terdistorsi. Berikut beberapa wacana musik dilihat dari nilai fungsionalnya :

TABEL 1.2 : Wacana Nilai Fungsional Musik

No.	Wacana Nilai Fungsional Musik
a.	Kenikmatan emosi dan hiburan
b.	Gambaran realitas sosial-politik negara.
c.	Simbol pergerakan dan kritik.
d.	Musik dan kesehatan.

(Sumber : dirangkum dari blog Denny Sakrie, buku tentang musik yang ada dalam daftar pustaka)

a) Kenikmatan emosi dan hiburan :

Jika musik adalah bahasa, maka ia adalah bahasa simbolis, perlambang nilai jiwa dan ucapan. Penjiwaan dan pencapaian kenikmatan emosi terkadang terlupakan oleh para pemusik. (Pasaribu, 1986:11).

b) Gambaran realitas sosial politik negara :

Pendokumentasian sejarah musik dan pendirian sekolah musik dapat menunjukkan kekayaan negara tersebut. Hal ini juga dapat menunjukkan jenis musik yang khas dari negara itu (Pasaribu, 1986:21-27).

Orde Lama melarang musisi membawakan lagu dari luar negeri, Koes Plus pernah dipenjara karena ini. Orde Baru menghapus aturan tersebut namun mencekal musisi yang mengkritik pemerintah, yang memunculkan Iwan Fals, Harry Roesli dan lain-lain untuk membuat lirik kritis namun memiliki dualisme makna (Sakrie, 2011).

“Music may be said to be political when it’s lyrics or melody evoke or reflect a political judgement by the listener.” (Lull, 1989:37). Bill Clinton memanfaatkan lirik lagu dari Fleetwood Mac yaitu ‘*Don’t Stop*’ dalam kampanye pencalonan dirinya sebagai Presiden tahun 1992, lalu lagu itu diputar setelahnya. Bing Slamet menyanyikan ‘Pohon Beringin’ untuk kampanye Golkar di Orde Baru. Hingga sekarang yang masih terjadi adalah setiap kampanye peserta pemilu hampir selalu disertai pertunjukan musik. Ketenaran musik dan musisi menjadi daya pikat massa, hal ini yang dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk menarik simpati dari masyarakat luas yang mungkin sebelumnya tidak mengenalnya. Indonesia sendiri setiap Pemilu, setiap partai yang kampanye hampir selalu mengadakan konser musik, dangdut adalah yang paling sering karena dianggap musik rakyat yang disukai banyak orang terutama rakyat kecil (Sakrie, 2011).

c) Simbol pergerakan dan kritik :

Musik blues, jazz dan punk memiliki persamaan sejarah yaitu muncul karena tidak setuju dengan ketimpangan sosial yang ada. Blues dan jazz. Harry Oster meneliti bahwa lirik musik blues menunjukkan ekspresi diri, proses identifikasi terhadap situasi sosial, protes sosial, kondisi emosi yang terganggu namun diimbui dengan tarian (Moore, 2002:7). Sementara Duke Ellington berusaha menegaskan bahwa kulit hitam juga memiliki musik yang memiliki ciri khas tersendiri, dan yang diperjuangkan itu adalah jazz. Meski kemudian musik ini sempat “dikuasai” kulit putih (Porter, 2002:1). Blues dan jazz sama-sama menjadi simbol pergerakan melawan perbudakan. Punk sendiri adalah simbol gerakan untuk mandiri (dari mayor label), anti kemapanan, anti otoriter dan DIY

atau kepanjangannya “*Do It Yourself*” (Sabin, 1999:53). Dick Hebdige mengatakan punk adalah interupsi untuk sebuah proses normalisasi sebuah hal yang dijadikan *taken for granted*, punk melawan “alam” atau keadaan sosial yang terbentuk (Sabin, 1999:81).

Live Aid, *Sudan365*, gerakan 1000 Gitar adalah contoh beberapa pergerakan yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat secara massal demi kepentingan tertentu. *Live Aid* lewat musisi-musisi terkenal mengajak untuk membantu negara-negara yang sedang konflik atau kondisi ekonominya memprihatinkan. *Sudan365* adalah gerakan untuk membantu orang-orang di Sudan yang mengalami perang saudara, menghadirkan *drummer* terkenal dari berbagai negara mereka mengajak orang membuat video drum untuk di-*upload* dan setiap video yang di-*upload* akan dianggap dan diubah menjadi bentuk donasi (uang). Gerakan 1000 Gitar diprakarsai majalah RollingStone Indonesia untuk membantu anak-anak kurang mampu agar mereka tetap memiliki semangat berkreasi.

d) Musik dan kesehatan :

Penderita dementia (penurunan fungsi otak) yang sering kehilangan memori, dapat dibantu dengan terapi musik yaitu bernyanyi dan memainkan instrumen musik untuk membantu proses mengingat dan menghindari penderita terjebak dalam dunianya sendiri (Rio, 2009:11).

2) Wacana nilai komoditas musik

Musik mengalami komodifikasi ketika nilai fungsionalnya yang telah disebutkan di atas menjadi dikesampingkan oleh nilai tukarnya. Ketika musik

dicari banyak orang, sementara musik sendiri harus melalui media perantara untuk dapat dikonsumsi, maka muncul perusahaan rekaman yang kemudian berkembang menjadi industri global karena perkembangan teknologi. Universal, Sony BMG, Warner dan EMI adalah 4 raksasa label di dunia, sebagian masih memiliki anak cabang lagi yang menaungi musik non-populer. Perkembangan teknologi yang memadukan musik dengan video juga memunculkan MTV¹¹ sebagai saluran televisi yang khusus menayangkan video klip musik. MTV dan televisi yang sejenis muncul karena pasca perang dingin para pekerja produksi pesawat pindah kerja di media. Untuk dapat masuk ke industri ini maka musik harus “dibentuk” sesuai aturan mereka, karena bertujuan untuk mencari keuntungan, hasilnya adalah keseragaman (McPhail, 2006:121-130).

Label musik dan penemuan radio adalah elemen terbesar yang menjadikan musik sebagai hal yang populer dan terkomodifikasi (Lull, 1989:12). Jacques Attali membuat empat kategori musik berdasarkan sejarah :

TABEL 1.3 : Kategori Musik Berdasarkan Sejarah

No.	Kategori musik (sejarah)	Keterangan
1.	<i>Sacrifice</i>	Musik adalah sebuah ritual dari kelompok sosial tertentu. Musik murni persoalan sosial dan ritual.
2.	<i>Representation</i>	Musik menjadi aktivitas profesional dan menjadi komoditas karena permintaan pasar, namun musik masih dalam bentuk

¹¹ MTV adalah singkatan dari *Music Television*

		pertunjukan langsung. Musik dan pemainnya telah memiliki nilai.
3.	<i>Repetition</i>	Musik direproduksi baru dapat dinikmati, hingga akhirnya menjadi komoditas. Pertunjukan langsung dikesampingkan dan reproduksi musik diutamakan. Untuk mendengarkan musik, orang harus memiliki modal dan membeli terlebih dahulu.
4.	<i>Composition</i>	Musik secara ideal di masa depan ingin dilihat seperti orang membuat musik mereka sendiri untuk mereka sendiri dalam lingkungan sosial yang bebas dan tidak terpusat pada patokan tertentu.

(Sumber : Burnett, 1996:42)

Attali (Burnett, 1996:42) mengungkapkan bahwa pada masa sekarang ini musik masuk dalam kategori *repetition* ketika komodifikasi seolah-olah menjadi *taken for granted*, yaitu ketika nilai fungsionalnya tidak dapat terpenuhi karena harus melakukan pertukaran dengan nilai jual. Menurut Burnett (1996:44-47) faktor utama musik terkomodifikasi adalah persoalan berubahnya format suara menjadi bentuk fisik berupa piringan hitam, kaset, CD dan sebagainya. Produksi pertama untuk bentuk fisik tersebut mungkin setimpal dengan nilai fungsi dan ketidakmampuan konsumen untuk memproduksi sendiri. Akan tetapi untuk produksi selanjutnya yang hanya menduplikasi dari produksi pertama tentu lebih

rendah biaya produksinya, namun yang terjadi justru harga jualnya tetap sama dengan produksi pertama. Melihat hal ini maka peneliti memiliki pandangan (asumsi) bahwa musik saat ini telah terkomodifikasi, setidaknya sebagian besar musik yang ada.

Melihat penjelasan Attali di atas, maka komodifikasi musik saat ini tidak hanya selalu mengenai persoalan materi yang diperhitungkan dalam proses produksi, yaitu ketika konsumen musik harus mengeluarkan biaya lebih untuk dapat mengonsumsi musik. Komodifikasi musik juga mengenai persoalan nilai fungsional yang ditonjolkan namun hanya sebatas permukaan saja, nilai fungsional ditampilkan hanya untuk menarik perhatian konsumen agar membeli. Hal ini dapat menjadikan makna atau pesan yang sebenarnya dalam musik tersebut terabaikan, terpotong atau tidak tersampaikan.

Persoalan ini terjadi ketika mengonsumsi musik hanya bertujuan untuk mendapatkan status sosial tertentu (mengikuti tren dan semacamnya). Salah satu efeknya adalah musik hanya dilihat melalui atribut fisik dan permukaannya saja tanpa ada reaksi dari hasil menerima pesan yang ada dalam musik.

Hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan dalam wacana nilai komoditas ini tampak dari peran industri musik (label) serta pihak-pihak yang berkaitan dengannya di atas termasuk media. Contohnya musik punk yang nilai fungsionalnya sebagai simbol anti kemapanan hanya ditampilkan penekanan pada ikonitas dan atribut musisinya oleh media. Orang yang hanya membaca dari satu media akan menerima pesan bukan dari lagunya tetapi hanya sebatas aksesoris musik punk karena itu adalah hal yang terkenal dan populer. Fakta ini merupakan

produksi pengetahuan yang memanfaatkan nilai fungsional musik hanya untuk sebatas dijual dari segi materi. Dalam keseluruhan proses inilah kekuasaan untuk mengkomodifikasi musik berlangsung.

Idealisme media akan tampak dari pemberitaan tentang musik, apakah media turut menjadi agen yang melakukan komodifikasi musik atau apakah media berusaha “memperjuangkan” dan menunjukkan nilai fungsional musik (kategori di luar *repetition*). Mengingat saat ini wacana nilai komoditas musik lebih dominan daripada nilai fungsional musik.

Berdasarkan wacana musik dan konsep komodifikasi yang ada dalam sub-bab di atas, peneliti membuat skema perbedaan nilai fungsional musik dan nilai komoditas ketika sudah mengalami penafsiran oleh media cetak :

TABEL 1.4 : Nilai Fungsional dan Nilai Komoditas Musik

No	Kategori	Nilai Fungsional	Nilai Komoditas
1.	Ekspresi realitas	Peristiwa musik diberitakan mendalam, sesuai dan dihubungkan dengan wacana dari lirik, nada dan ikonisitas musisi (sikap, moral).	Peristiwa musik hanya dijabarkan, tidak dihubungkan dengan wacana dari lirik dan nada. Ikonisitas musisi ditonjolkan dari atribut fisiknya saja.

2.	Produksi musik	Momen musisi mengemas suatu realitas menjadi sebuah wacana tertentu melalui musik.	Momen menaikkan popularitas musisi dari segi penjualan fisik musik.
3.	Ikonisitas musisi	Bagaimana musisi diposisikan agar orang memahami musiknya juga dari sikap dan penampilannya.	Musisi adalah sosok panutan namun penonjolan kepada atribut fisiknya.

Kategori tersebut dirumuskan dari nilai fungsional musik dan faktor industri saat ini yaitu produksi musik. Ikonisitas musik dipisahkan lagi meski masuk dalam nilai fungsional karena kemungkinan berubah menjadi nilai komoditasnya besar. Secara sederhana nilai komoditas musik adalah kebalikan dari apa yang ada dalam nilai fungsional musik, sesuai dengan konsep komodifikasi yaitu ketika nilai fungsional dikesampingkan.

F.2 KONSTRUKSI WACANA DALAM MEDIA MASSA

F.2.1 Representasi Wacana dalam Media Massa

Sebuah wacana dapat dibentuk dan dimunculkan melalui berbagai hal atau media. Media massa baik cetak, elektronik, *on-line* dan semacamnya hanya salah satunya. Dalam kasus ini majalah *Tempo* merupakan media cetak mingguan dengan isi berupa teks dan gambar, sehingga wacana tersebut akan dibentuk dan ditampilkan melalui teks dan gambar tersebut. Istilah representasi menunjuk pada

bagaimana suatu gagasan, pandangan atau ideologi ditampilkan dalam pemberitaan, dalam hal ini teks (Eriyanto, 2008:113). Pentingnya sebuah representasi menurut Eriyanto (2008:113) ada dua hal yaitu pertama apakah seseorang, kelompok atau suatu gagasan ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedua adalah bagaimana representasi tersebut ditampilkan. Apakah dengan kata, kalimat, aksentuasi dan bantuan foto seperti apa realitas tersebut ditampilkan kepada masyarakat. Karena *Tempo* menggunakan teks dan gambar maka representasi dilakukan melalui kedua hal tersebut.

Proses penggunaan kata, kalimat, aksentuasi dan foto tertentu merupakan strategi media untuk mengemas sebuah realitas. Pemilihan kata dan kalimat tertentu akan membuat aspek tertentu tampak menonjol dan aspek lainnya tidak tampak, hal ini sesuai dengan konsep framing yang diungkapkan Eriyanto (2002:66-67). Framing merupakan sebuah proses seleksi isu dan proses penulisan yang khas sehingga memunculkan makna tersendiri. Karena teknik framing menggunakan kata dan kalimat sebagai sarana membentuk wacana tertentu, maka menjadikan bahasa sebagai alat untuk mendefinisikan suatu realitas. Bahasa tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi ia juga dapat menciptakan suatu realitas atau keadaan tertentu (Eriyanto, 2008:120). Menurut Sumaryono (1999:24-25) setiap orang memiliki ekspresi oral yang berbeda terhadap suatu pengalaman mental. Setiap orang akan menyikapi sesuatu dengan tindakan nyata yang berbeda meski hal tersebut sama dalam satu bahasa. Perubahan dari pengalaman mental menjadi suatu bahasa ucapan atau tulis akan memiliki kecenderungan mengerut atau menyempit. Sebuah pengalaman mental akan memiliki nuansa yang

beranekaragam, namun keanekaragaman ini tidak dapat dicakup dalam sebuah kata yang membawa makna tertentu.

Bahasa dapat menciptakan realitas atau keadaan tertentu, sementara bahasa sendiri tidak dapat dipergunakan dengan sama oleh semua orang karena faktor pengalaman mental seperti di atas. Oleh karena itu semakin jelas bahwa dengan kata-kata tertentu dibuat sedemikian rupa agar sesuai dengan pengalaman mental pembacanya. Hal ini dilakukan agar ideologi dari media atau pihak yang memang ingin menyebarkan ideologinya dapat tersampaikan. Ideologi sendiri adalah hal yang dibangun kelompok dominan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Strateginya dengan membuat kesadaran kepada masyarakat bahwa dominasi itu diterima secara *taken for granted* (Eriyanto, 2008:13). Maka sebuah media dengan strategi memakai kalimat atau kata (bahasa) tertentu dalam upayanya menampilkan kembali suatu realitas, terlebih hal itu dilakukan untuk menyesuaikan dengan pengalaman mental pembacanya, merupakan salah satu strategi yang tepat untuk menyebarkan sebuah ideologi dan melakukan praktik kekuasaan.

F.2.2 Order of Discourse

Order of discourse menurut Eriyanto (2008:288) adalah suatu praktik diskursif dari komunitas bahasa yang berhubungan dengan berbagai tipe diskursif, ruang kelas dan kerja. Semua hal itu memberikan batasan bagaimana teks diproduksi dan dikonsumsi. Lebih lanjut Eriyanto menggambarkan *order of discourse* layaknya pakaian, misalnya pakaian ketika tidur akan berbeda dengan pakaian untuk ke pesta. Masih menurut Eriyanto (2008:289), *order of discourse*

dalam teks berita dapat berupa artikel, editorial, *hard news* dan feature. Hal tersebut merupakan sebuah pendisiplinan wacana, perbedaan praktik diskursif ini akan menghasilkan struktur wacana yang berbeda pula.

Order of discourse penelitian ini adalah feature. Majalah *Tempo* merupakan majalah mingguan, misalkan apabila format pemberitaannya *hard news* tentu akan kalah bersaing dengan media harian, sementara jika *soft news* tidak ada unsur kedalaman informasi. Oleh karena itu pihak *Tempo* menggunakan format feature agar berita dari peristiwa masa lalu masih tetap menarik dan mendalam.

“Cerita feature adalah artikel yang kreatif, kadang-kadang subjektif, yang terutama dimaksudkan untuk membuat senang dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan .” (Bujono dan Hadad, 1996:9).

Berikut adalah karakteristik dari feature :

TABEL 1.5 : Karakteristik Feature

No.	Karakteristik	Penjelasan
1.	Kreativitas	Reporter memungkinkan untuk “menciptakan” cerita. Namun tetap sesuai etika dan akurat, tidak boleh fiktif. Cerita dapat dikemas melalui sebuah keadaan atau peristiwa tertentu.
2.	Subjektivitas	Feature memungkinkan penulisnya memasukkan emosi dan pikirannya sendiri agar cerita lebih menarik dan terasa suasananya. Namun jika penulis bukan tokoh utama, jangan menyebut “aku” dalam tulisan itu.

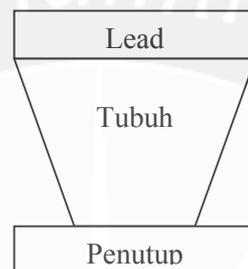
3.	Informatif	Karena kurang nilai beritanya, feature dapat memberikan informasi tentang aspek kehidupan yang mungkin diabaikan dalam berita biasa. Informasi tersebut dimungkinkan dapat menggerakkan manusia untuk menciptakan perubahan konstruktif.
4.	Menghibur	Sulit untuk bersaing dengan televisi dan radio, maka feature menjadi senjata untuk memberikan informasi yang mendalam tentang suatu hal. Televisi dan radio mungkin sulit untuk melakukan itu. Feature dapat menjadi variatif dan tujuannya adalah menghibur serta memberi hal yang segar.
5.	Awet	Feature dapat disimpan seperti sebuah buku yang memiliki kisah tersendiri, sementara <i>hard news</i> akan hilang dalam waktu 24 jam. <i>Deadline</i> yang longgar menjadikan penulisannya memiliki waktu banyak untuk survey mendalam.
6.	Panjangnya	Feature dapat memfasilitasi pembaca yang menginginkan tulisan panjang atau pendek. Tidak ada batasan namun jangan terlalu panjang hingga pembaca pindah ke berita lain atau jangan asal memotong hingga maknanya berkurang.

(Sumber : Bujono dan Hadad, 1996:9-18)

Sebuah feature dalam penulisannya memiliki teknik piramida terbalik

namun perbedaannya adalah pada bagian penutup. Penutup pada sebuah feature adalah hasil proses penuturan di atasnya yang mengalir. Bisa juga disebut penutup adalah sebuah penyelesaian atau klimaks (Bujono dan Hadad, 1996:54). Berikut sebuah teknik penulisan feature :

BAGAN 1.1 : Teknik Penulisan Feature, Piramida Feature



(Sumber : Bujono dan Hadad, 1996:52)

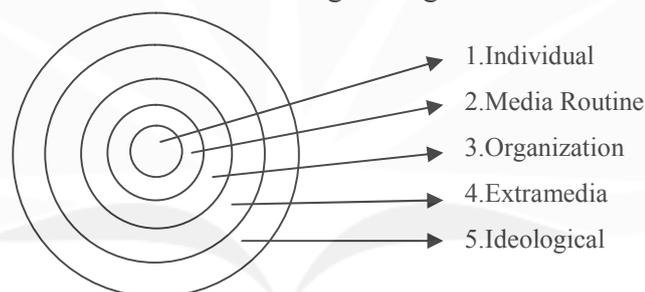
Lead cerita merupakan inti cerita yang dituliskan di awal berita untuk menarik pembaca mengikuti cerita dan membuat jalan supaya alur cerita lancar (Bujono dan Hadad, 1996:34-35). Sedangkan tubuh adalah deskripsi dari realitas yang diceritakan tersebut. Penutup seperti dikemukakan di atas adalah sebuah penyelesaian atau klimaks (kesimpulan).

F.2.3 Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Konstruksi Wacana

Sebuah teks sebagai salah satu bentuk wacana membutuhkan proses yang melibatkan banyak hal. Hal-hal tersebut akan mempengaruhi wacana yang kemudian muncul. Secara garis besar hal-hal yang mempengaruhi terbentuknya sebuah teks dimulai dari adanya suatu peristiwa (realitas) yang dipilih oleh media tersebut. Penentuan siapa wartawan yang akan meliput sudah menjadi salah satu hal yang menentukan karakter berita tersebut. Liputan, penulisan teks, editing hingga proses cetak masuk dalam rutinitas media yang setiap detil prosesnya turut

membentuk kemana arah wacananya. Kemudian struktur organisasi setiap media juga berbeda-beda, manajemen yang berbeda akan menghasilkan kebijakan dan tujuan yang berbeda pula. Lebih lanjut lagi di luar kebijakan dari media itu sendiri, sebuah media terkadang juga dipengaruhi oleh struktur yang ada di luarnya dan itu ikut mengikat media tersebut. Sementara hal yang paling makro dari pengaruh-pengaruh tersebut adalah ideologi yang diusung di mana media itu berada. Hal-hal yang mempengaruhi proses terbentuknya wacana tersebut dikemukakan dan dijabarkan oleh Gans dan Gitlin (Shoemaker dan Reese, 1996:6-7), lalu jika dibentuk sebuah bagan kira-kira akan seperti ini :

BAGAN 1.2 : Konten Media Sebagai Pengaruh Konstruksi Wacana



(Sumber : diadaptasi dari Shoemaker dan Reese, 1996:6-7)

1. Individual

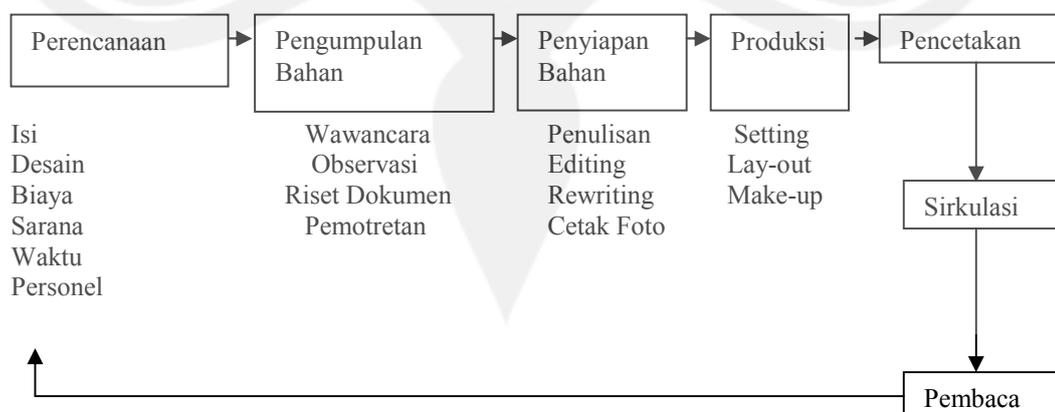
Wartawan adalah pihak pertama yang menafsirkan realitas, sebagai individu ia merupakan faktor pertama yang membentuk sebuah wacana. Hal yang mempengaruhi tersebut (Shoemaker dan Reese, 1996:60-98) adalah latar belakang keluarga, etnis, ekonomi, gender, pengalaman, pendidikan, kepercayaan, sikap politik dan orientasi dalam bekerja di media apakah sebagai orang yang netral memberikan berita atau justru berpartisipasi untuk kepentingan tertentu. Apabila hal-hal tersebut ada yang berbeda dari setiap wartawan, maka bisa jadi sudut

pandang suatu berita juga akan berbeda. Misalkan wartawan yang berasal dari keluarga ekonomi menengah ke bawah namun dengan pendidikan tinggi akan mengerti ketika berhadapan dengan realitas yang berhubungan dengan kekurangan pangan karena ia pernah merasakannya juga. Namun yang dirasa cukup penting adalah peran dan ideologi wartawan tersebut di media, apakah ia berusaha untuk netral atau turut menjadi corong pihak tertentu saja.

2. *Media Routine*

Rutinitas media dibuat untuk membantu struktur organisasi dalam redaksi agar bekerja secara efektif. Pola rutinitas yang ada membuat individu memiliki “batasan” dalam menulis sebuah berita. *Deadline* dan kolom yang terbatas adalah contoh dari “batasan” tersebut. Hal ini membuat wartawan harus membentuk sebuah berita dengan kemasan khusus sehingga dapat memenuhi proses ini tanpa mengurangi kualitasnya. Hal pertama dalam rutinitas media ini adalah alur kerja sebuah penerbitan pers, digambarkan pada bagan (Siregar dan Pasaribu, 2000:173) berikut :

BAGAN 1.3: Alur Kerja Penerbitan Pers



(Sumber : Siregar dan Pasaribu, 2000:173)

Bagan di atas memperlihatkan sebuah tulisan hingga akhirnya sampai ke pembaca. Pada rapat redaksi (perencanaan isi) ditentukan tema tertentu, setelah disetujui maka reporter melakukan liputan hingga masuk tahap penulisan. Tulisan tersebut akan dipertimbangkan apakah layak muat atau tidak. Selanjutnya tulisan tersebut diserahkan kepada redaktur rubrik yang menangani artikel untuk kemudian diperlukan penyuntingan atau tidak. Setelah itu tulisan diberikan kepada redaktur artistik (*editor*) yang menangani proses pracetak. Tahap selanjutnya setiap tulisan dikemas menjadi satu media dan akan masuk proses sirkulasi ke pembaca. Tahap akhir adalah evaluasi dengan mempertimbangkan adanya respon, saran dan kritik yang ada dari edisi yang telah dicetak.

Lalu yang kedua, *news value* merupakan faktor yang menentukan sebuah realitas layak menjadi berita dan sarana yang tepat untuk menyampaikan wacana atau tidak. Stephen Reese membagi *news value* tersebut menjadi :

TABEL 1.6 : *News Value*

No.	News Value	Keterangan
1.	<i>Prominence</i>	Penting atau tidaknya suatu berita dan berpengaruh apa terhadap pembacanya.
2.	<i>Human interest</i>	Pembaca cenderung tertarik kepada hal yang tidak berhubungan dan memiliki efek langsung terhadap mereka. Seperti gosip dan drama kehidupan.
3.	Konflik/kontroversi	Seseorang akan cenderung tertarik pada hal yang menjadi kontroversi karena ia lalu akan mengikutinya sebab mungkin itu hal yang penting.

4.	<i>Unusual</i>	Hal yang tidak biasa dapat memancing minat pembaca karena satu realitas yang sama jika ditampilkan berbeda akan memancing perhatian.
5.	<i>Timeliness</i>	Menampilkan realitas tepat pada saat peristiwa itu terjadi atau beberapa hari setelahnya akan berefek pada jenis berita tersebut dan perhatian pembaca.
6.	<i>Proximity</i>	Jenis berita yang dirasa memiliki kedekatan tersendiri terhadap pembaca akan lebih diminati.

(Sumber : Shoemaker dan Reese, 1996:106)

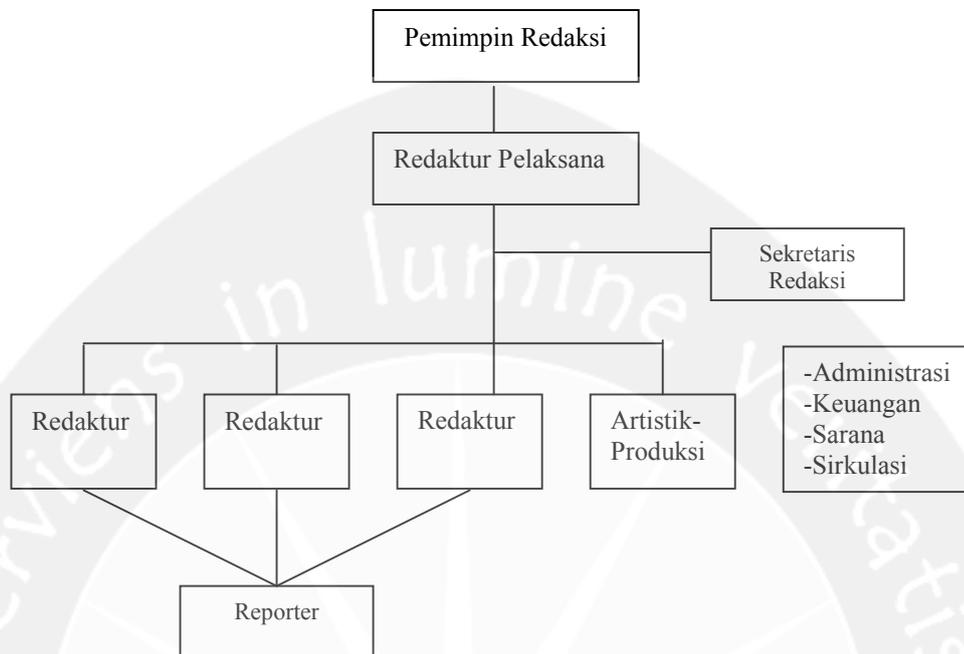
Tempo menggunakan *news value* atau kelayakan berita yang konsepnya sama dengan *news value* di atas, namun hanya menggunakan istilah yang berbeda (dibahas dalam bab III).

3. *Organization*

Hal yang berpengaruh dalam suatu struktur organisasi adalah bagaimana struktur tersebut dibentuk dan bagaimanakah kebijakan yang mengatur setiap individu untuk bekerja. Metode yang digunakan untuk melaksanakan fungsi dari struktur organisasi ini akan menentukan jalannya proses redaksional. Perkembangan media massa yang mengarah ke industri membuat struktur organisasinya juga berkembang. Kebijakan-kebijakan non-redaksional sering berseberangan dengan kebijakan redaksi (Shoemaker dan Reese, 1996:164-165).

Sebuah struktur organisasi sebuah media digambarkan sebagai berikut :

BAGAN 1.4 : Struktur Organisasi Bidang Redaksi



(Sumber : Siregar dan Pasaribu, 2000:176)

Struktur tersebut beroperasi kurang lebih sebagai berikut (Siregar dan Pasaribu, 2000:176-177) : pemimpin redaksi bertugas mengatur dan bertanggung jawab atas segala hal yang akan naik cetak. Pemimpin redaksi dapat langsung memberi perintah kepada posisi di bawahnya, namun dapat juga mewakilkannya kepada redaktur pelaksana. Redaktur Pelaksana menjalankan tugas dari pemimpin redaksi, namun dapat juga memberikannya kepada masing-masing redaktur. Sedangkan untuk masalah administratif, pemimpin redaksi atau redaktur pelaksana dapat memberikannya kepada sekretaris redaksi atau melaksanakannya sendiri. Redaktur sendiri memberi penugasan kepada reporter untuk memperoleh informasi dan menerima berita dari wartawan atau koresponden yang mencari berita, sekaligus bertanggung jawab terhadap halaman yang diasuhnya. Bagian artistik dan produksi adalah tahap akhir dari proses sebuah teks yang telah diedit

hingga akhirnya dibuat *layout* dan siap naik cetak. Sementara bagian administrasi dan keuangan berhubungan dengan klien dan pemasang iklan yang ada.

4. *Extramedia*

Menurut Shoemaker dan Reese (1996:210) struktur organisasi di luar media dapat mempengaruhi konten sebuah media. Pemilihan sumber berita yang tidak tepat dapat menjadi senjata makan tuan bagi sebuah media. Sumber berita tidak selalu berasal dari wartawan langsung, bisa saja dari pihak kedua, ketiga dan lainnya. Pihak ini memiliki persepsi tersendiri pada sebuah realitas, sehingga secara tidak langsung telah membentuk realitas itu sedemikian rupa.

Organisasi-organisasi tersebut adalah para pengiklan dan industri rekaman, dalam hal ini adalah perusahaan rekaman. Pengiklan memiliki kebijakan sendiri sehingga akan ada tawar menawar dalam pembagian kolom. Sementara media massa yang menjadi kompetitor tentu melakukan strategi tersendiri dan membuat media tertentu akan memikirkan supaya tidak tersaingi. Sedangkan pemerintah berperan dalam hal kebijakan membuat peraturan yang menjadikan sebuah media harus mengikutinya karena berada di dalam lingkup negara tersebut.

5. *Ideological*

Ideologi menurut Samuel Becker adalah referensi bagaimana cara melihat dunia dan bertindak untuk itu, apa yang dilihat tampak sebagai hal yang natural (Shoemaker dan Reese, 1996:213). Sebuah media akan berada dalam lingkup sosial tertentu. Dalam lingkup sosial tersebut ada nilai-nilai (ideologi) tersendiri yang bermacam-macam, sehingga media tersebut tentu akan menyesuaikan dengan nilai yang ada di lingkup sosialnya (Shoemaker dan Reese, 1996:242).

G. KERANGKA KONSEP

TABEL 1.7 : Kerangka Konsep

No.	Konsep Besar	Konsep dalam Penelitian	Definisi	Fungsi
1.	Wacana	Wacana musik : - Nilai fungsional - Nilai komoditas	- Wacana bahwa musik merupakan ekspresi seseorang terhadap realitas sosial yang ada. Bentuknya dapat berupa kritik sosial, kenikmatan emosi, hiburan, amal, terapi. Realitas sosial itu akan tampak melalui lirik, nada dan ikonisasitas dari pembuat musik. - Wacana bahwa musik hanya komoditas semata. Segala hal yang ditampilkan bertujuan untuk menjual suatu musik	- Mendeskripsikan suatu wacana musik tertentu merupakan wacana nilai fungsional musik dengan melihat faktor isi dan pesan musik tersebut (dari segi lirik, nada, ikonisasitas musisi dan tujuan musik itu dibuat). - Mendeskripsikan suatu wacana musik tertentu adalah wacana nilai komoditas musik dengan melihat bahwa isi dan pesan suatu

			<p>tertentu namun di sisi lain menghilangkan makna yang terkandung dalam musik tersebut. Wacana ini memunculkan musik populer yang memiliki definisi digemari banyak orang dan berarti laku di pasaran.</p> <p>- Wacana komoditas tidak berdiri sendiri, wacana ini muncul ketika nilai fungsional dikesampingkan. Wacana musik yang satu baik dan yang lain buruk merupakan produk pengetahuan untuk menanamkan pikiran bahwa itulah hal benar. Dengan ini terjadi praktik kuasa sehingga industri musik tetap dapat menjual produknya dengan memproduksi wacana tertentu bahwa</p>	<p>musik tidak tersampaikan.</p> <p>- Keterkaitan dengan konsep wacana (kuasa dan pengetahuan) serta hubungannya dengan wacana musik akan berhubungan dengan nilai fungsionalnya. Karena komodifikasi memerlukan hal yang dipertentangkan. Untuk mengkategorikan wacana musik dalam media adalah komoditas, ketika memenuhi proses komodifikasi.</p>
--	--	--	--	--

			menghargai karya musik itu perlu.	
2.	Konstruksi	<ul style="list-style-type: none"> - Teks berita tentang musik - Framing (proses pembingkaiian berita) 	<ul style="list-style-type: none"> - Media cetak menafsirkan realitas musik tertentu, tafsir tersebut disebarluaskan oleh media dalam bentuk teks berita. Proses ini akan dipengaruhi faktor sosial, politik dan ekonomi. - Mulai dari tafsir, produksi teks, konteks, hingga penyebarluasan, media melalui proses framing (seleksi & penonjolan) untuk itu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk melihat dan menganalisis bahwa proses tafsir dan produksi media terhadap realitas musik itu mempengaruhi wacana yang muncul dan terbentuk. - Untuk melihat dan menganalisis proses konstruksi dan pembingkaiian suatu realitas musik menjadi sebuah teks (berita).

Wacana media di sini adalah wacana tentang nilai fungsional musik (musik merupakan ekspresi atas realita sosial berwujud kritik sosial, kenikmatan emosi, hiburan, amal, kesehatan) dan wacana tentang nilai komoditas musik (musik sebagai komoditas). Nilai fungsional musik merupakan pengetahuan yang diwacanakan kepada masyarakat yang membuat pandangan musik memiliki pesan, makna dan penghargaan atas karyanya. Dengan terbentuknya pandangan ini maka pengetahuan tersebut dapat melanggengkan kekuasaan untuk terus memproduksi musik dan terus dikonsumsi, hal ini juga berlaku sebaliknya. Terbentuknya wacana tersebut dilandasi ideologi yang dimiliki media, jika ideologinya adalah komodifikasi maka ia akan membuat nilai jual lebih diutamakan daripada nilai fungsinya. Semua hal ini akan diterima secara wajar oleh pembaca.

Realitas musik tertentu ditafsirkan oleh media dalam bentuk teks berita tentang musik. Teks berita memerlukan proses produksi; proses ini melibatkan aspek individu, organisasi (media) hingga lingkup sosial. Keterlibatan berbagai aspek tersebut akan turut mempengaruhi wacana yang terbentuk serta menunjukkan ideologi yang dimiliki media berhubungan dengan posisinya dalam lingkup sosial tertentu.

Media cetak akan melakukan tafsir terhadap realitas musik (termasuk wacana yang sudah ada sebelumnya -jika memang ada-) kemudian mengemasnya dalam sebuah teks berita yang memerlukan proses produksi tersendiri yang juga memiliki pengaruh pada wacana yang akan terbentuk.

Benang merah dari konsep tersebut ada pada bahasa (sebagai sarana

kekuasaan) dan ideologi. Sebuah teks berita memakai bahasa sebagai sarana penyampaiannya, dengan mengontrol penggunaan bahasa maka media dapat mengontrol wacana yang ada. Teks berita merupakan salah satu bentuk wacana, sementara wacana sendiri berhubungan dengan proses kekuasaan yang memiliki ideologi. Ideologi ini akan mempengaruhi terbentuknya sebuah berita.

H. METODOLOGI PENELITIAN

H.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Talyor (Moleong, 2004:4), metodologi ini menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati secara holistik (utuh). Nantinya setiap individu maupun organisasi yang diamati tidak boleh diisolasi dalam suatu hipotesis, tetapi dipandang sebagai bagian dari sesuatu keutuhan. Sedangkan ada pula yang melihat penelitian kualitatif sebagai :

“Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.” (Moleong, 2004:6).

Beragamnya metode yang dapat digunakan membantu peneliti untuk menganalisis wacana yang dikonstruksi dalam media, sehingga nantinya tidak hanya melihat hasilnya saja namun juga tampak proses yang berperan di dalamnya.

H.2. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian adalah teks berita mengenai musik dalam majalah *Tempo*

yang diambil dalam rentang waktu bulan Juli 2010 hingga Juni 2011. Tepat satu tahun untuk melihat lebih jelas pola pemberitaan dari majalah *Tempo* serta tren musik dalam jangka waktu satu tahun. Mengambil semester akhir tahun 2010 untuk melihat tren musik menjelang tahun baru dan awal semester tahun 2011 untuk melihat apakah ada perubahan tren di tahun yang baru. Sementara subjek penelitian adalah orang-orang yang berperan di bagian redaksional majalah *Tempo* itu sendiri.

Untuk pemilihan subjek dan objek penelitian akan digunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono metode ini tepat digunakan untuk penelitian kualitatif, tekniknya adalah menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007:85). Mengambil sampel dengan tujuan di sini maksudnya adalah sampel sengaja dipilih agar sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu mencari tahu bagaimana wacana nilai fungsional musik ditampilkan, mengingat saat ini musik telah menjadi komoditas. Agar sampel yang dipilih tidak terlalu subjektif maka digunakan perangkat analisis¹¹ untuk menunjukkan kenapa sampel itu dipilih daripada sampel lainnya, berikut perangkat analisis untuk objek penelitian :

TABEL 1.8 : Perangkat Analisis Objek Penelitian

No	Perangkat Analisis	Keterangan
1.	Feature	Artikel berformat piramida terbalik (<i>lead</i> , tubuh, penutup yang peneliti singkat A-B-C). Kedalaman informasi adalah mutlak, diutamakan unsur C adalah

¹¹ Perangkat analisis berfungsi untuk menyeleksi artikel dan membedah *level* teks.

		<p>sebuah kesimpulan yang bisa saja bertolak belakang dari A-B.</p>
2.	<i>News value</i>	<p>Enam unsur berita (<i>prominence, human interest, kontroversi/konflik, unusual, timeliness, proximity</i>) menjadi pertimbangan ketika ada artikel yang memiliki kisah atau pesan yang serupa meskipun berbeda. Sedangkan secara keseluruhan akan diutamakan artikel yang “seksi” karena unsur <i>kontroversi, timeliness</i> dan <i>proximity</i>. Hal ini dipilih untuk mencari hal yang kontras antara musik dengan sebuah peristiwa besar yang mungkin tidak saling memiliki keterikatan langsung.</p>
3.	Nilai fungsional musik	<p>Diutamakan artikel yang membahas informasi atau wacana yang tersampaikan lewat unsur lirik, nada dan ikonitas musisi.</p>

Secara umum diutamakan artikel yang temanya berhubungan dengan banyak orang dan sesuai dengan konteks sosial, politik, budaya dan ekonomi saat artikel tersebut diterbitkan. Dari ketiga perangkat tersebut akan saling berkaitan dan menuju satu kesimpulan yang sama yaitu pada wacana nilai fungsional musik.

Sedangkan berikut adalah latar belakang pemilihan untuk subjek penelitian :

TABEL 1.9 : Pemilihan Subjek Penelitian

No	Posisi	Keterangan
1.	Pemimpin redaksi	Penanggung jawab sebuah artikel, pengambil keputusan, mewakili kepentingan dan tujuan majalahnya.
2.	Redaktur seni	Bertanggung jawab pada rubrik dan artikel yang ada didalamnya, pengambil keputusan.
3.	Reporter	Penulis artikel, yang melihat dan menafsirkan peristiwa.

Pada kondisi tertentu reporter yang tidak memungkinkan untuk diwawancarai akan diarahkan kepada posisi struktur di atasnya sebagai penanggung jawab.

H.3. Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah hasil analisa dari teks-teks berita mengenai musik yang ada dalam majalah *Tempo* serta hasil wawancara dengan jajaran redaksional majalah *Tempo*. Sedangkan data sekunder merupakan hasil studi pustaka (buku, buku elektronik, situs berita, wawancara di luar pihak media dan lain-lain) yang merupakan kutipan atau pendapat orang lain yang berhubungan dan dibutuhkan untuk melengkapi hasil analisis.

H.4. Metode Analisis Data

H.4.1 Analisis Wacana Kritis Fairclough

Analisis wacana memiliki definisi yang berbeda disebabkan faktor sejarah

dan perbedaan paradigma. Awalnya analisis wacana digunakan untuk menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa dan pengertian bersama. Sehingga yang dilihat hanya pernyataan itu apakah benar menurut kaidah sintaksis dan semantik (Eriyanto, 2008:4). Definisi ini didasarkan pada paradigma positivisme yang melihat bahwa segala yang ada terjadi secara alamiah tanpa peran seseorang. Analisis wacana lalu berkembang untuk mencari tahu apa makna dari pernyataan yang dilontarkan oleh subyek tertentu (Eriyanto, 2008:5). Analisis ini berdasarkan paradigma konstruktivisme yang melihat bahwa suatu subyek memiliki peran dalam terbentuknya sebuah makna, segala hal di dunia ini merupakan hasil konstruksi manusia.

Sementara analisis wacana kritis mengkritik pandangan-pandangan sebelumnya yang tidak melihat lebih dalam proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional (Eriyanto, 2008:6), sehingga wacana kritis akan bersifat kontekstual dan tidak ahistoris. Analisis ini berangkat dari paradigma kritis yang melihat bahwa sebuah teks terbentuk dari dua sisi yaitu sisi idealisme (kesadaran) dan sisi materi (tak sadar) yang secara alamiah tertutupi oleh aspek budaya (Sim & Van Loon, 2008:21-23). Menurut Sim dan Van Loon (2008:164-165), paradigma teori kritis membantu mengidentifikasi relasi kekuasaan yang berperan membentuk subyek berikut dengan perilakunya. Metode tersebut berusaha menganalisa artefak kebudayaan serta konteks-konteksnya seperti sosial, politik, historis, gender serta etnik. Namun pada dasarnya analisis wacana kritis menggabungkan berbagai definisi analisis menurut paradigma yang berbeda di atas menjadi satu dan lebih spesifik

dalam konteks produksi dan reproduksi makna kaitannya dengan kekuasaan.

Berangkat dari paradigma kritis, maka perlu dilihat bahwa konstruksi yang dilakukan media dipengaruhi oleh faktor sejarah serta kekuatan sosial, budaya dan ekonomi-politik media yang bersangkutan (Hamad, 2004:103). Ketika sebuah media massa melakukan konstruksi realitas maka saat itu juga praktik kekuasaan sedang terjadi, yaitu melalui sebuah berita untuk membentuk wacana tertentu. Karena sebuah media selalu berada dalam lingkup sosial tertentu, maka media itu tidak akan pernah netral. Ia akan selalu merepresentasikan ideologi yang dianut karena faktor eksternal maupun internal.

Ada pandangan bahwa analisis wacana kritis; terutama karena pandangan kritisnya yang berasal dari teori Frankfurt School, kemudian hasil yang ingin didapat adalah adanya ketidakadilan atau dominasi terhadap pihak tertentu yang dilakukan oleh media. Beberapa contoh analisis wacana kritis pada buku seperti *Media Discourse* milik Fairclough atau *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media* milik Eriyanto memang menunjukkan bahwa media berlaku tidak adil terhadap pihak tertentu. Disebutkan dalam analisis bahwa media mendukung pihak yang mendominasi dan ikut menyudutkan pihak yang didominasi. Dibahas pula media dalam analisis kritis menjadi alat masyarakat dominan. Namun dalam penelitian ini paradigma kritikal dipandang bagaimana media melakukan redefinisi atau *re-establish* terhadap budaya dominan. Fairclough sendiri meskipun memberikan contoh bahwa media melakukan *re-establish* terhadap budaya dominan, tetapi dalam penjelasan konsep kritikalnya ia tidak secara jelas menyebutkan bahwa media yang diteliti hasil akhirnya harus melakukan *re-*

establish terhadap budaya dominan atau pihak tertentu. Fairclough menyebutkan bahwa konsep kritikal adalah bagaimana relasi antara kekuasaan dan penggunaan bahasa terjadi, dalam relasi ini akan terlihat ideologi yang ada dan bagaimana pihak-pihak tersebut saling mempraktikkan kekuasaannya dalam penggunaan bahasa (Fairclough, 1995:54).

Melalui penggunaan bahasa maka pihak tertentu dapat membentuk dan melanggengkan suatu kekuasaan terhadap pihak lain yang “lemah”. Fungsi bahasa sebagai salah satu unsur wacana akan membentuk berbagai hal; pertama mengkonstruksi identitas sosial, kedua membantu mengkonstruksi relasi sosial, dan ketiga mengkonstruksi sistem pengetahuan dan kepercayaan (Fairclough, 1995:54-55). Untuk menjawab apa yang menjadi persoalan dalam paradigma kritis, analisis wacana kritis Fairclough berusaha membedahnya melalui tiga dimensi yaitu teks, *discourse practice* dan *sociocultural practice* :

1) Teks

Penekanan Fairclough mengenai teks adalah apa motivasi media melakukan pilihan bahasa tertentu dalam proses produksi teks, mengingat banyaknya pilihan kata dan kalimat. Pada dasarnya analisis teks melihat bagaimana suatu realitas direpresentasikan oleh media melalui teks berita (Fairclough, 1995:104). Fairclough (1995:25), memberikan contoh perangkat analisis teks yaitu menggunakan metode *critical linguistic* yang dipengaruhi teori semiotik sosial. Namun dalam buku tersebut juga tidak ada aturan atau patokan perangkat analisis teks seperti apa yang harus digunakan pada dimensi ini. Fairclough seperti membebaskan untuk memakai atau meminjam metode analisis teks lainnya, tetapi

analisis teks tersebut setidaknya akan menunjukkan bagaimana tiga aspek ini muncul :

TABEL 1.10 : Elemen Dasar Dalam Sebuah Teks

No	Elemen	Keterangan
1.	Representasi	Bagaimana sebuah peristiwa ditampilkan dan digambarkan dalam sebuah teks.
2.	Relasi	Bagaimana hubungan wartawan, khalayak dan partisipan berita ditampilkan dalam teks.
3.	Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.

(Sumber : Eriyanto, 2008:289)

Susunan kalimat dan pemilihan kata dalam sebuah berita sangat berperan dalam membentuk sebuah wacana tertentu. Hal ini juga bukan kebetulan semata, melainkan sengaja dilakukan untuk mengarahkan pembaca kepada suatu pandangan tertentu berdasarkan pengalaman yang pembaca itu miliki. Karena perangkat analisis teks yang dicontohkan Fairclough dirasa kurang operasional dan tafsirnya cukup luas, maka dalam dimensi teks peneliti akan menggunakan metode analisis framing Gamson-Modigliani.

Seperti telah dijelaskan dalam kerangka konsep bahwa suatu realitas dibentuk dan dikonstruksi ulang dalam sebuah berita sehingga memiliki makna tertentu. Realitas tersebut dikemas sedemikian rupa dengan “campur tangan” berbagai pihak hingga akhirnya berbentuk sebuah berita yang bisa saja *hard news*,

feature atau sekedar tajuk rencana. Menurut Ibnu Hamad (2004:22-23), adanya bentuk berita tersebut membuat sebuah realitas memiliki fakta yang ditonjolkan, disembunyikan atau bahkan dihilangkan hingga akhirnya terbentuk suatu cerita yang memiliki makna. Analisis framing dalam fungsinya sebagai salah satu metode analisis wacana berfungsi untuk menemukan “aturan dan norma” yang tersembunyi dalam teks. Perspektif dan pendekatan yang dilakukan media untuk mengkonstruksi realitas dapat diketahui untuk nantinya membantu melihat bagaimana proses pesan diorganisir, digunakan dan dipahami (Hamad, 2004:23).

“Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan pendapat umum di sisi yang lain” (Eriyanto, 2002:217). Gagasan ini menurut peneliti akan memadai jika digunakan dalam metode analisis wacana kritis Fairclough yang berpedoman pada pandangan kritis, bahwa sebuah teks dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti sejarah, sosial dan ekonomi-politik. Menurut Gamson dan Modigliani (Eriyanto, 2002:224) frame adalah “cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana”. Sebuah frame berita akan memiliki gagasan sentral dan didukung oleh perangkat wacana seperti kata, kalimat, gambar dan sebagainya (Eriyanto, 2002:225). Berangkat dari hal itu, Gamson dan Modigliani membuat perangkat framing seperti berikut ini :

TABEL 1.11 : Perangkat Framing Gamson dan Modigliani

Frame <i>Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues</i>	
Framing Devices	Reasoning Devices
Metaphors : Perumpamaan atau pengandaian	Roots : Analisis kausal atau sebab akibat
Catchphrases : Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	Appeals to principle : Premis dasar, klaim-klaim moral
Exemplaar : Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (teori/perbandingan) yang memperjelas bingkai	Consequences : Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai
Depiction : Penggambaran suatu isu yang bersifat denotatif. Umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
Visual Images : Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa foto, kartun atau grafik untuk menekankan dan mendukung pesan.	

(Sumber : Eriyanto, 2002:225)

Menurut Eriyanto (2002:228) perangkat ini bisa dibaca dari atas maupun bawah karena model ini adalah satu kesatuan arti, satu bagian menjadi dasar dari bagian lainnya. Frame merupakan sebuah perangkat ide yang terorganisir ketika

seseorang memaknai suatu isu. Pertama frame tersebut didukung dan berhubungan dengan *framing devices* yaitu perangkat yang berhubungan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita seperti kata, kalimat, gambar dan metafora (Eriyanto, 2002:226). Kedua adalah *reasoning devices* yang berhubungan dengan kohesi dan koherensi teks yang merujuk pada gagasan tertentu. Dalam sebuah teks diperlukan pembenaran dan penalaran untuk membuat suatu gagasan tampak benar, absah dan demikian adanya, itulah penjelasan dari *reasoning devices* (Eriyanto, 2002:227).

2) *Discourse Practice*

Dimensi ini berhubungan dengan produksi dan konsumsi teks. Bagaimana rutinitas redaksi dalam proses produksi berita mempengaruhi terbentuknya wacana tertentu melalui teks berita (Fairclough, 1995:58-59). Proses ini berperan penting dalam pembentukan berita, segala hal baik dari sisi internal maupun eksternal media akan saling “bertarung” pada dimensi ini. Tiga aspek penting dalam dimensi ini; pertama dari sisi individu wartawan, lalu kedua hubungan antara wartawan dengan struktur organisasi media, dan ketiga adalah rutinitas kerja dari produksi berita hingga muncul sebagai sebuah teks berita (Eriyanto, 2008:316-320). Wawancara mendalam dengan pihak redaksi *Tempo* dilakukan dalam dimensi ini untuk melihat proses produksi berita. Hal ini dilakukan untuk memenuhi unsur bahwa sebuah teks sebagai salah satu bentuk wacana bersifat historis yaitu adanya proses produksi berita. Selain itu pengumpulan data sekunder dari studi pustaka yang masih berhubungan dengan dimensi ini juga menjadi pendukung. Sementara dalam penelitian ini, untuk melihat proses

konsumsi teks akan dilakukan dengan menganalisis strategi *Tempo* dalam memilih segmen pembacanya.

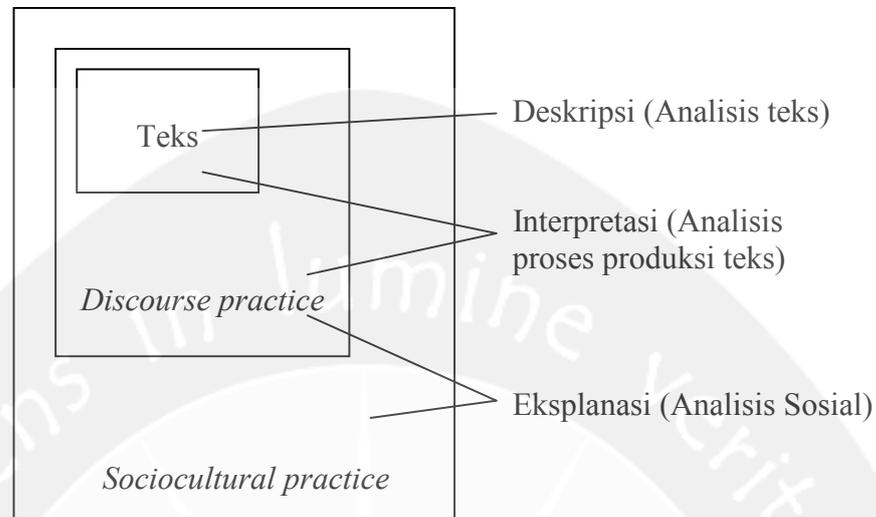
3) *Sociocultural Practice*

Dimensi ini menekankan pada aspek situasional, institusional dan sosial budaya dimana sebuah wacana berkembang. Lebih lanjut dimensi ini melihat bagaimana lingkup sosial dimana media tersebut berada turut mempengaruhi dalam terbentuknya wacana tertentu. Tiga faktor yang akan mempengaruhi dalam terbentuknya wacana adalah ekonomi (industri), politik (berhubungan dengan kekuasaan dan ideologi) serta budaya (berhubungan dengan nilai dan identitas sosial tertentu) (Fairclough, 1995:62). Untuk penelitian ini maka penekanan dilakukan pada faktor industri musik secara global dan di Indonesia yang mempengaruhi terbentuknya wacana musik tertentu.

Intertekstualitas digunakan untuk melihat keterkaitan dari tiap dimensi. Apakah *discourse practice* mempengaruhi terbentuknya teks serta hubungan keduanya dengan faktor sosial budaya di sekitar media tersebut. Intertekstualitas menurut Eriyanto (2008:305), sebuah teks merupakan hasil dari sebuah teks yang telah ada sebelumnya, setiap teks tersebut saling menanggapi dan mengantisipasi. Sementara Fairclough menganggap intertekstualitas digunakan untuk melihat teks dari sudut pandang proses produksi dan konsumsi teks, apakah hal tersebut terakulasikan dan tampak dalam teks atau tidak (Fairclough, 1995:61).

Hasil analisis dari tiap dimensi tersebut akan dilihat keterkaitannya seperti dalam bagan berikut ini :

BAGAN 1.5 : Kerangka Analisis Wacana Kritis Fairclough



(Sumber : Hamad, 2004:47)

Analisis teks menghasilkan deskripsi dari teks yang ada. Hasil analisis teks dihubungkan dengan hasil analisis *discourse practice* (wawancara media dan studi pustaka) untuk kemudian melakukan interpretasi antara teks dengan proses produksi teks. Terakhir adalah menjelaskannya dengan dimensi *sociocultural*, yaitu keadaan sosial budaya dimana media dan wacana itu berada.

H.4.2 Kerangka Metode Analisis Data

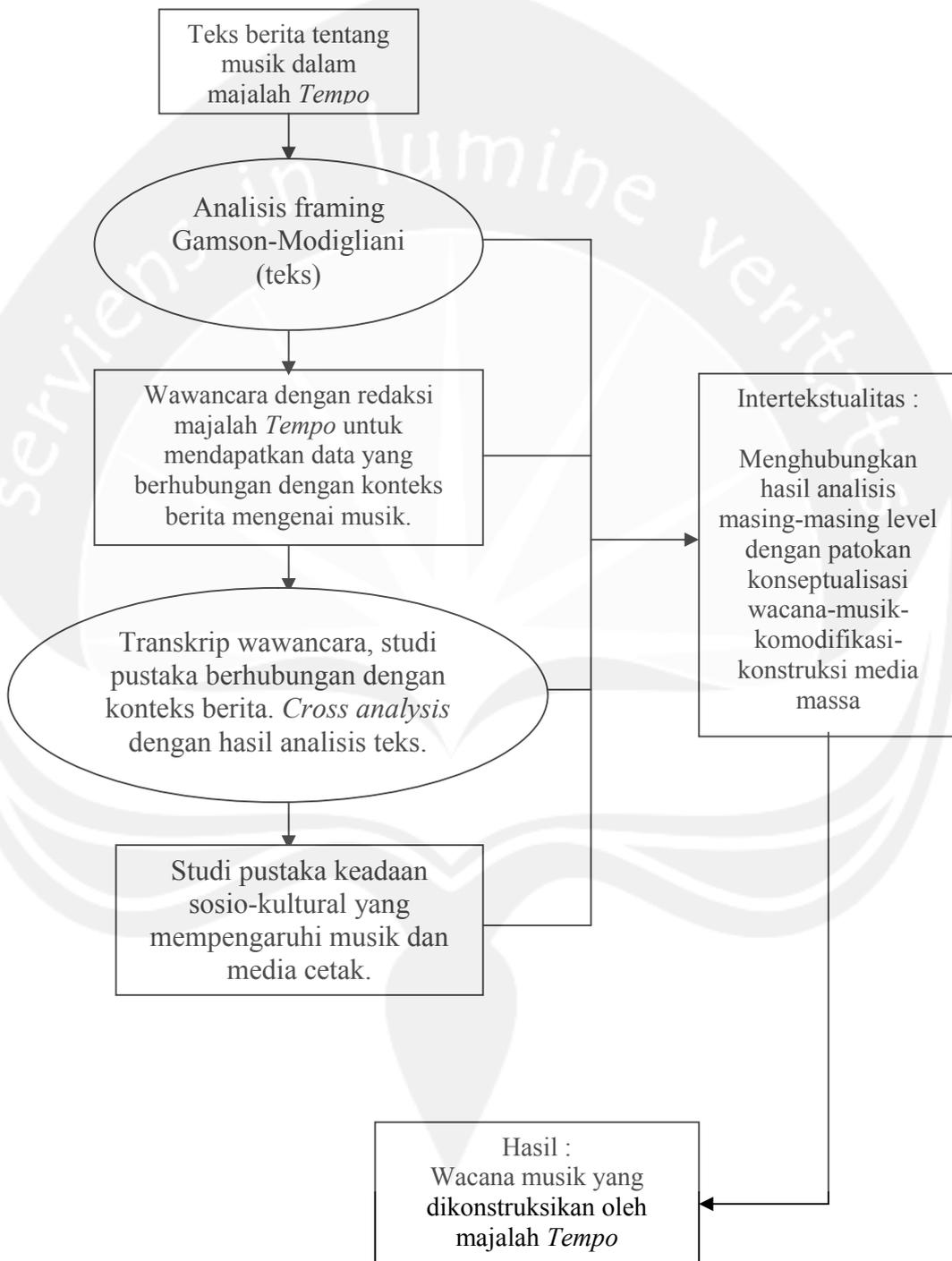
TABEL 1.12 : Level Analisis dan Metode Penelitian

No.	Dimensi Level	Level Analisis	Metode Penelitian
1.	Teks	Mikro	Analisis Framing Gamson-Modigliani
2.	<i>Discourse Practice</i>	Meso	Wawancara dengan pihak redaksi <i>Tempo</i> , ditambah dengan studi pustaka
3.	<i>Sociocultural Practice</i>	Makro	Studi pustaka dan wawancara dengan pengamat music Denny Sakrie

(Sumber : diadaptasi dari Hamad, 2004:48)

H.4.3 Kerangka Kerja Penelitian

BAGAN 1.6 : Kerangka Kerja Penelitian



Tahap awal adalah mengumpulkan berita mengenai musik dalam majalah *Tempo* dalam kurun waktu Juli 2010 hingga Juni 2011. Kemudian dilakukan analisis data secara kuantitatif meliputi frekuensi berita tentang musik, genre, dan lain-lain yang muncul dalam setiap edisi. Setelah itu dilakukan pemilihan terhadap berita yang memenuhi perangkat analisis penelitian ini. Metode analisis Gamson-Modigliani dilakukan terhadap teks untuk melihat realitas yang direpresentasikan dalam teks. Wawancara dengan *Tempo* dilakukan untuk mengetahui alasan pemilihan bahasa dan tema yang diangkat, serta melihat proses produksi berita yang mempengaruhi dalam proses pembentukan wacana. Hasil wawancara akan dihubungkan dengan hasil analisis teks (proses intertekstualitas). Gabungan hasil analisis kedua dimensi tersebut lalu dikaitkan dengan kondisi sosial budaya (industri musik) yang mempengaruhi terbentuknya wacana tentang musik. Bagaimana majalah *Tempo* menampilkan wacana nilai fungsional musik di tengah era komodifikasi musik ini akan terlihat pada akhir analisis.