

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada 17 Maret 2011 peneliti mencatat bahwa Ulil Abshar Abdalla¹ dalam akun *Twitter*-nya sekali waktu pernah berujar, “*Why do we human love to talk about what we’ve done? Because human is ‘reflective being’. To talk is to reflect.*” Sementara itu Iwan Meulia Pirus² menanggapi dengan melempar kalimat, “*Narrating is defining, and yet empowering.*” Percakapan dua orang ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam keseharian manusia. Pesan yang disampaikan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi menstimulus pemaknaan, di mana proses komunikasi yang terjalin juga bukan satu arah, melainkan dua arah, dan ada timbal balik.

Dari komunikasi yang setiap saat terjadi di kehidupan manusia, bahasa menjadi intinya. Bahasa menempati posisi yang penting sebab melalui bahasa orang-orang saling menyampaikan maksud. Makna suatu bahasa berada pada rangkaian konteks dan situasi, “*Language as only meaningful in its context of attention*” (Sobur, 2006: 10). Sebuah kalimat bisa terungkap

¹ Pria kelahiran 11 Januari 1967 di Pati, Jawa Tengah, ini dikenal publik melalui gagasan-gagasannya dalam pemikiran Islam. Hingga saat ini Ulil tergabung di Partai Demokrat sebagai Ketua Divisi Pusat Pengembangan Strategi dan Kebijakan Dewan Pimpinan Pusat, selain itu Ulil juga tergabung dalam Jaringan Islam Liberal (JIL) yang berkantor di Jl. Utan Kayu No.68 H, Jakarta Timur. Akun media sosial *twitter*-nya bisa dilihat via @ulil, sementara itu keterangan lebih lanjut mengenai sosok dan gagasan-gagasan Ulil bisa diakses pada <http://ulil.net>.

² Antropolog dan pengajar di Universitas Indonesia. Keterangan lebih lanjut dan pemikiran-pemikirannya bisa diakses melalui <http://iwan.pirous.com/> dan via *twitter* @meulia.

bukan hanya karena ada orang yang membentuknya dengan motivasi atau kepentingan subyektif tertentu (rasional atau irasional). Kalimat itu, seperti dikatakan Ariel Heryanto,

“Hanya dibentuk, hanya akan bermakna, selama ia tunduk pada sejumlah aturan gramatika yang di luar kemauan atau kendali si pembuat kalimat. Aturan-aturan kebahasaan tidak dibentuk secara individual oleh penutur yang bagaimanapun pintarnya. Bahasa selalu menjadi milik bersama di ruang publik” (Sobur, 2006: 13).

Bahasa dan maknanya jelas merupakan kerja kolektif. Komunikasi berlangsung hanya apabila ada kesepakatan dari semua pihak yang terlibat. Bahasa dan makna meniscayakan sebuah kerja sama antara yang membuat pernyataan dan yang menafsirkan. Di mata fenomenolog, bahasa bukan hanya diterima secara apa adanya tetapi ditanggapi sebagai perantara bagi pengungkapan-pengungkapan maksud-maksud dan makna-makna tertentu (Sobur, 2006: 21-22).

Untuk mengetahui sejarah tentang komunikasi itu sendiri, hendaknya kita berjingkat ke ratusan tahun yang lalu. Petikan tulisan ini peneliti rasa bisa menjelaskan bagaimana komunikasi memiliki dinamikanya sendiri, yang terikat dengan dimensi waktu dan ruang. Sebab di dalam komunikasi yang terjalin, di situlah muncul bahasa dan melahirkan pemaknaan.

Kita telah dipengaruhi oleh formula klasik yang sederhana akan tetapi terkenal dari pakar ilmu politik Amerika, Harold Laswell (1902-1978), yang menjelaskan komunikasi berdasarkan siapa yang mengatakan apa kepada siapa dengan sarana apa dengan dampak apa. ‘Apa’ (kandungan isi), ‘siapa’ (mengendalikan), ‘kepada siapa’ (para pendengar) sama-sama penting. Konteksnya juga penting. Tanggapan bermacam-macam kelompok orang terhadap apa yang mereka dengar, lihat atau baca untuk sebagian berhubungan dengan jalur sarananya.

Berapa besarnya kelompok yang berbeda-beda itu—dan apakah mereka itu dapat merupakan suatu ‘massa’—juga ada relevansinya. Bahasa massa itu timbul di sepanjang abad ke-19 dan mengingatkan kita untuk menganggap ‘kepada siapa’nya Laswell itu dari segi ‘berapa banyak’? (Briggs dan Burke, 2006: 6).

Setelah manusia menguasai percakapan sebagai medium berkomunikasi, pada tahun 35.000 SM muncullah abad bicara dan penggunaan bahasa lisan. Disusul kemudian abad penggunaan tulisan pada 5000 SM, ketika produk pertama jurnalistik dalam bentuk *news sheet* yang bersirkulasi di Roma, yakni *Acta Diurna*. *Acta Diurna* digantungkan di alun-alun kota dan merekam kejadian sosial politik kala itu. Media massa berkembang cepat terutama ketika revolusi Guttenberg, suatu era di mana mesin cetak berhasil ditemukan oleh Guttenberg pada tahun 1440. Fase ini dikenal sebagai masa peredaran sirkulasi *flying papers* (Santana, 2005: 11).

Penemuan mesin cetak Guttenberg kemudian mendorong mobilitas lebih jauh peredaran dan pengiriman informasi. Pada tahap inilah media massa mengalami perubahan yang signifikan, dengan penemuan mesin cetak perlahan-lahan namun pasti teknologi mulai menempatkan diri di tengah masyarakat bahkan mampu mengatasi keterbatasan waktu, ruang, maupun jarak. Penerimaannya pun berupa ‘massa’, mengacu pada khalayak yang berjumlah besar, heterogen, anonim, dan terpisah secara geografi (Santana, 2005: 11).

Dengan kronologis ini kita semakin menyadari bahwa komunikasi—yang di dalamnya mencuat gagasan-gagasan tentang kata dan citra—tersebar

dalam berbagai rupa sarana, seperti pidato, tulisan, media massa cetak, radio, televisi, dan internet (Briggs dan Burke, 2006: 1-2).

Di antara beragam teks di atas, peneliti memfokuskan obyek penelitian pada media massa cetak berupa surat kabar. Teks sendiri dimengerti sebagai:

*A text is traditionally understood to be a piece of written language—a whole ‘work’ such as a poem or a novel, or a relatively discrete part of a work such as a chapter. A rather broader conception has become common within discourse analysis, where a text may be either written or spoken discourse, so that, for example, the words used in a conversation (or their written transcription) constitute a text.*³

Meski kemudian penjelasan atas pengertian teks tersebut harus diperjelas oleh Fairclough. Bila sebelumnya teks dipahami sebagai padu-padan atas bahasa yang tertulis dan lisan, saat ini pada masyarakat mulai tumbuh pemahaman multisemiotika. Teks kemudian menjadi kombinasi antara bahasa dan bentuk-bentuk semiotika. Contohnya adalah teks tertulis yang juga tergabung dengan fotografi, diagram, bahkan desain grafis (Fairclough, 1995a: 4).

Membaca surat kabar *Kompas Minggu* menjadi salah satu ritual bagi peneliti di penghujung minggu. Bila memiliki waktu luang surat kabar tersebut dilahap habis, kalau tidak banyak waktu sekedar membolak-balik

³ Sebuah teks secara tradisional dimengerti sebagai sepotong bagian dari bahasa yang tertulis—seluruh bentuk ‘pekerjaan’, seperti puisi atau novel, maupun bagian yang relatif terpisah seperti babak. Konsep yang lebih luas menjadi lumrah bersamaan dengan keberadaan analisis diskursus, di mana teks bisa dimengerti sebagai diskursus yang tertulis atau terucapkan. Oleh karenanya, sebagai contoh, kata-kata yang digunakan dalam percakapan (atau dalam transkrip tertulis) juga dimaknai sebagai kesatuan teks. Perihal definisi dan wujud-wujud teks bisa digali dalam Norman Fairclough, 1995, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*, New York: Longman Publishing.

halaman dan membaca apa yang sekiranya mencolok mata, pasti dilakukan. *Kompas Minggu* peneliti pilih sebagai obyek penelitian dikarenakan kelengkapan informasi seputar sosial, budaya, media, dan gaya hidup yang ditampilkan secara menarik dengan liputan-liputan yang mendalam, "Surat kabar tidak berpretensi, bahwa pendapatnya adalah yang paling benar. Pendapat itu disajikan sebagai sekedar salah satu bahan—itu pun kalau diterima—untuk membuka cakrawala pandangan masyarakat pembacanya" (Swantoro, 1990: ix).

Penelitian yang sudah lalu juga menunjukkan bahwa *Kompas* sendiri merupakan surat kabar yang banyak dibaca, bertolak pada penjelasan di bawah ini.

Tampaknya surat kabar yang menjadi pilihan pertama khalayak adalah *Kompas*. Indikatornya adalah dengan menggunakan tiga alat ukur yang dipakai pengguna informasi. Pertama, surat kabar mana yang paling penetratif (tiras dikalikan jumlah pembaca), *Kompas* berada di nomor dua setelah *Pos Kota*. Kedua, surat kabar mana yang profil pembacanya adalah pembelanja (*spenders*) barang dan jasa terbesar dan tersebar secara *nationwide*? Adalah *Kompas*. Lalu ketiga, kalau pengiklan bertanya kepada *advertising agency*, surat kabar mana yang *the public trusts most*? Jawabannya adalah *Kompas*.⁴

Selain itu, berbagai studi dan penelitian tentang motivasi orang membaca koran dibuat di berbagai negara. Latar belakang dan penyebab yang bermacam-macam itu dapat disederhanakan menjadi beberapa, membaca

⁴ Penjelasan atas hasil penelitian ini dituangkan dalam St. Sularto (ed), 2001, *Humanisme dan Kebebasan Pers: Menyambut 70 Tahun Jakob Oetama*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, hlm. 50. Selain itu, untuk hasil survei yang lebih baru bisa dilihat pada bab II bagian deskripsi obyek penelitian, di situ digambarkan diagram-diagram presentase yang terkait dengan surat kabar *Kompas*.

koran sebagai instrumen kehidupan sehari-hari, instrumen mengikuti proses politik atau proses kemasyarakatan, dan instrumen rekreasi.

Surat kabar juga berperan layaknya ‘teman’ karena senantiasa datang pada waktu yang sama, karena senantiasa hadir. Lama-kelamaan isi, gaya, dan formatnya ikut membangun hubungan akrab sehingga koran memperoleh kepercayaan. Meski demikian, kepercayaan muncul tidak secara instan, kepercayaan merupakan hasil proses yang memakan waktu (Swantoro, 1990: xvii-xviii).

Salah satu bagian yang selalu diikuti oleh peneliti adalah rubrik TREN HIBURAN dengan subrubrik *Televisi*. Pada hakikatnya menulis berita merupakan pekerjaan menafsirkan realitas. Di subrubrik *Televisi*, konstruksi atas realitas pertelevisian Indonesia yang ditempatkan sebagai sorotan utama. Berita-beritanya berisikan, antara lain bagaimana rupa tayangan favorit pemirsa saat ini, siapakah tokoh di layar kaca yang sedang diidolakan, dan tak lupa fenomena ‘*me too media*’ atau latahnya program televisi Indonesia.

Titik berangkat industri televisi di Indonesia dimulai ketika TVRI pada tahun 1962 melakukan siaran perdana tidak lebih dari 30 menit sehari, kala itu belum terbayangkan betapa televisi pada akhirnya menjadi salah satu elemen yang sulit dihindarkan. Maraknya industri dan bisnis televisi di Indonesia berubah semenjak dirilisnya SK Menteri Penerangan No. 111 Th. 1990. Awalnya tahun 1987-1988 ketika RCTI diperkenankan melakukan

siaran menggunakan *decoder*, kemudian disusul berturut-turut SCTV (1989), TPI (1991), AN-teve (1993), dan Indosiar (1994) (Budiman, 2002: 3-4). Jumlah waktu yang dihabiskan orang-orang menonton televisi mencapai kisaran yang luar biasa.

Television is the popular cultural form of the late twentieth century. It is without doubt the world's most popular leisure activity. On the day you are reading this book, there will be around the world in excess of 3.5 billion hours spent watching television (Kubey and Csikszentmihalyi dalam Storey, 1998: 9).

Sementara bagi Garin Nugroho televisi menawarkan ideologi melalui tayangan-tayangannya yang begitu cair, mulai dari berita, fiksi, propaganda, iklan, hiburan, hingga program pendidikan. Televisi mencampuradukkan berbagai realitas pengalaman manusia yang berlainan, seperti mimpi, khayalan, histeria, kegilaan, halusinasi, ritual, kenyataan, harapan, dan angan-angan sehingga manusia kesulitan mengidentifikasi manakah pengalaman yang sebenarnya. “Ia seperti Dewa Janus, penyelamat sekaligus penghancur. Televisi adalah metamedium, instrumen yang tidak hanya mengarahkan pengetahuan tentang dunia tetapi mengarahkan kita bagaimana mendapatkan pengetahuan” (Mulyana dan Ibrahim, 1997: 3).

Di dalam masyarakat, aktivitas membaca surat kabar dan menonton televisi menjadi aktivitas yang sering dilakukan. Michel de Certeau (1984) menekankan bahwa kebiasaan sehari-hari merupakan penyibakan cara-cara masyarakat mengoperasikan sesuatu atau melakukan sesuatu. Certeau menekankan bahwa kebiasaan sehari-hari tidak seharusnya dirahasiakan,

justru seharusnya ditunjukkan, disebarkan, dan diartikulasikan dalam hidup sehari-hari.

Kebiasaan tersebut tidak secara langsung berkenaan dengan individualitas atau '*the subject*', namun berkaitan dengan mode-mode operasi atau skema dari tindakan-tindakan, atau yang disebut dengan '*the operational logic*'. Artinya, di dalam *operational logic* para pelaku (*the subject*) bisa menunjukkan secara eksplisit mode operasi seperti apa yang mereka lakukan. Dari sinilah, para pelaku bisa memunculkan karakteristik mereka dalam masyarakat sebagai konsumen.

Dalam beberapa fenomena konsumsi budaya, Certeau (dalam Budiman, 2002: 24-25) meminjam teori pragmatik yang melibatkan diri dengan prinsip-prinsip penggunaan bahasa (*the uses of language*) dan/atau tanda-tanda pada umumnya, terutama menyangkut persoalan tindak-tutur (*speech act*) atau tindak berbahasa (*the act of speaking*). Menyambung dengan pengutaraan oleh Certeau, Levinson (dalam Budiman, 2002: 25) menyebutkan bahwa setiap tuturan tidak hanya untuk menyatakan sesuatu (*to say things*), melainkan juga secara aktif dan simultan melakukan sesuatu (*to do things*). Setiap tuturan pada dasarnya berwatak performatif, menampilkan tindakan tertentu (atau melakukan sesuatu) karena adanya daya yang disebut daya ilokusi (*illocutionary force*), inilah yang diacu oleh istilah tindak-tutur.

Di dalam *The Practice of Everyday Life* (Certeau, 1984: 33; Budiman: 2002: 25-26) setiap tindak-tutur atau daya ilokusi mempunyai empat karakteristik, yakni (1) beroperasi dalam wilayah kebahasaan tertentu, (2) disesuaikan pada bahasa penuturnya, dalam arti bahwa para pemakai bahasa memiliki kemampuan menyesuaikan tuturan dengan konteksnya, (3) hadir secara relatif dalam ruang dan waktu, dan (4) memerlukan kontak dengan orang lain (interlokutor) dalam jaringan keruangan dan relasi-relasi.

Bahasa tidak lepas dari dominasi kuasa yang mengatur. Dalam teks media, kuasa terkuat diasumsikan berada pada tataran produksi, yakni dipegang oleh perusahaan-perusahaan media massa itu sendiri. Ideologi dalam media massa tidak bertindak melalui jalan yang destruktif, melainkan regulatif. Ideologi media massa turut terkandung pada teks budaya yang diproduksi hingga pada praktik konsumsi kultural oleh khalayak.

Kuasa media massa terpelihara melalui praktik-praktik sosial yang dilakukan oleh masyarakat. Praktik-praktik sosial tersebut menjadi jembatan yang menghubungkan kuasa media massa dengan pemaknaan khalayak. Bagaimana dengan pemaknaan khalayak atas apa yang mereka serap selama praktik konsumsi berlangsung? Hegemoni yang membuat khalayak terlarut dalam aktivitas membaca dan menonton sehingga menghasilkan pemaknaan yang serupa seperti yang diinginkan oleh media massa atau justru khalayak melakukan perlawanan.

Baik aktivitas membaca maupun menonton televisi berada dalam lingkup performatif sebab didorong oleh keberadaan daya ilokusi yang selalu beroperasi pada wilayah kebahasaan tertentu, bahasa disesuaikan dengan konteksnya, hadir secara nyata dalam dimensi ruang dan waktu, serta memerlukan kontak dengan lingkungan fisik dan relasi sosial dengan diri narasumber sendiri dan/atau orang lain.

Keempat karakteristik ini dapat dikenali dalam beragam aktivitas sehari-hari, termasuk membaca surat kabar dan menonton televisi. Relevansi daya ilokusi terletak pada korelasi di antara dua aktivitas dalam konsumsi kultural. Saat membaca artikel seputar televisi di *Kompas Minggu* menyulut keingintahuan narasumber melihatnya secara langsung di televisi, maupun sebaliknya. Narasumber sudah terlebih dahulu tahu seperti apa program-program televisi tersebut dan pengetahuan mereka bertambah setelah membaca ulasan program tersebut di *Kompas Minggu*.

Artikel dalam surat kabar yang menjadi obyek penelitian merupakan bentukan dari apa yang disebut sebagai reportase interpretatif. Reportase interpretatif semakin dikenal setelah PD II ketika pada th 1949 laporan *The Commission of the Freedom of The Press* di Amerika yang diketuai Robert Hutchins mengumumkan bahwa media massa mempunyai kewajiban untuk menyajikan ‘penuturan yang benar, komprehensif, dan cerdas tentang peristiwa-peristiwa sehari-hari dalam konteks yang memberikan makna’ (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 238).

Pada saat itu orang-orang mulai menyadari bahwa para reporter yang berpengalaman, yang memiliki keahlian dan pemahaman terhadap latar belakang permasalahan yang menjadi spesialisasi mereka, seharusnya berbagi pemahaman dengan masyarakat (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 238-240). Sebab teks media pada dasarnya memiliki fungsi ideologis dalam kontrol sosial dan reproduksi sosial, teks media juga beroperasi sebagai komoditas kultural dalam pasar yang kompetitif.

Teks-teks media menjadi bagian dari bisnis dari hiburan masyarakat, didesain supaya membuat masyarakat terinformasi secara politis dan sosial. Teks media merupakan artefak dari keinginan mereka supaya beroleh informasi, di saat bersamaan mereka berefleksi dan berkontribusi atas perubahan nilai-nilai budaya dan identitas mereka (Fairclough, 1995b: 47-48). Selanjutnya Fairclough menuangkan pemikiran tentang teks media seperti demikian:

“Media texts constitute a sensitive barometer of sociocultural change, and they should be seen as valuable material for researching change. Changes in society and culture manifest themselves in all their tentativeness, incompleteness, and contradictory nature in the heterogenous and shifting discursive practices of the media” (Fairclough, 1995: 52).

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana artikel televisi *Kompas Minggu* dikonsumsi oleh pembaca dan tayangan program yang diberitakan itu dikonsumsi penonton sehingga membentuk diskursus televisi?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengamati aktivitas membaca surat kabar dan menonton televisi sebagai praktik konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.
2. Untuk mengetahui relasi di antara kedua aktivitas—membaca dan menonton—dengan diskursus televisi yang terbentuk karenanya.
3. Untuk mengamati khalayak sebuah teks, yakni pembaca surat kabar dan penonton televisi dan menuangkan penemuannya secara deskriptif melalui studi etnografi.

D. MANFAAT PENELITIAN

D.1. Manfaat Teoritis

1. Mengetahui lebih dalam seluk-beluk praktik konsumsi sebuah teks dan skema tindakan-tindakan apa saja yang diperbuat oleh konsumen.
2. Menerapkan metodologi studi etnografi, tidak hanya di area antropologi melainkan juga di ilmu komunikasi.
3. Memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya, terutama untuk penelitian dengan topik televisi sebagai salah satu bagian budaya massa (*mass culture*) yang menjadi topik dalam media massa cetak.

D.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan sumbangan dalam terapan ilmu komunikasi. Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah keberagaman studi khalayak yang bisa digunakan sebagai tambahan referensi bagi para mahasiswa.
2. Memberikan pemahaman yang menyeluruh pada masyarakat bahwa praktik konsumsi tidak selalu menyangkut praktik yang negatif. Praktik konsumsi pun menjadi produksi yang terselubung dari masing-masing pengguna teks (konsumen).

E. KERANGKA TEORI

E.1. Praktik Konsumsi

Konsumsi seringkali dipahami secara sempit sebagai suatu proses atau aktivitas yang melibatkan pembelian dan pertukaran ekonomis, belum lagi dengan cap negatifnya, sebagai tindakan pemborosan (*waste*), *jor-joran* (*conspicuous*), atau pamer (*display*) (Budiman: 2002, 18).

*“To consume is to destroy. Consumption is associated with waste, with wanton dissipation, with decay. Consumptive bodies are those eaten away by disease. Fires consume. Conspicuous consumption—from the potlatch to the Polo shirt—is a waste: a public, visible, dramatic. We consume and are consumed.”*⁵

⁵ Lihat petikan ini pada Roger Silverstone, 1994, *Television and Society*, London: Routledge, hlm. 105. Dengan adanya petikan kalimat ini, peneliti hendak membandingkan antara teori konsumsi yang dipandang negatif dan bisa dimaknai secara positif. Di sini konsumsi masih terlihat sebagai bentuk pelampiasan nafsu manusia yang dipertukarkan dengan pembelian barang-barang atau jasa, tanpa melihat rentetan alur bagaimanakah sebenarnya konsumsi berasal dan bagaimana efeknya bila konsumsi dapat dimaknai secara positif.

Konsumsi yang dipahami sebagai sesuatu yang negatif itu muncul karena selama ini masyarakat telah diekspansi oleh konsep ‘*the making*’ yang berada pada tataran produksi. Padahal, mode produksi turut meninggalkan jejak-jejak konsumsi atau ‘*the use*’, meski seringkali kalah pamor dengan mode produksi sehingga meninggalkan selubung dalam mode konsumsi.

*To a rationalized, expansionist and at the same time centralized, clamorous, and spectacular production corresponds another production, called “consumption”. The later is devious, it is dispersed, but it insinuates itself everywhere, silently and almost invisibly, because it does not manifest itself through its own products, but rather through its ways of using the products imposed by a dominant economic order.*⁶

Ilustrasinya demikian, ketika citra-citra dalam televisi dan waktu yang dihabiskan di depan seperangkat material bernama televisi sudah dianalisis, aktivitas tersebut meninggalkan pertanyaan bagi konsumen apakah yang mereka lakukan selama itu. Begitu juga dengan ribuan orang yang membeli majalah, surat kabar, para pelanggan di dalam pusat perbelanjaan, praktisi urban space, “*What do they make of what they absorb, receive, and pay for? What do they do with it?*” (Certeau, 1984: 31).

⁶ Pandangan Michel de Certeau tentang praktek konsumsi dalam kehidupan sehari-hari dijabarkan pada bukunya yang berjudul *The Practice of Everyday Life*, 1984, Berkeley: University of California Press, hlm. xiii-xiv. Setelah sebelumnya peneliti menampilkan teori konsumsi yang dipandang negatif, dengan keberadaan penjelasan ini peneliti bermaksud memperlihatkan konsumsi secara positif dengan menyadari alur kemunculannya dalam teks-teks budaya. Maka, secara sederhana konsumsi dalam penelitian ini dimengerti sebagai *way of using*.

E.2. Diskursus (wacana)

Gadis Arivia (dalam Macdonell, 2005: x) menjelaskan bahwa teori diskursus bermula saat posstrukturalis mengkritik strukturalis yang mempertahankan *speaking subject* dan tidak melihat bahasa sebagai sistem yang terkait dengan konteks.

Saat itu—seturut dengan gagasan beberapa ahli—Roland Barthes ingin mengembalikan sebuah teks pada lokasinya, bahasanya yang mengandung kutipan, repetisi, referensi, batasan-batasan yang dilanggar. Jadi, setiap pembaca secara bebas masuk ke dalam teks dari berbagai arah, dan tentunya tidak ada jalan yang paling benar. Subyek ‘I’ yang membaca menurut Barthes membawa teks-teks ‘lainnya’ dan kemudian melakukan produksi dan reproduksi berulang kali (Macdonell, 2005: ix). Sementara itu, bagi Hall (dalam Bennett and Frow, 2008: 674) istilah ‘*discourse*’ merujuk pada kapasitas sumber-sumber pembentuk makna yang menyusun realitas sosial, membentuk pengetahuan dan identitas bersamaan dengan konteks sosial yang spesifik dan relasi kekuasaan.

Fairclough (1995b: 54) melihat *discourse* sebagai konsep yang digunakan, baik oleh ilmuwan sosial, analisator, dan ahli linguistik. *Discourse* merujuk pada penggunaan bahasa baik tertulis maupun lisan, meski Fairclough juga memperluas penggunaannya dalam tipe-tipe semiotika, seperti citra visual yang terdapat pada foto, film, video, diagram, dan komunikasi nonverbal seperti gestur. Diskursus dalam bahasa dipakai guna

merepresentasikan praktik yang terberikan secara sosial dari sudut pandang tertentu.

Dialog merupakan syarat utama diskursus, semua percakapan dan penulisan selalu bersifat sosial, di mana pernyataan yang dibentuk, kata dan makna yang kemudian digunakan, semuanya tergantung pada tempat dan kegunaan (di mana dan untuk apa pernyataan tersebut dibuat). Oleh karena itu, suatu diskursus sebagai bidang tertentu dari penggunaan bahasa bisa dikenali melalui institusi-institusi yang terkait dan posisi dari mana diskursus tersebut dihasilkan. Apa pun tandanya, makna dapat dianggap sebagai bagian dari diskursus. Makna dilahirkan dalam proses teknik, pranata, pola tingkah laku umum, dalam bentuk transmisi dan difusi, serta pedagogi (Macdonell, 2005: xviii-xxi).

Salah satu dari konsep Foucault adalah penjabaran hubungan antara pengetahuan dan kekuasaan, baginya kekuasaan selalu terakulasikan melalui pengetahuan dan pengetahuan mempunyai efek kuasa. Penyelenggaraan kekuasaan, menurut Foucault, selalu memproduksi pengetahuan sebagai basis dari kekuasaannya (Eriyanto, 2008: 66).

“In the sense, the Foucauldian concept of discourse sets up a constitutive relationship between meaning and power in social practice. Every move to meaning-making comes about from a position of power—power both structuring and structured by the social positions available within the practice. And every move to meaning-making makes a claim to truth precisely from that power position that enunciates it; this is not the truth but always a truth effect, a truth that seeks to re-constitute and re-establish power through meaning.” (Bennet and Frow (eds), 2008: 674-675).

Tidak ada pengetahuan tanpa kuasa dan sebaliknya. Kuasa tidak bekerja melalui penindasan atau represi, melainkan melalui transformasi dan regulasi. Kuasa mereproduksi realitas, mereproduksi lingkup obyek, dan ritus kebenaran. Strategi kuasa tidak bekerja dalam penindasan, melainkan melalui normalisasi dan regulasi, menghukum dan membentuk publik yang disiplin. Publik tidak dikontrol lewat kekuasaan yang bersifat fisik tapi dikontrol, diatur, dan didisiplinkan lewat wacana (Eriyanto, 2008: 67).

F. KERANGKA KONSEP

F.1. Berita

Berita merupakan laporan mengenai fakta, peristiwa, maupun pendapat lalu dipublikasikan melalui media massa secara periodik. Berita harus faktual, bahwa berita harus ditulis berdasarkan hal yang benar terjadi, bukan karangan atau mengada-ada. Sementara aktual berarti baru saja terjadi dan masih hangat untuk diperbincangkan (Wahyudi, 1985: 39).

Pembaca pada umumnya mengharapkan berita yang bisa memenuhi apa yang mereka harapkan, yakni berita melaporkan adanya bahaya fisik yang mengancam kehidupan, seperti tindak kekerasan, bencana alam, dan penyakit. Kemudian berita yang mengungkapkan ancaman atau tekanan terhadap kebebasan seseorang, semacam penahanan tanpa melalui saluran hukum, pengusuran, ketidakadilan ekonomi, dan sebagainya. Pembaca juga berharap supaya pemberitaan dalam media massa dapat menambah pengetahuan dan memperbaiki kedudukan ekonomi dan sosial mereka. Selain

itu, berita diharapkan mengandung upaya guna mengungkapkan perkembangan sekaligus penghambat dalam peningkatan dalam kehidupan, seperti kemajuan di bidang kesehatan, budaya, sosial, dan sebagainya, juga kemerosotan-kemerosotan yang terjadi (Siregar dkk, 2009: 20).

Operasionalisasi dari proses produksi berita berujung pada kemampuan pekerja media dalam memilih beragam peristiwa sehingga layak diberitakan. Ada ukuran-ukuran profesional yang digunakan untuk memilah-milah, yang dinamakan sebagai nilai berita. Nilai berita secara umum dijabarkan menjadi (Setiati, 2009: 12):

1. *Significance*, di mana peristiwa itu diangkat menjadi berita ketika mempengaruhi kehidupan orang banyak atau berdampak pada hidup pembaca.
2. *Magnitude*, bersangkutan dengan kuantitas berupa angka-angka yang berarti lebih bagi masyarakat.
3. *Timeliness*, yaitu suatu kejadian yang berkaitan dengan unsur kebaruan.
4. *Proximity*, peristiwa layak menjadi berita bila dekat dengan pembaca, kedekatan tersebut bisa dilihat dari aspek geografis atau emosi.
5. *Prominence/human interest*, peristiwa yang diangkat menjadi berita ketika lebih banyak mengandung sentuhan rasa, seperti haru, sedih, dan beragam emosi lain yang menguras emosi pembaca.

F.2. Reportase Interpretatif

Penjelasan tentang reportase interpretatif bagi Charnley (dalam Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 237) diwakili dengan pernyataanya, “*Reporters count how many times an audience applauds a speaker. Analysts study what gets applause and try to figure out why.*” Perbedaan berita biasa dengan reportase interpretatif adalah adanya pembubuhan interpretasi di dalamnya, di mana era sekarang jurnalis mencoba menjelaskan ‘mengapa’ sesuatu itu terjadi.

Reportase interpretatif dihasilkan melampaui nilai-nilai berita tradisional seperti kedekatan (*proximity*), aktualitas (*timeliness*), dan konflik (*conflict*), yang merupakan dasar untuk menetapkan berita-berita apa saja yang layak dimuat. Saat ini berita mengisinya dengan aspek-aspek bagaimana dan mengapa dari setiap isu yang diangkat. Sebagian besar berita interpretatif tampaknya memang seperti penjelasan saja, berita-berita interpretatif seakan sederhana. Padahal, dibutuhkan waktu berjam-jam untuk mempelajari dan menganalisis sebelum menuliskan dalam bentuk berita akhir. Jurnalis membuat dulu rancangan berita, konsep awal, dan revisi-revisinya ditulis kembali untuk membuat interpretasinya itu mudah dimengerti (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 242-244).

Jurnalis yang berpengalaman, memiliki keahlian, pemahaman atas latar belakang permasalahan-permasalahan yang menjadi spesialisasi mereka, seharusnya berbagi pemahaman ini dengan masyarakat. Berdasarkan pikiran

tersebut, maka tipe-tipe reportase interpretatif seperti komentar berita (*news commentary*), analisis berita (*news analysis*), dan berita-berita yang mengungkapkan latar belakang berita (*news background*) seringkali muncul berdampingan dengan berita *straight* (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006: 240).

F.3. Pertelevision di Indonesia

Garin Nugroho membagi industri pertelevisian di Indonesia menjadi beberapa periode (Mulyana dan Ibrahim, 1997: 26-29):

1. Periode pertama pada tahun 1990-1995. Periode ini ditandai saat RCTI tidak lagi menggunakan *decoder* sehingga siarannya bisa ditangkap umum. Pada tahun-tahun ini dikenal sebagai periode ‘mengenal dan belajar industri televisi’ dan memiliki beberapa ciri-ciri. Pertama, dilihat dari sisi sumber daya manusia, inilah fase transformasi awal mengenal aneka aspek industri televisi, mulai dari jenis program, cara kerja, hingga penjadwalan.

Kedua adalah fase adaptasi jenis program dari luar negeri yang diterapkan sesuai dengan situasi lokal, baik dari isi maupun cara kerja. Bahwa hampir 99% kuis, iklan, hingga sinetron adalah hasil adaptasi luar negeri. Televisi Indonesia melakukan transformasi teknologi multimedia, meski masih sebatas skala praktis penggunaan, belum pada filosofi dasar teknologinya. Di sisi lain, masyarakat mendapat tontonan baru dalam waktu senggang mereka yang bisa langsung hadir di rumah mereka.

Akibatnya televisi menjadi pusat perhatian. Masalahnya, tradisi ‘membaca’ televisi belum disertai dengan kemampuan selektivitas yang didukung wawasan atau peran televisi.

2. Periode kedua, tahun 1996-2001. Masa ini bisa disebut sebagai periode penyiaran umum menuju sifat khusus, yakni mulai muncul penyiaran melalui penggunaan kabel atau satelit untuk saluran khusus, seperti kartun, olahraga, dan sebagainya. Contoh nyata adalah hadirnya *Indovision*. Pada periode ini tradisi adaptasi terus meluas sebagai jalan praktis memenuhi jumlah program yang dituntut dengan standarisasi keterampilan kemasan industri. Oleh karena itu, tantangan pada periode kedua adalah mengubah kemampuan adaptasi menjadi transformasi penguasaan esensi sistem nilai industri, keterampilan, dan metode. Jika proses ini tidak berkembang, televisi Indonesia tidak lebih sebagai ruang peniruan dari wajah televisi berbagai negara.

F.4. Khalayak

Konsep tentang khalayak sudah ada sebelum penemuan media dalam komunikasi massa, kala itu khalayak dideskripsikan sebagai sekumpulan orang yang menonton pertunjukan, antara lain drama, permainan, atau lelucon. Konsep khalayak ini bercirikan dengan sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat pada waktu bersamaan. Kehadiran khalayak pada pertunjukan sudah bisa dipastikan, bahkan beberapa pertunjukan sudah bisa

mematok siapa khalayaknya atas dasar status sosial. Pada era ini, komunikator pesan dan khalayak berada pada tempat dan waktu yang sama sehingga komunikasi yang terbangun adalah komunikasi langsung (McQuail, 1997: 202).

Perubahan terjadi ketika terjadi perkembangan dalam komunikasi massa yang diawali dengan penemuan mesin cetak Guttenberg yang memungkinkan media cetak tersebar luas pada banyak orang dalam waktu bersamaan. Konsep khalayak yang semula terikat dengan dimensi waktu dan ruang berubah, khalayak dalam komunikasi massa adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa atau penonton media massa. Mereka bisa saja tidak berada di tempat dan waktu yang sama tapi bisa memperoleh informasi yang sama (McQuail, 1997: 202).

F.5. Membaca sebagai Praktik Konsumsi

Dengan fokus yang sudah melampaui batas budaya kontemporer dan konsumsi di dalamnya—termasuk membaca—Certeau menyebutkan bahwa masyarakat telah terbentuk oleh penglihatan (*vision*) dan membaca nampaknya menyusun perkembangan pasivitas yang ditujukan pada karakteristik konsumen, *“Reading seems to constitute the maximal development of the passivity assumed to characterize the consumer, who is conceived of as a voyeur in a show-biz society”*. Konsumen didorong dan dikuatkan oleh perkembangan pembacaan tersebut sehingga bisa

mensubstitusi tindakan konsumsi lain yang sebanding dengan mode produksi, yakni menulis. Aktivitas membaca menjadi mutasi dari sebuah teks yang bisa ‘dihuni’ oleh pembacanya (*habitable*) dan didorong oleh generasi teknokrasi-produktivis, teks tidak lagi berperan sebagai referensi saja, melainkan keseluruhan masyarakat yang dituangkan ke dalamnya, ke dalam produksi anonim. (http://www.eng.fju.edu.tw/Literary_Criticism/cultural_studies/decerveau.htm#cb)

In reality, the activity of reading has on the contrary all the characteristics of a silent production: the drift across the page, the metamorphosis of the text affected by the wandering eyes of the reader, the improvisation and expectation of meanings inferred from a few words, leaps over written spaces in an ephemeral dance. But since he is incapable of stockpiling (unless he writes or records), the reader cannot protect himself against the erosion of time (while reading, he forgets himself and he forgets what he has read) unless he buys the object (book, image) which is no more than a substitute (the spoor or promise) of moments “lost” in reading. He insinuates into another person’s text the ruses of pleasure and appropriation: he poaches on it, is transported into it, pluralizes himself in it like the internal rumblings of one’s body. Ruse, metaphor, arrangement, this production is also an “invention” of the memory. Words become the outlet or product of silent histories.⁷

⁷ Penjelasan oleh Michel de Certeau mengenai aktivitas keseharian yang sering dilakukan oleh masyarakat, salah satunya adalah membaca. Dalam aktivitas membaca bisa terungkap bagaimana praktek konsumsi kultural berlangsung. Pada penelitian ini, peneliti mengerucutkan pada teks budaya berupa surat kabar *Kompas Minggu*, maka penjabaran aktivitas membaca di atas bisa terapkan saat para pembaca membaca *Kompas Minggu*. Lihat Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, 1984, Berkeley: University of California Press, hlm. xxi.

F.6. Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi

Penjelasan pada bagian ini tepat bila peneliti mengutip paragraf awal dari sebuah artikel yang ditulis oleh Nuraini Juliastuti.⁸

Televisi memang telah jadi perhatian studi-studi kebudayaan sejak lama, dan menurut saya memang tidak ada media lain yang menyamai televisi dalam hal besarnya volume teks-teks budaya populer yang dihasilkan. Rasanya, televisi selalu mampu melahirkan bagian-bagian baru yang menarik untuk diamati dan dianalisa, mulai dari siaran berita, iklan televisi, sinetron, film televisi, *talk show*, kuis-kuis, acara musik, dan sebagainya. Dengan demikian televisi juga merupakan ruang eksperimen yang menarik bagi para ilmuwan sosial untuk mencobakan berbagai macam metode dan teori sebagai pisau dan alat-alat untuk menganalisa persoalan kebudayaan. Karenanya, banyak hal yang harus dipahami dari televisi. Mulai dari teks, hubungan antara teks dan penonton, aspek ekonomi-politik yang melingkupinya, hubungan televisi dengan aspek-aspek lain diluarnya, sampai pola makna budaya yang ada dalam televisi.

Begitu banyak peluang atas kajian televisi yang bisa dimunculkan dalam banyak penelitian, di sini peneliti mencoba melihat dari sisi khalayak yang melakukan aktivitas menonton televisi. Kajian atas aktivitas tertentu berupa menonton televisi berawal dari pemahaman mengenai fenomena konsumsi budaya (*cultural consumption*) yang kemudian melahirkan gagasan atas aktivitas menonton televisi sebagai praktik konsumsi (Budiman, 2002: vi, viii).

Merujuk pada sejarah pertelevisian, aktivitas menonton televisi berkembang sebagai rutinitas yang sulit dihindari dalam keseharian

⁸ Penjelasan tentang televisi ini diperoleh artikel yang tercetak di *newsletter* KUNCI Cultural Studies Center. Artikel yang berjudul “*Dalam Ruang Pribadi Penonton: Romantisme dan Ekonomi Politik Sinetron Indonesia*” ditulis oleh Nuraini Juliastuti, 22 Juli 2009. Untuk <http://kunci.or.id/articles/dalam-ruang-pribadi-penonton-romantisme-dan-ekonomi-politik-sinetron-indonesia-oleh-nuraini-juliastuti/>

masyarakat Indonesia berawal dari lima dekade lalu. Kala itu, pada tahun 1962, TVRI melakukan siaran perdana tidak lebih dari 30 menit sehari. Diikuti dengan rilisnya SK Menteri Penerangan No. 111 Th. 1990, lalu tahun 1987-1988 ketika RCTI melakukan siaran menggunakan *decoder*, disusul berturut-turut SCTV (1989), TPI (1991), AN-teve (1993), dan Indosiar (1994) (Budiman, 2002: 3-4).

Aktivitas menonton televisi bisa berbeda pada masing-masing penonton, perbedaan-perbedaan itu mungkin berkaitan dengan preferensi program, cara dan gaya menonton, tingkat perhatian (*attention*) yang diberikan, lingkungan atau ruang tempat menonton, dan tataran pemahaman (Budiman, 2002: 8-10).

Mode konsumsi atas produk-produk budaya tidak lagi menjadi proses yang bersifat pribadi, atomik, dan pasif, melainkan menjadi suatu proses yang bersifat sosial, relasional, dan aktif. Proses ini sejalan dengan tiga ciri dari aktivitas yang menjadi bagian dari arena praktik, yaitu praktik konsumsi televisi tidak terpisahkan dari konteks spasio-temporal, merupakan praktik yang memiliki sifat cair (*fluidity*) dan tidak menentu atau spontan (*indeterminacy*), dan seringkali berjalan tanpa sepenuhnya disadari oleh pelaku (Budiman, 2002: 22-23).

Menonton televisi, demikian juga dengan aktivitas konsumsi yang lain, merupakan proses yang aktif. Proses aktif yang terjadi baik antarpartisipan (penonton) maupun antara partisipan dengan televisi, di mana

audiens tidak hanya berperan sebagai pihak yang aktif memilih aneka material yang tersedia bagi mereka, melainkan juga aktif menggunakan, memberikan penafsiran, dan mengawasandi (*decoding*) material-material yang dikonsumsi. Oleh karenanya, seperti yang diungkapkan Kris Budiman:

Menonton televisi bukanlah sekedar aktivitas menyrotkan mata ke arah layar kaca, melainkan bersifat multi-faset dan kaya dimensi. Penonton-penonton televisi tidak hanya membuat interpretasinya sendiri, melainkan juga mengkonstruksikan situasi-situasi dan cara-cara praktik menonton itu dilakukan pada saatnya sebagai suatu tahap di dalam proses komunikasi.⁹

Dalam proses komunikasi bermedia—pada kasus ini komunikasi televisual—konsumsi disepadankan dengan tindakan membaca (*reading*) dan mengawasandi (*decoding*), "*Reading (an image or a text), moreover, seems to constitute the maximal development of the passivity assumed to characterize the consumer, who is conceived of as a voyeur (whether troglodytic or itinerant) in a show biz society,*" (Certeau, 1984: xxi). Hal ini menandakan bahwa di dalam komunikasi televisual tersusun atas momen-momen yang saling terkait namun berbeda dan relatif otonom, yakni produksi, sirkulasi, konsumsi (penerimaan dan pemakaian), dan reproduksi. Di sinilah menonton televisi memiliki momen konsumsi, yang bagi Michel de Certeau diyakini sebagai fokus penting dalam budaya kontemporer

⁹ Penelitian yang mengamati aktivitas menonton televisi sebagai praktek konsumsi sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Kris Budiman, di mana hasil dari penelitian dibukukan dalam karyanya *Di Depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi*, 2002, Yogyakarta: Galang Press. Dari buku ini juga peneliti menemukan inspirasi untuk melakukan penelitian dengan topik diskursus televisi.

(Budiman, 2001: 21), *“The analysis of the images broadcast by television (representation) and of the time spent watching television (behavior) should be complemented by a study of what the cultural consumer “makes” or “does” during this time and with these images.”*

F.7. Ideologi, Makna, dan Kuasa

“Language is also a medium of domination and power.” Penjelasan konseptual atas bentuk-bentuk pengendalian ini ditekankan oleh Antonio Gramsci. Gramsci menawarkan istilah ‘hegemoni’ (*hegemony*) yang diperhadapkan dengan istilah ‘kekuatan’ (*force*). Jika ‘kekuatan’ diartikan sebagai penggunaan daya paksa untuk membuat orang banyak mengikuti dan mematuhi syarat-syarat suatu cara produksi tertentu, maka ‘hegemoni’ berarti perluasan dan pelestarian ‘kepatuhan aktif’ dari kelompok-kelompok yang didominasi oleh kelas berkuasa lewat penggunaan kepemimpinan intelektual, moral, dan politik yang berwujud dalam bentuk-bentuk kooptasi institusional dan manipulasi sistemis atas teks dan tafsirnya (Latif dan Ibrahim (eds), 1996: 16).

Makna tidak muncul hanya pada teks, melainkan juga dari interaksi di antara teks dan audiens. Produksi makna bersifat dinamis, dan makna itu sendiri bersifat polisemi, di mana setiap orang bisa memaknai secara berbeda. Selanjutnya tanda-tanda yang berada di sekeliling masyarakat juga

mengandung makna, yang lebih lanjut berkaitan dengan ideologi, “... *ideology works to produce meaning through signs*” (Fiske, 1982: 167).

Raymond Williams (dalam Fiske, 1982: 165) menekankan tiga pokok utama dalam ideologi yaitu:

1. Sebuah sistem tentang karakteristik kepercayaan di dalam kelas atau kelompok khusus, dengan demikian ideologi ditentukan bukan oleh individu melainkan oleh masyarakat. Ideologi digunakan untuk merujuk pada bagaimanakah sikap terorganisasi di dalam pola-pola yang koheren. Ideologi terdeterminasi oleh masyarakat dan bukan individu.
2. Sebuah sistem tentang kepercayaan yang bersifat ilusi, di mana ide-ide maupun kesadaran-kesadaran yang salah atau kesadaran palsu (*false consciousness*) diperkuat oleh *ruling class* dan kemudian dipropagandakan kepada *working class*.
3. Proses general tentang produksi makna dan ide-ide. Ideologi di sini merujuk pada deskripsi produksi makna secara sosial, yang mengacu pada *second-order meanings*.

G. METODOLOGI

G.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bisa dikategorikan sebagai penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretatif yang menggunakan penafsiran dan melibatkan penggunaan metode dalam menelaah masalah penelitian.

Penggunaan berbagai metode, yang kerap disebut triangulasi, bertujuan supaya peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (holistik) mengenai topik yang diteliti (Mulyana dan Solatun (eds), 2007: 5). Penelitian kualitatif dalam *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (1991: 2) memiliki tujuan menempatkan riset komunikasi massa di dalam kerangka kerja yang lebih luas dengan memfokuskan pada peran bahasa bagi manusia, kesadaran, dan praktik kultural dalam kehidupan sosial sehari-hari. Sebagai hasilnya, “*Qualitative analysis focuses on the occurrence of its analytica objects in a particular context, as opposed to the recurrence of formally similar elements in different contexts*” (Jensen and Jankowski (eds), 1991: 4).

Lebih lanjut penelitian kualitatif yang penulis gunakan masuk dalam kategori penelitian berparadigma kritis. Dalam paradigma kritis realitas dipandang sebagai sesuatu yang bersifat historis, realitas terbentuk oleh banyak faktor, antara lain: faktor sosial, politik, budaya, ekonomi, etnis, gender, dan semua ini mengalami kristalisasi seiring waktu berjalan (Audifax, 2008: 26).

Dengan tautan kata ‘kritis’ maka di dalam sebuah penelitian hendaknya digerakkan oleh fokus berupa pencarian suatu kontradiksi yang tersembunyi di balik ideologi, demi membuka ruang bagi suara-suara yang terbungkam kekuasaan (Audifax, 2008: 31). Sebab dalam setiap diskursus yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan, atau apa pun tidak dipandang

sebagai sesuatu yang wajar, alamiah, dan netral namun terbentuk melalui pertarungan kekuasaan (Eriyanto, 2008: 11). Pertarungan kekuasaan di sini juga terjadi di media massa. Media massa tidak dipandang secara sederhana sebagai refleksi atas konsensus, melainkan media mereproduksi dan memapankan definisi dari situasi yang melegitimasi suatu struktur, mendukung tindakan, dan mendeligitimasi tindakan lain (Eriyanto, 2008: 28).

Critical approaches align themselves with the post-Enlightenment philosophical tradition of situating research in its social context to consider how knowledge is shaped by the values of human agents and communities, implicated in power differences, and favorable for democratizing relationships and institutions.

G.2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian untuk aktivitas membaca dikhususkan pada delapan buah artikel yang mengangkat topik pertelevisian Indonesia, seperti yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Keterangan obyek penelitian

TANGGAL	JUDUL BERITA	INTI BERITA	PENULIS
28 Maret 2010	<i>Rasa Melayu</i> “ <i>Upin & Ipin</i> ”	Fenomena serial animasi anak-anak yang diproduksi oleh Malaysia, yakni <i>Upin & Ipin</i> yang digemari di Indonesia.	Budi Suwarna
29 Agustus 2010	<i>Ini Kartun India</i> “ <i>Acha... Acha...</i> ”	Menyoroti kemunculan animasi buatan India di layar televisi.	Budi Suwarna
2 Januari 2011	<i>Yang Bawel, Yang Laris</i>	Menggambarkan bagaimana Asri Welas dan Rizna Nyctagina populer dan makin dikenali masyarakat melalui program yang	Budi Suwarna

		mereka bawakan, yakni <i>Ngulik dan Online</i> .	
16 Januari 2011	<i>Berita dalam Segelas Leci</i>	Berita tentang fenomena <i>news</i> dan <i>entertainment</i> yang dibalut menjadi satu kemasan dalam program <i>8-11 Show</i> di <i>Metro TV</i> .	Budi Suwarna
13 Februari	<i>Energi Kehidupan dari Tempat Tidur</i>	Menceritakan kisah di balik pembuatan program <i>Ketemu Pepenk</i> .	(WKM)
27 Maret 2011	<i>Menertawai Berita di Beritawa</i>	Mengulik program acara yang memparodikan tayangan berita televisi.	(XAR)
17 April 2011	<i>Fenomena Noorman: Memupus Citra Garang Polisi</i>	Artikel yang membahas sosok polisi yang sedang digemari masyarakat Indonesia.	Sarie Febriane
1 Mei 2011	<i>Tawa Segar Lenong Politik</i>	Program <i>Lenong Politik</i> di <i>TV One</i> yang digambarkan mengkritik carut-marut kondisi politik Indonesia dengan gaya lenong.	Mawar Kusuma

Sementara untuk aktivitas menonton televisi, dari delapan artikel tersebut peneliti hanya memfokuskan pada empat program televisi. Jadi tidak semua program televisi yang pernah diberitakan hendak diteliti, peneliti hanya memfokuskan pada *8-11 Show*, *Beritawa*, *Ngulik*, dan *Online*.

Tabel 2. Obyek penelitian

JUDUL BERITA	NAMA PROGRAM	JADWAL TAYANG	STASIUN TV	TIPE PROGRAM
2 Januari 2011: <i>Yang Bawel, Yang Laris</i>	<i>Ngulik dan Online</i>	Setiap Sabtu dan Minggu pk 12.30-13.00 (<i>Ngulik</i>), Sabtu dan Minggu pk 13.00-14.00 (<i>Online</i>)	<i>Trans TV</i>	Bincang-bincang (<i>on the spot</i>)
16 Januari 2011: <i>Berita dalam</i>	<i>8-11 Show</i>	Setiap Senin-Jumat pk 18.00-18.30	<i>Metro TV</i>	<i>Variety Show</i>

<i>Segelas Leci</i>				
27 Maret 2011: <i>Menertawai Berita di Beritawa</i>	<i>Beritawa</i>	Setiap Senin dan Selasa pk 18.00- 18.30	<i>TV 7</i>	Komedi

Pemilihan obyek penelitian ini berdasarkan *purposive sampling*, di mana pengambilan obyek tidak bisa sembarangan. Bagi Pawito (2007: 86-88) dalam penelitian kualitatif yang perlu ditekankan adalah keterwakilan (*representativeness*) informasi atau data, yang disertai juga dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu (*purposal selection*) sesuai dengan tujuan dari penelitian. “Oleh karena itu, sifat metode *sampling* dari penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah *purposive sampling*” (Pawito, 2007: 88).

Artikel televisi, akhirnya dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan. Pertama, berkaitan dengan keterwakilan (*representativeness*). Hal ini disebabkan dalam rentang waktu empat minggu *Kompas Minggu* tidak selalu menampilkan berita tentang televisi dalam rubrik TREN HIBURAN mereka dan disesuaikan dengan ulasan program televisi yang memang ditonton oleh narasumber.

Selain itu, berdasar pada hasil penelitian oleh Kris Budiman (2002: 116) dijelaskan bahwa perbedaan preferensi atas tipe-tipe program televisi berkesesuaian dengan perbedaan pada tataran sosial, terutama menyangkut perbedaan gender, usia atau generasi, dan status. Salah satu poin yang ditekankan dalam penelitian ini karena menyangkut latar belakang

narasumber adalah mahasiswa, maka tataran usia menjadi pertimbangan.

Usia 20-30 tahun merupakan usia rata-rata narasumber.

Kris Budiman (2002: 114) menjelaskannya dengan memberikan penilaian dari poin 0 hingga 5, lawak menempati posisi tertinggi dengan poin 5, *variety show* dengan poin 4. Sementara poin 3 tersebar dalam berbagai tipe program, yakni drama-silat, komedi, program informasi berita dan selebriti, serta musik pop. Kemudian pada poin 2 ada kartun, program olah raga seperti sepak bola, tinju, dan tenis, kuis, serta program musik anak-anak. Poin kedua dari bawah, yakni poin 1 ditempati oleh program bertema keluarga dan poin paling bawah oleh program seni tradisional.

Televisi merupakan wujud utama komunikasi, sumber atas pemahaman sosial, dan menjadi koneksi dari gaya hidup yang berada di luar, karena itulah televisi menjadi sorotan utama dalam kajian kultural (*cultural studies*), dan itulah mengapa muncul istilah *television culture*. Merujuk pada pernyataan Jowett and O'Donnell perihal kebudayaan:

“...actual practices and customs, languages, beliefs, forms of representation, and a system of formal and informal rules that tell people how to behave most of the time and enable people to make sense of their world through a certain amount of shared meanings and recognition of different meanings” (O'Donnell, 2007: 149).

G.3. Subyek Penelitian

Narasumber adalah tiga orang narasumber yang melakukan aktivitas mereka dalam kehidupan sehari-hari, terutama di hari Minggu, dengan membaca artikel televisi dari surat kabar *Kompas Minggu*. Mereka juga menonton

empat program televisi yang dijadikan obyek penelitian, yakni *8-11 Show*, *Beritawa*, *Ngulik*, dan *Online*. Ketiga narasumber tersebut adalah Christina Liapradipta (Dipta), Widyastuti (Pungky), dan Irene Pramatreize (Irene).¹⁰

Baik Dipta, Pungky, dan Irene membaca kedelapan artikel televisi yang dimuat di *Kompas Minggu*. Namun, mereka tidak menonton kedelapan program televisi yang dimuat di artikel, maka peneliti memutuskan untuk menyempitkan menjadi empat program televisi saja yang benar-benar ditonton oleh ketiga narasumber. Dipta menonton *8-11 Show*, Pungky menonton *Beritawa*, sedangkan *Ngulik* dan *Online* disaksikan oleh Irene.

Dengan demikian pemilihan ketiga narasumber ini cukup mewakili atas apa yang dihasilkan penelitian sebelumnya oleh Kris Budiman dalam *Di Depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi* (2002: 28) bahwa dalam pemilihan ketiga narasumber sebagai satuan-satuan dasar konsumsi, peneliti mempertimbangkan potensi *opportunity to learn* yang bisa dicapai. Potensi inilah yang menjadi kriteria penting dalam studi etnografi yang dilakukan oleh peneliti, sebab dalam penelitian ini lebih dipentingkan kualitas daripada kuantitas narasumbernya.

Oleh karena teks yang diteliti mengangkat topik tentang televisi Indonesia, maka para pembaca bersama-sama dengan peneliti menonton program televisi yang telah diangkat dalam reportase interpretatif tersebut. Fungsi dari pengamatan ini dalam rangka memenuhi deskripsi yang lengkap

¹⁰ Penjelasan tentang ketiga narasumber yang menjadi subyek penelitian ini dijabarkan pada bab dua dengan subbab deskripsi umum subyek penelitian.

dalam studi etnografi berkaitan dengan aktivitas membaca dan menonton televisi sebagai praktik konsumsi, sesuai dengan apa yang tertera dalam rumusan masalah.

Subyek yang dipilih merupakan orang-orang yang relatif dekat dengan peneliti sebelumnya, mereka adalah mahasiswa di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan demikian, orang-orang tersebut akan menanggapi kehadiran peneliti sama informatifnya dengan bagaimana mereka bereaksi terhadap situasi-situasi lain (Budiman, 2002: 30-31). Dengan mengenal lebih dahulu para narasumber, peneliti menjadi lebih mudah mengamati narasumber dalam lingkungan fisik dan sosial tempat mereka menjalankan kehidupan sehari-hari sehingga peneliti bisa memberi perhatian penuh pada praktik konsumsi yang terjadi.

Meneliti orang-orang yang telah dikenal sebelumnya dipandang lebih efektif karena peneliti bisa mengemukakan maksudnya lebih leluasa. Orang-orang yang berelasi cukup dekat dengan peneliti dapat meyakinkan bahwa penelitiannya akan dihargai.¹¹

Meskipun sudah mengenal terlebih dahulu, sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti tetap menyusun kriteria tertentu yang harus dipenuhi agar mereka layak menjadi narasumber. Peneliti juga dituntut untuk reflektif dan

¹¹ Aspek kedekatan antara peneliti dengan subyek penelitian disinggung dalam esai yang berjudul "Tinjauan Ringkas Etnografi sebagai Metode Penelitian Kualitatif" halaman 29-30, http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BAHASA_DAERAH/197607312001121-ADE_SUTISNA/Tinjauan_Ringkas_Etnografi_Sebagai_Metode_Penelitian_Kualita.pdf

mampu menjauhkan diri dari ‘kekerdilan’ interpretasi, ketidaklengkapan observasi, dan *gap* mungkin terjadi karena peneliti dekat dengan narasumber yang diamati. Oleh sebab itu, peneliti menyusun beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang secara komunal (dalam keluarganya) berlangganan surat kabar *Kompas*. Dengan demikian, *Kompas Minggu* bisa ditemui di tempat tinggal mereka, dibaca oleh para narasumber dengan pengejawantahan aktivitas membaca yang bisa saja tidak serupa satu sama lain.
2. Memiliki pesawat televisi di tempat tinggalnya dan menonton program televisi *Ngulik*, *Online*, *8-11 Show*, dan *Beritawa*.
3. Mahasiswa yang tinggal bersama keluarganya. Kriteria ini dipilih berangkat dari asumsi bahwa televisi menjadi medium domestik dengan khalayaknya yang tersusun sebagai keluarga. Maka di sini para mahasiswa, yang menjadi narasumber, tinggal di rumah mereka sendiri dan berada di tengah-tengah keluarga. Maka aktivitas menonton televisi biasa dilakukan di dalam ruang domestik sehingga *domestic setting* diperlakukan sebagai satuan ‘spasial’ dalam menganalisis proses konsumsi. Khalayak dalam studi etnografi ini bukanlah penonton individual yang terisolasi satu dengan lainnya, melainkan berada di tengah-tengah lingkungan domestiknya (Budiman, 2002: 29-30).
4. Seperti sudah dinyatakan di atas, mahasiswa yang berumur 20-30 tahun yang menjadi narasumber ini. Hal ini didorong oleh hasil penelitian

sebelumnya yang menyebutkan bahwa dalam rentang usia ini program-program televisi yang banyak ditonton adalah yang menjadi obyek penelitian.

G.4. Metode Analisis

G.4.1. Etnografi

Pada awalnya metode etnografi digunakan oleh peneliti antropologi untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerjasama dalam kehidupan sehari-hari, metode ini digunakan untuk menguraikan perihal aspek budaya material (alat-alat, bangunan, pakaian) maupun abstrak (nilai, norma, kepercayaan) dalam masyarakat yang diteliti. Uraian tebal (*thick description*)¹² merupakan ciri utama etnografi (Mulyana, 2002: 161).

Spradley (1997: xix) menyebutkan bahwa etnografi merupakan kebudayaan yang mempelajari kebudayaan lain. Oleh karena itu, penelitian etnografi melibatkan aktivitas belajar untuk mengenal ‘dunia’ orang yang hendak dipelajari, dengan cara melihat, mendengar, berbicara, berpikir, dan bertindak dengan cara yang berbeda, tidak hanya mempelajari masyarakat, etnografi berarti belajar dari masyarakat (Spradley, 1997: 3).

Sementara dalam penelitian khalayak, metode etnografi mulai digunakan karena metode eksperimental yang berkembang sebelumnya tidak memuaskan para peneliti khalayak. Beberapa ahli komunikasi

¹² *Thick description* dalam penelitian etnografi merujuk pada penjabaran hasil penelitian yang dalam, komprehensif, dan mendetil.

menganggap metode etnografi mampu mengatasi keterbatasan metode sebelumnya yang menghilangkan konteks sosial di mana proses komunikasi terjadi (Fiske dalam Herlina S, 2005: 36). Di sinilah peneliti menggunakan etnografi karena bisa memberikan unsur kontekstual yang holistik dalam studi ilmu komunikasi.

Dalam penelitian ini peneliti hendak menekankan dua perspektif yang bisa membantu jalannya penelitian dengan metode etnografi, yakni perspektif emik dan etik (Fotterman dalam Herlina S, 2005: 34). Perspektif emik adalah perspektif narasumber tentang kehidupan sehari-hari mereka, pendapat mereka tentang realitas menjadi alat untuk memahami dan menggambarkan keadaan dan tindakan-tindakan keseharian dengan lebih detail. Sementara perspektif etik adalah perspektif yang bersumber dari perspektif ilmu pengetahuan sosial terhadap realitas. Jadi perspektif emik dilihat dari orang-orang yang melakukan praktik internal mereka, sedangkan etik dilihat dari orang yang mengamati praktik tersebut. Maka mengacu pada perspektif emik peneliti mengumpulkan data dengan cara percakapan dan/atau wawancara serta *eavesdropping* (mencuri-dengar)¹³, lalu dilengkapi dari perspektif etik dengan cara pengamatan berperan-serta dan membuat catatan etnografis.

¹³ Menurut Oxford Advanced Learner's Dictionary 5th edition yang diterbitkan oleh Oxford University Press tahun 1995, disebutkan di dalamnya bahwa *eavesdrop* adalah kegiatan mendengarkan percakapan secara sembunyi-sembunyi, "*To listen secretly to a private conversation*".

G.4.2. Pengamatan Berperan-serta

Pengamatan berperan-serta atau pengamatan terlibat menempatkan peneliti pada posisi yang mengharuskan mereka mengamati dan mengikuti orang-orang yang diteliti dalam kehidupan sehari-hari mereka, kapan, dengan siapa dan dalam keadaan apa, dan menanyai mereka tentang tindakan-tindakan mereka (Mulyana, 2002: 163). Pengamatan berperan-serta digunakan sebagai metode untuk meneliti bagaimana manusia berperilaku dan memandang realitas hidup mereka dalam lingkungan mereka yang biasa, rutin, dan alamiah (Mulyana, 2002: 167).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan pada aktivitas yang dilakukan para narasumber, baik ketika membaca *Kompas Minggu* dan menonton tayangan televisi. Pengamatan tidak berhenti di situ saja, berkaitan dengan aspek *domestic setting*, maka peneliti mengamati juga bagaimana kondisi tempat tinggal mereka. Di mana tempat melakukan aktivitas-aktivitas itu (*place*), bagaimana pembagian ruang di tempat tinggalnya (*space*), bagaimana pengemasan masing-masing ruangan dalam tempat tinggal yang mendukung aktivitas itu terjadi, relasi antara narasumber dengan penghuni yang lain, relasi antara narasumber dengan material yang mereka hadapi (surat kabar dan pesawat televisi), penggunaan *remote control*, penggunaan surat kabar di tempat tinggal itu, dan sumber-sumber nonverbal dalam diri narasumber. Pengamatan mendetil ini akan membantu peneliti

mengemukakan apa yang sebenarnya terjadi di dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Otentisitas pengamatan disokong juga oleh keberadaan dokumentasi yang mewakili kedua aktivitas yang dilakukan oleh narasumber, yakni ketika membaca surat kabar *Kompas Minggu* dan menonton masing-masing program televisi. Dokumentasi yang dituangkan dalam penelitian ini, antara lain foto-foto yang diambil ketika para narasumber membaca, menonton program televisi, foto *urban setting* atau lingkungan tempat tinggal, foto lokasi di mana televisi dan *Kompas Minggu* berada, letak peralatan-peralatan seperti *remote control* dan perangkat elektronik tambahan lain, dan gestur para narasumber ketika membaca dan menonton televisi.

G.4.3. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara peneliti—seseorang yang berharap mendapatkan informasi—dengan narasumber yang diasumsikan memiliki informasi. Dalam penelitian ini, wawancara yang dibutuhkan berupa *depth interview* atau wawancara mendalam bertujuan mendapatkan informasi atau data lengkap mengenai teks yang diteliti (Kriyantono, 2007: 96).

Wawancara mendalam seringkali dilakukan oleh peneliti hanya dengan satu atau dua orang narasumber saja, ketika wawancara berlangsung narasumber diharapkan mampu menjelaskan latar belakang secara detil atas jawaban yang diberikan. *Depth interview* memperhatikan bukan saja jawaban

verbal narasumber, peneliti juga harus menaruh perhatian pada respon-respon nonverbal narasumber (Kriyantono, 2007: 99).

Selama berlangsungnya penelitian, wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersifat spontan dan cair dengan penggunaan bahasa sehari-hari dan dalam suasana yang tidak formal. Diharapkan dengan keadaan ini proses wawancara bisa berjalan lebih akrab sehingga narasumber bisa menjadi diri mereka sendiri tanpa rasa canggung.

Peneliti menggunakan alat rekam dalam proses wawancara karena wawancara berlangsung tidak singkat, hal ini disebabkan pertanyaan yang diajukan peneliti setelah melakukan pengamatan cukup banyak dan detil. Meski menggunakan alat rekam, peneliti juga mengandalkan daya ingat dan catatan etnografis. Maka kemampuan mendengar yang baik, akurat, tepat, dan pengamatan yang terhadap sumber-sumber nonverbal dapat dituangkan ke dalam catatan etnografis selama wawancara berlangsung.

G.4.4 Analisis Data

Berdasarkan teknik pengumpulan data di atas, peneliti akan memperoleh data melalui catatan etnografis yang sudah disusun. Catatan etnografis sendiri terdiri atas artefak-artefak, antara lain catatan lapangan, hasil rekaman wawancara, gambar, dan foto, di mana semuanya bisa membantu mendokumentasikan penelitian yang sudah dilakukan (Spradley, 1997: 87).

Di dalam catatan etnografis, salah satu artefak yang mendukung penulisan hasil penelitian adalah catatan pribadi milik peneliti yang berisikan data detil dari para narasumber, mulai dari identitas, latar belakang narasumber, kondisi tempat tinggal, relasi dengan orang-orang di sekitarnya, interaksi dengan mereka baik secara verbal maupun nonverbal, relasi narasumber dengan dimensi ruang dan waktu ketika melakukan aktivitas membaca dan menonton, dan banyak aspek lain yang menunjang praktik konsumsi tersebut bisa terjadi. Catatan pribadi milik peneliti dilengkapi pula dengan hasil wawancara yang sudah ditulis. Analisis yang dilakukan berdasarkan catatan ini terdiri atas:

1. Analisis praktik membaca

Melalui analisis ini peneliti berusaha mengamati pola yang muncul dalam aktivitas narasumber-narasumber membaca surat kabar Kompas Minggu, aktivitas membaca ini kemudian dikaitkan dengan praktik konsumsi. Kemudian hasil dari analisis akan dikembangkan dalam level yang lebih makro berkaitan dengan diskursus televisi.

2. Analisis praktik menonton

Selain aktivitas membaca, peneliti juga akan melakukan pengamatan berperan serta terhadap aktivitas para narasumber menonton televisi. Analisis aktivitas menonton diperlakukan peneliti sebagai data sekunder yang menunjang temuan data dari analisis praktik membaca, tak lain juga bertujuan untuk menemukan diskursus televisi seperti apa yang terbentuk.

3. Analisis percakapan

Merupakan analisis dari wawancara antara peneliti dengan narasumber, wawancara akan dibuat tidak formal dan berlangsung tidak secara struktural (bukan wawancara struktural). Analisis ini menjadi pertimbangan untuk dilakukan dalam rangka memeriksa ulang temuan-temuan atas poin nomor 1 dan 2 di atas yang sudah dicatat dalam catatan etnografis peneliti.

4. *Eavesdropping* (mencuri dengar)

Teknik pengumpulan data ini ditambahkan karena merupakan komponen dalam prosedur pengamatan berperan serta.

Mencuri dengar bersifat alamiah, peneliti tidak perlu selalu meminta informasi—informasi diberikan ketika subyek menyadari kehadiran peneliti atau tidak. Bahkan secara kebetulan mendengarkan akhir percakapan telepon dapat menghasilkan temuan penting. dalam artian ini, mendengarkan suara yang tidak diminta sama fungsinya dengan menyaksikan adegan kegiatan yang sedang berlangsung (Schatzman dan Strauss dalam Mulyana, 2002: 178).

Teknik ini dibutuhkan dalam penelitian sebab dalam aktivitas yang dilakukan oleh narasumber memungkinkan munculnya perbincangan ataupun ungkapan-ungkapan yang muncul secara spontan, di mana peneliti tidak terlibat, namun dari situlah ada bagian-bagian yang justru bisa menceritakan lebih detil tentang bagaimana para narasumber melakukan aktivitas membaca dan menonton di keseharian mereka.

Asumsinya adalah bahwa televisi dan surat kabar diperlakukan juga seolah sebagai teman, ketika narasumber-narasumber melakukan

aktivitas dengan material tersebut mereka berkomentar tentang suatu hal secara alamiah. Selain itu juga ketika terjadi percakapan dengan anggota keluarga yang lain, teknik *eavesdropping* bisa membantu peneliti merekam apa yang mereka perbincangkan tanpa disadari oleh narasumber.

G.4.5. Metode Penulisan

Penulisan hasil pada penelitian ini diawali pada bab kedua, di mana peneliti menjabarkan informasi tentang obyek dan narasumber. Tulisan tentang obyek penelitian dijadikan dua bagian, yang pertama menuliskan sejarah dan perkembangan surat kabar *Kompas* dan yang kedua adalah penjabaran ketiga stasiun televisi di Indonesia, yakni *Metro TV*, *TRANS 7*, dan *Trans TV*. Sementara untuk narasumber, peneliti bercerita mengenai masing-masing narasumber, mulai dari identitas ketiganya hingga relasi seperti apa yang terjalin antara peneliti dan narasumber, dan tentu saja relasi mereka sebagai konsumen kultural atas aktivitas membaca *Kompas Minggu* dan menonton televisi.

Berlanjut pada bab tiga, peneliti menuliskan hasil penelitian yang dilakukan selama satu bulan bersama dengan tiga narasumber. Istilah yang dirasa peneliti sesuai untuk mewakili temuan data adalah ‘cerita’, maka masing-masing narasumber menghasilkan ceritanya sendiri di saat menonton televisi dan membaca *Kompas Minggu*. Cerita tersebut dituliskan

berdasarkan temuan-temuan data yang sudah dirangkum dalam catatan etnografis, mulai dari latar belakang sosial, ekonomi, dan kultural tiap narasumber, aktivitas menonton dan membaca, hingga apa yang terjadi ketika praktik konsumsi kultural tersebut sedang berlangsung.

Dalam penulisan, terutama dalam kutipan-kutipan hasil wawancara, seringkali narasumber melontarkan jawaban dengan menggunakan Bahasa Jawa, maka peneliti menyertakan salinan Bahasa Indonesia untuk memudahkan pemahaman. Namun, untuk beberapa istilah Bahasa Indonesia yang tidak baku—seperti *enggak*, *ga*, *doang*, *sih*, *kalo*, *gitu*, dan sebagainya—serta beberapa istilah yang hanya ada dalam bahasa daerah, maka peneliti memutuskan untuk menuliskan seperti apa adanya tanpa alih bahasa.

Masih pada bab tiga, tepatnya di bagian pembahasan, peneliti menganalisis temuan data dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian serta tetap merujuk pada pandangan etnografi yang bertujuan memperoleh *native's point of view* (Spradley, 1997: xvi) dan memahami lingkup sekitar yang mengelilingi narasumber dan tindakan-tindakan apa saja yang mereka lakukan.