

KOMODIFIKASI PEMBERITAN TENTANG KASUS KORUPSI DI MEDIA CETAK

ABSTRAK

Media massa yang memberitakan kasus-kasus korupsi di Indonesia, seperti [kasus korupsi Angelina Sondakh](#), beberapa waktu lalu ternyata juga menceritakan sisi kehidupan pribadinya. /Ia/ ini tidak terlepas dari komodifikasi yang dilakukan media massa. Isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Kajian ini mencoba memberikan gambaran mengenai proses komodifikasi pemberitaan kasus korupsi di media massa, termasuk media cetak.

Kata Kunci: korupsi, komodifikasi, [media cetak lokal](#)

Christiana Wulandari

Universitas Gunadarma

c_wulandari@staff.gunadarma.ac.id

PENDAHULUAN

Korupsi sudah menjadi masalah yang sangat kompleks di Indonesia, karena terjadi di lingkungan pemerintah yang paling bawah sampai jajaran pemerintah yang paling atas, termasuk para anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Menurut World Justice Project (WJP) Indonesia menduduki urutan ke-47 dalam daftar negara terkorup di dunia (Republica.co.id, 14 Juni 2011).

Kasus korupsi yang diberitakan secara gencar dalam kurun waktu Juli 2011 sampai Februari 2012 adalah kasus korupsi di Wisma Atlet yang menyeret mantan bendahara umum partai Demokrat Muhammad Nazarudin dan wakil Sekjen partai yang sama, Angelina Sondakh. Keduanya telah resmi ditetapkan sebagai tersangka oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Angelina Sondakh, mantan Putri Indonesia tahun 2001 asal Sulawesi Utara, misalnya, memiliki karier yang gemilang. Diawali dari seorang Putri Indonesia, Angelina masuk partai Demokrat yang membawanya menjadi anggota DPR periode 2004-2009 dan terpilih kembali untuk periode 2009-2014. Karirnya dibarengi juga dengan kehidupan pribadinya yang menjadi mantan publik setelah dia menikah dengan sesama anggota DPR dari partai yang sama yaitu Almarhum Adje Masaid yang juga seorang mantan model, aktor film dan sinetron.

Pemberitaan kasus korupsi Angelina Sondakh di media massa, selain kasus korupsi itu sendiri, ternyata juga memberitakan sisi kehidupan pribadinya. Mulai dari kehidupannya sebagai orang tua tunggal yang mendidik anak-anaknya sendiri sampai siapa yang menjadi calon suaminya. Pemberitaan komposisinya banyak dibalut dengan pemberitaan masalah pribadinya yang tidak ada kaitannya dengan masalah korupsi yang sedang dihadapinya.

Kasus korupsi Wisma Atlet ini mulai diberitakan oleh media di pertengahan tahun 2011. Angelina ditengarai terlibat korupsi, dan pada 3 Februari 2012 dia ditetapkan menjadi tersangka. Pemberitaan mengenai kasus korupsi Angelina Sondakh ini mendominasi pemberitaan beberapa media cetak, lokal maupun nasional. Hal ini tentunya tidak lepas dari gambaran dirinya sebagai seorang *public figure*.

Pemberitaan kasus korupsi Angelina

Sondakh, ditambah ekspos mengenai kehidupan pribadinya, tidak luput dari peran pemilik media yang ingin agar oplah sural kabar meningkat. Dalam pendekatan politik ekonomi media, isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media.

Faktor-faktor seperti pemilik media, modal, dan pendapatan media dia nggap lebih menentukan isi media. Faktor-faktor inilah yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, serta ke arah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan (Sudibyo, 2001:2). Kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai arti penting untuk melihat peran, ideologi, konten media dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat.

TINJAUAN TEORITIS

Pendekatan ekonomi politik media memusatkan kajian pada pengaruh donlasi dan penguasa ekonomi terhadap institusi sosial lain, termasuk media massa, sehingga hubungan kepengamhan tersebut dapat mempengaruhi sistem produksi, distribusi dan konsumsi media massa.

Menurut Moscow (2009:2) *Political economy is the study of the social relations, particularly the power relations that mutually constitute the productions, distributions, and consumption of resource, including communication resources*. Ada tiga konsep kunci dalam pendekatan ekonomi politik media massa, yaitu strukturasi, spesialisasi, dan komodifikasi.

Strukturasi memaparkan bagaimana struktur media dan agen (pelaku atau profesional media) dapat mempengaruhi operasi analisis media, terutama produksi dan isi. Menurut Giddens, strukturasi merupakan penggabungan antara teori struktural dan teori individual (*agency*). Menurut Giddens, sebenarnya individu (agen) dapat mempengaruhi struktur dan kemampuannya, tetapi struktur juga dapat mengikat dan menggerakkan agen dengan kuat. Jadi, sebenarnya tidak ada yang paling kuat yang dapat mempengaruhi salah satunya. Inilah yang sering disebut dengan prinsip dualitas: keduanya seperti mata uang yang saling mempengaruhi satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan.

Spesialisasi memfokuskan diri pada bagaimana media massa menyebarkan

produk-produk (komoditas media massa) kepada pasar secara seluas-luasnya dengan berbagai cara. Dapat dikatakan aksi ini adalah bentuk perpanjangan tangan dari korporat di dalam industri komunikasi. Spesialisasi dapat dilihat dari perkembangan korporasi dalam asset, pendapatan, keuntungan, pekerjaannya atau pertukaran yang sering dilakukan dengan industri lain. Contoh yang kian muncul di Indonesia adalah integrasi yang dilakukan pemilik industri, baik vertikal, horisontal maupun diagonal.

Komodifikasi merupakan salah satu konsep kunci (*entry concept*) dalam pendekatan ekonomi politik. Komodifikasi, menurut Vincent Mosso, merupakan card kapitalisme membawa aksi "Umulasi tujuan kapitalnya, atau perubahan nilai fungsi atau guna menjadi sebuah nilai tukar. Dewasa ini muncul banyak bentuk komodifikasi.

Kaitan antara komodifikasi dan komunikasi dapat digambarkan dari dua dimensi, yakni pertama, proses komunikasi dan teknologinya berkontribusi terhadap proses umum komodifikasi secara keseluruhan, dan kedua proses komodifikasi yang terjadi dalam masyarakat secara keseluruhan menekan proses komunikasi dan institusinya. Jadi, perbaikan dan bertahan dalam proses komodifikasi sosial mempengaruhi komunikasi sebagai praktik sosial.

Ada tiga bentuk komodifikasi, yakni komodifikasi isi/konten, komodifikasi audiens/khalayak, dan komodifikasi pekerja. Proses komodifikasi isi dimulai ketika pelaku media mengubah pesan melalui teknologi menuju sistem interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang *marketable* sehingga terjadi keseragaman bentuk dan isi media yang menarik perhatian khalayak.

Banyak contoh bentuk komodifikasi ini dapat ditemukan di media-media di Indonesia. Konten media dibuat sedemikian rupa sehingga benar-benar menjadi kesukaan publik meski hal itu bukanlah fakta dan kebutuhan publik. Pengesahan segala cara termasuk cara yang tidak benar dilakukan demi mendapat perhatian audiens yang tinggi. Terkadang inilah yang menjadi ciri ideologi ekonomi. Jika komodifikasi ini berhasil para pemasang iklan tertarik untuk membeli waku: ugeda dalam program tersebut. Inilah logika bisnis industri media.

Salah satu prinsip dimensi komodifikasi media massa menurut Graham

(Moscow 2009:136) menyebutkan bahwa penggunaan periklanan merupakan penyempurnaan dalam proses komodifikasi media secara ekonomi. Audiens merupakan komoditi penting untuk media-media massa dalam mendapatkan iklan dan pemasukan. Media dapat menciptakan khalayaknya sendiri dengan membuat program semenarik mungkin dan kemudian khalayak yang tertarik tersebut dikirimkan kepada para pengiklan.

Konkritnya media biasanya menjual audiens dalam bentuk *rating* atau *share* kepada pemberi iklan untuk dapat menggunakan *air time*. Cara paling jitu adalah dengan membuat program yang dapat mencapai angka tertinggi dari pada program televisi lain. Program tersebut biasanya menjawab kebutuhan audiensnya. Programmer media massa menggabungkan beragam kebutuhan audiens dalam satu atau beberapa program, sehingga audiens dapat menikmati beragam kebutuhan hiburan dalam satu program.

Pada komodifikasi pekerja, pertanyaan pokok adalah bagaimana tenaga dan pikiran pekerja secara optimal dimanfaatkan dengan mengkonstruksi pikiran mereka tentang bagaimana mereka bisa senang dengan bekerja di sebuah institusi media massa, dengan upah yang tak seharusnya.

ARTI KORUPSI

[Berita Terkini](#) Kasus korupsi yang menimpa **Angelina Sondakh**, anggota DPR RI dari Fraksi Partai Demokrat, membuat lebih banyak lagi daftar nama pejabat Indonesia yang tersangkut kasus korupsi. Nama Angelina itu disebut-sebut setebal mantan bendahara umum partai Demokrat Nazarudin Zulkarnain diperiksa oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan memberikan kesaksian tentang pembangunannya di PaJembang yang pembangunannya ditengarai sarat dengan korupsi.

Para ahli ilmu-ilmu sosial memberikan beragam pengertian tentang korupsi. Syed Hussein Alatas (1998:6-7) mengembangkan tiga tipe fenomena korupsi yaitu, penyuapan (*bribery*), pemerasan (*extortion*) dan nepotisme (*nepotism*). Menurut Alatas, pada prinsipnya ada suatu benang merah yang menghubungkan tiga tipe fenomena korupsi itu. Berdasarkan itu, dia mendefinisikan definisi korupsi sebagai penempatan kepentingan-kepentingan umum tersubordinasi di bawah tujuan-tujuan pribadi dengan melakukan pelanggaran norma-norma tugas dan kesejahteraan, yang dibarengi dengan keserbarahasaan, pengkhianatan, penipuan, dan pengabaian yang kejam atas setiap akibat yang ditanggung oleh khalayak umum.

Sedangkan nepotisme ialah pengangkatan kerabat saudara dan teman-teman atau rekan-rekan politik untuk menempati pos jabatan publik tanpa melihat kemampuan mereka dan konsekuensinya pada kemaslahatan umum. Jadi, secara umum dapat dikatakan bahwa korupsi menyangkut atau berkaitan dengan perbuatan yang merugikan

kepentingan publik atau masyarakat luas demi keuntungan pribadi atau kelompok. Berkaitan dengan definisi tersebut Robert Klitgaard (2002:29) merumuskan pengertian umum korupsi dengan rumus: $C = M + D - A$ ($C = Corruption$; $M = Monopoly$; $D = Discretion/kewenangan$; $A = Accountability$).

Menurut Klitgaard, korupsi terjadi apabila ada monopoli kekuasaan dengan kewenangannya tetapi tidak ada mekanisme akuntabilitas atau pertanggung jawaban kepada khalayak publik. Korupsi yang terjadi di Indonesia tidak terlepas dari kerangka itu tadi, karena tidak sedikit pejabat publik, baik di eksekutif, legislatif, yudikatif maupun sektor swasta yang melakukan penyalahgunaan kekuasaannya (*abuse of power*).

Menurut Klitgaard (2002: xix-xx) korupsi terjadi jika seseorang secara ilegal lebih mengutamakan kepentingan pribadi dari pada kepentingan umum serta cita-cita yang menurut sumpah akan dilayaninya. Korupsi dapat berkembang dalam banyak bentuk, mulai dari hal-hal yang kecil sampai kepada hal-hal yang besar. Korupsi juga dapat menyangkut penyalahgunaan instrumen menyangkut prosedur-prosedur sederhana. Korupsi dapat terjadi di sektor swasta maupun pemerintah bahkan sering sekaligus pada kedua sektor tersebut. Di beberapa negara berkembang korupsi telah meresap ke dalam sistem.

MEDIA DAN KONSTRUKSI REALITAS

Cara kerja media yang merekam dan mengkonstruksi sebuah fakta tentu tidak dapat dipisahkan dengan bagaimana media menangkap realitas di balik pemberitaan, mulai dari proses pencarian, pengumpulan dan penyampaian pesan (realitas) yang melibatkan agen konstruksi, yaitu wartawan/jurnalis. Tuchman (1978) mengatakan, media mengikutsertakan perspektif dan cara pandang mereka dalam menafsirkan realitas sosial.

Media mampu menentukan aspek-aspek yang ditonjolkan maupun dihilangkan sesuai dengan muatan kepentingan/ideologinya. Pada bagian inilah seorang wartawan menentukan struktur berita yang sesuai dengan kehendaknya, dari sisi mana sebuah peristiwa disoroti, bagian mana dari peristiwa tersebut yang didahulukan atau dilupakan, serta bagian mana dari peristiwa yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan sosok siapa diwawancarai menjadi sumber berita, dan lain-lain.

Pada hakikatnya pekerjaan media ialah mengkonstruksi realitas. Isi media adalah hasil konstruksi realitas yang dipilih para praktisi media berdasarkan ideologi dan kognisi sosial wartawan. Karena ciri utama pekerjaan media adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka isi media adalah realitas yang telah dikonstruksi.

Pembuatan berita di media massa pada dasarnya tak lebih dari penyusunan kepingan-kepingan realitas hingga membentuk sebuah cerita. Isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan

bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sementara bahasa bukan saja alat merepresentasikan realitas namun lebih dari itu, bisa menentukan apa tendensi ideologi yang ditonjolkan lewat bahasa.

Menurut Jhon. B. Thompson (2007:19) ideologi beketja melalui bahasa dan bahasa adalah medium tindakan sosial. Dengan demikian media massa mempunyai pengaruh besar dan gambarannya yang dihasilkan dari realitas hasil konstruksi awak media.

Pekerjaan utama wartawan adalah mengisahkan hasil reportasenya kepada khalayak bernaung (berita) yang sudah terangkai pemaknaannya dan sesuai dengan muatan ideologi media tersebut yang tersaji pada teks berita (*news*), karangan khas (*feature*) atau gabungan dari keduanya (Sobur :2002:89). Karena menceritakan berbagai kejadian atau peristiwa itulah maka tidak berlebihan bila dikatakan isi media adalah realitas yang telah dikonstruksi. Dengan demikian, benarlah apa yang dikatakan Tuchman bahwa berita pada dasarnya realitas yang telah dikonstruksi.

IDEOLOGI MEDIA MASSA

Apa yang disajikan media massa, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), dalam *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, menyusun berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh manajemen pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media, yakni faktor individual, rutinitas, organisasi, ekstra media, dan ideologi.

Faktor individual berhubungan dengan latar belakang profesional dan pengelola media. Level individual melihat bagaimana aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang ditampilkan kepada khalayak.

Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai tikungan sendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media.

Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, tetapi hanya bagian kecil dari organisasi media. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri.

Level ekstra media berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media sedikit banyak mempengaruhi pemberitaan media dalam banyak kasus.

Ideologi adalah kerangka berpikir atau referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya.

Berbeda dengan elemen-elemen lain yang tampak konkret, ideologi bersifat abstrak, karena berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas.

METODE PARADIGMA KRITIS

Dalam tulisan ini kasus korupsi dikaji dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Kajian dalam tradisi teori-teori kritis menilai suatu penelitian dari segi sejauh mana penelitian itu merupakan studi yang memiliki kejelasan *historical situatedness*. Jadi, studi yang tidak mengabaikan konteks historis, politik ekonomi, serta sosial budaya yang melatarbelakangi fenomena yang diteliti.

Paradigma kritis mempunyai pandangan khas terhadap berita, yang bersumber pada bagaimana berita tersebut diproduksi dan bagaimana kedudukan wartawan dan media bersangkutan dalam keseluruhan proses produksi berita. Paradigma kritis mempertanyakan posisi wartawan dan media dalam keseluruhan struktur sosial dan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat. Pada akhirnya posisi tersebut mempengaruhi berita, sehingga berita bukan pencerminan dari realitas yang sesungguhnya (Eriyanto, 2001:31-32)

Menurut paradigma kritis, fakta merupakan hasil dari proses pertarungan antara kekuatan ekonomi, politik, dan sosial dalam masyarakat. Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas, karena berita yang terbentuk banyak cerminan dari kepentingan kekuatan yang dominan. Media hanya dikuasai oleh kelompok dominan dan menjadi sarana untuk memojokkan kelompok lain.

Media hanya dimanfaatkan dan menjadi alat kelompok dominan. Posisi wartawan, nilai dan ideologi wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa. Wartawan berperan sebagai partisipan dari kelompok yang ada dalam masyarakat.

Hasil liputan mencerminkan ideologi wartawan dan kepentingan sosial, ekonomi, atau politik tertentu. Hasil liputan tidak objektif, karena wartawan adalah bagian dari kelompok/struktur sosial tertentu yang lebih besar. Bahasa menunjukkan bagaimana kelompok sendiri diunggulkan dan memarjinalkan kelompok lain.

Maka kajian ini deskriptif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. (Moleong, 2009:11).

Dengan demikian, kajian ini akan berisi hasil analisis data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara dengan informan internal (pemimpin redaksi, redaktur, editor surat kabar Monitor Depok dan Berita Kota). Catatan lapangan berupa berita di surat kabar lokal Monitor Depok dan Berita Kota tentang pemberitaan kasus korupsi

Angelina Sondakh.

Dalam penulisan laporan seperti ini peneliti menganalisis data berupa berita-berita tentang kasus korupsi Angelina Sondakh. Pertanyaan dengan kata tanya "mengapa", "alasan apa" dan "bagaimana" terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian adanya (Moleong, 2009:11).

Penelitian kualitatif lebih banyak mementingkan segi proses daripada hasil. Hal ini disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti jauh lebih jelas apabila dianalisis dalam proses. Peneliti mengamatinya dalam hubungan dengan kegiatan sehari-hari, kemudian menjelaskan tentang sikap yang diteliti, karena peranan proses dalam penelitian kualitatif besar sekali. Dengan demikian, dalam kaitannya dengan penelitian ini peneliti mengamati cara kerja (proses produksi) di surat kabar lokal *Monitor Depok* dan *Berita Kota* menyangkut hal-hal mulai dari penugasan oleh redaktur, pencarian berita, penulisan berita hingga akhir proses yakni pemuatan berita.

DAFTAR PUSTAKA

Alatas, Syed Hussein. 1998. *Crupution and the Destiny of Asia*. Prentice Hall (M) Sda. Bhd And Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Lk:is: Yogyakarta.

Moleong, Lexi J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Rosda Karya: Bandung.

Mosco, Vincent & Wasko, Janet. 2004. *The Political Economy of Information*. The University of Wisconsin Press: Wisconsin.

Boyd-Barrett, Oliver & Newbold, Chris. 1995. *Approaches to Media A Reader*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*

Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya: Bandung

Thompson, Jhon. 2006. *Kritik Ideologi Global; Teori Sosial Kritis Tentang Relasi Ideologi Dan Komunikasi Massa*. terj. Haqqul Yaqin. IRCISoD: Yogyakarta.

Moscow, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. Sage Publications Ltd.

Sari, Melly Riana. 2010. *Relasi Antara Nara sumber dengan Media Dalam Proses Produksi Berita : Komodifikasi Berita Foto Sebagai Sumber Tampilan di Surat Kabar Bisnis Indonesia. (J'esis)*

Kartikawati, Dwi. 2005. *Media Berdagang Gaya Hidup Bintang (Studi Analisis Wacana Kritis atau Komodifikasi Gaya Hidup Para Bintang AFI alas Akademi Fantasi Indosiar di tabloid IV Gaul)*. Tesis

Pranoto, Amalia. 2008. *Komodifikasi Anak dalam Klan (Studi Analisis Wacana terhadap Klan IV li!Sana)*. Skripsi

