

Representasi Pemilik Media dalam Film “Di Balik Frekuensi”

¹Muhammad Reza ²Yenni Yuniati.

^{1,2}*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Email: ¹mrezatene@gmail.com, ²yenni.yuniati@gmail.com

Abstract. *As social institutions, the mass media perform the function to educate, entertain, inform and influence and is seen as the fourth power after the power of the Executive, legislative and judicial. But sometimes, people consciously or not, have been influenced by mass media and eventually receive information presented the mass media, which are sometimes even often provide information containing the economic and political interests of the owners. The mass media is currently developing between the interests of society and the State before finally came under the pressure of capital and the power of the media owners. Then do not be surprised if many more media oriented business rather than put forward a press function in a comprehensive manner. With the approach of semiotics John Fiske, television writer managed to uncover the representation media owner in the film Behind the frequency by using a level of reality, representation and ideology. The results of this research which is the owner of media in Indonesia are currently concerned with the capitalist with own personal interests. In addition to entertaining, the film can also be made the medium of delivery information.*

Keywords: *Film, Mass Media, Media Owner*

Abstrak. Sebagai institusi sosial, media massa menjalankan fungsi mendidik, menghibur, menginformasikan dan mempengaruhi serta dipandang sebagai kekuatan keempat setelah kekuatan eksekutif, legislatif dan yudikatif. Namun terkadang, khalayak secara sadar atau tidak, telah dipengaruhi media massa dan akhirnya menerima informasi yang disajikan media massa, yang adakalanya bahkan seringkali memberikan informasi yang mengandung kepentingan ekonomi dan politik para pemiliknya. Media massa saat ini berkembang diantara kepentingan masyarakat dan negara sebelum akhirnya berada dibawah tekanan modal dan kekuasaan para pemilik media. Maka tidak heran jika banyak media yang lebih berorientasi pada bisnis ketimbang mengedepankan fungsi pers secara komprehensif. Dengan pendekatan semiotika televisi John Fiske, penulis berhasil mengungkap representasi pemilik media dalam film Di Balik Frekuensi dengan menggunakan level realitas, representasi dan ideologi. Hasil penelitian ini yaitu pemilik media di Indonesia saat ini berideologi kapitalis yang mementingkan kepentingan pribadinya sendiri. Selain berfungsi untuk menghibur, film juga dapat dijadikan medium penyampaian informasi.

Kata Kunci: Film, Media Massa, Pemilik Media

A. Pendahuluan

Film merupakan salah satu alat komunikasi massa, tidak dapat dipungkiri bahwa antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Film adalah tampilan gambar-gambar dan adegan bergerak yang disusun untuk menyajikan sebuah cerita pada penonton (Montgomery, 2005:342). Film memberikan pengalaman yang amat menyenangkan. Film membuat orang tertahan, setidaknya, saat mereka menontonnya lebih intens ketimbang medium lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti representasi pemilik media di dalam film “Di Balik Frekuensi”. Menurut Graeme Burton (2012) kata representasi merujuk kepada penggambaran. Namun demikian kata itu tidak hanya sekadar tentang penampilan di permukaan tapi juga menyangkut tentang makna yang dikonstruksi dibalikinya. Jadi, representasi itu menyangkut pada proses pembuatan makna. Melalui

media massa kita diberikan representasi tentang dunia dan bagaimana cara kita nantinya akan memahami dunia. Adakalanya representasi dibuat dengan suatu tujuan tertentu sehingga tanpa disadari bentuk-bentuk representasi tersebut dianggap sebagai suatu 'kebenaran' dalam realitas.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah representasi pemilik media dalam film “Di Balik Frekuensi” ditinjau dari level realitas?
2. Bagaimanakah representasi pemilik media dalam film “Di Balik Frekuensi” ditinjau dari level representasi?
3. Bagaimanakah representasi pemilik media dalam film “Di Balik Frekuensi” ditinjau dari level ideologi?

C. Kajian Pustaka

Film merupakan salah satu alat komunikasi massa, tidak dapat dipungkiri bahwa antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Film adalah tampilan gambar-gambar dan adegan bergerak yang disusun untuk menyajikan sebuah cerita pada penonton (Montgomery, 2005:342). Film memberikan pengalaman yang amat mengasyikkan. Film membuat orang tertahan, setidaknya, saat mereka menontonnya lebih intens ketimbang medium lainnya.

Realitas sendiri menurut Yasraf Amir Piliang (2010: xxix) adalah ibarat sebuah petageografis yang dinamis, yang tampil dalam kekayaan kontur, permukaan, dataran, retakan atau keping-keping; yang unsur-unsurnya selalu berganti, berubah, berpindah, atau bertransformasi. Sehingga menurutnya lagi realitas itu selalu menampilkan wujudnya dalam cara yang berbeda. Terkadang ia hadir seperti dugaan, namun sering juga tampil dalam keadaan yang tak terduga; terkadang ia muncul seperti yang dibayangkan, namun terkadang pula muncul tidak seperti yang dibayangkan. Kadang ia tampak dalam keberaturan, tetapi sering pula tampak dalam bentuk tak beraturan. Kadang ia refleksi dari sebuah hal yang rasional, namun sering pula ia menjadi sebuah refleksi yang berasal dari hal yang irrasional. Untuk itu, memahami sebuah realitas, memang memerlukan sebuah penalaran dan penginderaan yang sangat kompleks. Sebab jika tidak seperti itu, maka pembacaan secarautuh terhadapnya terkadang tidak tepat sasaran yang dituju dan dengan sendirinya akan menimbulkan sebuah pandangan yang tidak realistis.

Representasi pada dasarnya adalah sesuatu yang hadir namun menunjukkan bahwa sesuatu di luar dirinyalah yang dia coba hadirkan. Representasi tidak menunjuk kepada dirinya sendiri, namun kepada yang lain. Istilah representasi itu sendiri menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan ulang. Representasi ini penting dalam dua hal. Pertama, apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut sebagaimana mestinya. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan (Eriyanto:2009).

Mubyarto (1991:239) mengartikan bahwa ideologi ialah sejumlah doktrin, kepercayaan dan simbol-simbol sekelompok masyarakat atau satu bangsa yang menjadi pegangan dan pedoman karya (atau perjuangan) untuk mencapai tujuan masyarakat atau bangsa. Manusia dalam kehidupan bernegara senantiasa memiliki cita-cita harapan, ide-ide serta pemikiran yang secara bersama merupakan suatu orientasi yang bersifat dasar dalam kehidupan bernegara. dalam kompleks ilmu pengetahuan yang berupa ide-ide

atau gagasan-gagasan, serta cita-cita tersebut merupakan suatu nilai yang dianggap benar dan dijadikan suatu landasan bagi seluruh warga Negara untuk memahami dan menentukan sikap dasar untuk bertindak dalam hidupnya.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma penelitian kualitatif, yang di jelaskan di dalam buku "Metodologi Penelitian Kualitatif" edisi revisi Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A. Menurut Bogdan dan Taylor (1975: 5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Semiotika berasal dari kata Yunani, *semion* yang bearti tanda atau *seme* yang bearti penafsir tanda. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. Alex Sobur (2009) dalam *Semiotika Komunikasi*, menyebutkan bahwa semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda adalah perangkat yang kita gunakan dalam upaya mencari jalan di dunia. Tanda hadir di tengah-tengah manusia, ia berada dan senantiasa bersama manusia.

Di dalam penelitian ini, yang berperan sebagai subjek penelitian adalah sutradara dan pemeran utama dalam film "Di Balik Frekuensi" yaitu Ucu Agustin dan Luviana. Film ini bercerita tentang di balik frekuensi publik yang terjadi di Indonesia dan melalui film ini secara tidak langsung Ucu Agustin dan Luviana mengajak publik untuk melihat apa yang kini tengah terjadi di dunia media di negara kita, khususnya berkenaan dengan media yang menggunakan frekuensi publik sebagai sarannya yaitu televisi. Pada film ini, terdapat kode- kode sosial yang memiliki makna dan arti tersendiri. Beberapa *scene* disini mengungkap peran pemilik media yang ada di Indonesia. Peneliti mengaitkan dengan semiotika John Fiske yang mengandung tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideology. Penulis akan meneliti sesuai dengan batas yang ada di wilayah penelitian, yaitu penulis hanya meneliti cara Ucu Agustin / film "Di Balik Frekuensi" merepresentasikan kapitalisme para pemilik media di Indonesia.

E. Temuan Penelitian

Dalam film *Di Balik Frekuensi*, peneliti telah menemukan data yang sesuai dengan objek penelitan yang akan dibahas. Hal yang paling utama dalam penelitian ini adalah meneliti bagaimana peran pemilik media di Indonesia. Hal pertama yang akan dilakukan peneliti adalah melihat dan mengamati film *Di Balik Frekuensi part to part*. Adapun beberapa adegan yang telah diamati dapat mewakili analisis peneliti dalam menguak peran pemilik media di Indonesia dalam film karya sutradara Ucu Agustin tersebut.

Maka, dengan menggunakan kode-kode yang terdapat dalam film *Di Balik Frekuensi*, peneliti ingin mencari tahu, bagaimana teknik dan metode yang dilakukan Ucu Agustin untuk membongkar peran pemilik media saat ini. Berikut adalah temuan data yang telah peneliti dapatkan :



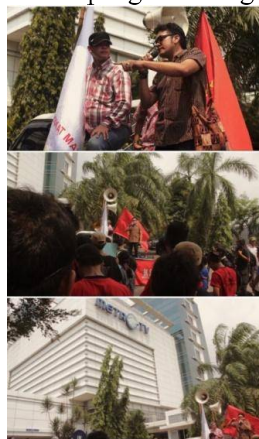
Wawancara dengan mantan senior produser *news* Metro TV

Jika dilihat dari level realitas, kondisi yang dijelaskan oleh Edi, sama sekali tidak sesuai dengan fungsi media massa pada umumnya. Jika dilihat dari level representasi, sutradara Ucu Agustin mencoba menegaskan profil dari Edi Wahyudi selaku mantan senior produser news Metro TV dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Medium Close-Up*



Wawancara dengan mantan senior produser *news* Metro TV

Jika dilihat dari level realitas, terlihat salah satu mantan senior produser news Metro TV sedang diwawancarai. Ia menceritakan pengalamannya yang ia alami sendiri ketika menjabat sebagai senior produser dalam salah satu acara Metro TV, yaitu *Newsmaker*. Jika dilihat dari level representasi, sutradara Ucu Agustin mencoba menegaskan profil dari Matheus Dwi Hartanto selaku mantan senior produser news Metro TV dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Medium Close-Up*.



Salah satu anggota AJI Jakarta melakukan orasi di depan gedung Metro TV

Jika dilihat dari level realitas, terlihat salah satu anggota AJI Jakarta sedang berorasi di depan gedung Metro TV. Ia berorasi mengenai penggunaan frekuensi publik

untuk mengkampanyekan kepentingan pribadi Surya Paloh sebagai pimpinan Metro TV yang juga sebagai inisiator partai Nasdem. Jika dilihat dari level representasi, pada gambar pertama, sutradara Ucu Agustin mencoba memperlihatkan sosok seseorang yaitu Winuranto Adhi, anggota AJI Jakarta dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Mid Shot*. Sedangkan pada gambar kedua dan ketiga, sutradara mengambil gambar dengan teknik *Full Shot*. Teknik *Full Shot* digunakan untuk memperlihatkan objek dengan lingkungan di sekitarnya sehingga penonton mengetahui dimana orasi Winaranto Adhi dilakukan.



Metro TV mengangkat berita tentang kasus lumpur lapindo

Jika dilihat dari level realitas, terlihat *news anchor* sedang membawakan berita mengenai kasus lumpur lapindo. Metro TV pun mengundang narasumber Bambang Sulistimo selaku sekjen Gerakan Menutup Lumpur Lapindo (GMLL). Bambang berterima kasih kepada Metro TV karena selalu membahas kasus lumpur lapindo. Jika dilihat dari level representasi, *scene* pada gambar diatas mencoba menegaskan profil dari *News Anchor* yang sedang membawakan berita kasus lumpur lapindo dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Medium Close-Up*. Sedangkan pada *scene* lainnya, gambar diambil dengan teknik *Full Shot*. Teknik *Full Shot* digunakan untuk memperlihatkan objek dengan lingkungan di sekitarnya sehingga penonton mengetahui dimana kejadian itu sedang berlangsung.



Wawancara dengan anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

Jika dilihat dari level realitas, menurutnya kebanyakan media massa sekarang secara gamblang memberitakan berita sesuai kepentingan pemiliknya. Jika dilihat dari level representasi, sutradara Ucu Agustin mencoba menegaskan profil dari Ezki Tri Rezeki Widianti, anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Medium Close-Up*.



Perbincangan antara Narto (RCTI) dan Windu (TV One)

Jika dilihat dari level realitas, mereka sudah sudah jelas menyadari bahwa tugas mereka disini tidak murni memberikan informasi kepada khalayak. Sedangkan dilihat dari level representasi, sutradara Ucu Agustin mencoba menegaskan profil wartawan RCTI dan TV One, terlihat dari cara kameramen menggambil gambar yaitu dengan teknik *Medium Close-Up*.

Level Ideologi

Jika dilihat dari hasil penelitian pada *scene – scene* diatas, maka peneliti menyimpulkan ideologi yang dimiliki oleh pemilik media saat ini adalah ideologi kapitalis. Pada poin pertama dalam pasal 18 Undang – Undang No. 32 Tahun 2002 mengenai penyiaran, bahwa pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran haruslah dibatasi. Namun pada kenyataannya sangatlah berbeda, banyak sekali media massa yang dimiliki oleh satu orang. Contohnya MNC Grup yang berisi RCTI, Global TV dan MNC TV dimiliki oleh pengusaha Hary Tanoesoedibjo, lalu VIVA News Grup berisikan TV One dan ANTV dimiliki oleh Abu Rizal Bakrie. Kasus yang terjadi diatas biasa kita kenal dengan istilah konglomerasi media.

F. Diskusi

Kondisi media massa sekarang, sama sekali tidak sesuai dengan fungsi media massa pada umumnya. Media massa adalah medium dari komunikasi massa itu sendiri. Salah satu fungsi dari komunikasi massa adalah sebagai sarana pendidikan bagi penikmatnya. Bila dilihat dari kasus diatas, masyarakat harus lebih kritis saat menerima pesan dari sebuah media massa. Tidak semua pesan yang diberikan oleh media massa bisa dijadikan sebagai sarana pendidikan.

Pemilik media saat ini pun menyalahgunakan frekuensi publik. Mereka mengkampanyekan kepentingan pribadinya. Tentu saja hal ini bertentangan dengan etika profesi pemimpin menurut Kartini Kartono dalam bukunya yang berjudul “Pemimpin dan Kepemimpinan”

“Etika profesi pemimpin memberikan landasan kepada setiap pemimpin untuk selalu bersikap kritis dan rasional, bersikap otonom dan memberikan perintah – perintah dan larangan – larangan yang adil dan harus ditaati oleh setiap lembaga dan individu. Bersikap otonom disini bukan bearti pemimpin dapat berbuat

semua sendiri atau bisa berlaku sewenang – wenang, melainkan dia bebas memeluk norma – norma yang diyakini sebagai baik dan wajib dilaksanakan untuk membawa anak buah pada pencapaian tujuan tertentu.” (Kartono, 2006: 99)

Menurut peneliti, hal yang dilakukan oleh pemilik media saat ini sudah bisa dikategorikan sebagai bentuk kesewenang – wenangan. Mereka menggunakan frekuensi publik dan memanfaatkannya melalui media massa miliknya untuk mengkampanyekan kepentingan pribadinya. Kata ‘otonom’ disini bukan berarti sang pemimpin dapat berbuat sesukanya atau sewenang – wenang. Yang dimaksud dengan otonom disini ialah bebas menentukan norma – norma yang menurutnya baik dan wajib dilaksanakan dengan tujuan membawa apa yang ia pimpin bersama anak buahnya pada pencapaian tujuan tertentu, tentunya bukan tujuan sang pemilik media.

Peneliti menyimpulkan ideologi yang dimiliki oleh pemilik media saat ini adalah ideologi kapitalis. Kapitalisme sendiri adalah sistem perekonomian yang menekankan peran modal, yakni kekayaan dalam segala jenisnya, termasuk barang-barang yang digunakan dalam produksi barang lainnya (Bagus, 1996). Ebenstein (1990) menyebut kapitalisme sebagai sistem sosial yang menyeluruh, lebih dari sekedar sistem perekonomian. Ia mengaitkan perkembangan kapitalisme sebagai bagian dari gerakan individualisme.

Premis teori Marxis adalah “Media massa adalah kelas yang mengatur”. Dari premis itu, media massa bukan hanya sekedar medium penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan, melainkan juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok secara ekonomi dan politik dominan. (Wazis, 2012: 5-6). Ideologi kapitalis ini terlihat jelas saat para pemilik modal dalam bisnis media ini membangun sebuah korporasi media. Para kapitalis (pemilik modal) berkorporasi demi meraih keuntungan pribadi dari segi ekonomi maupun politik. Munculnya industri media juga tidak lepas dari sudut pandang ideologi para pemiliknya.

Industri media sendiri merupakan sektor yang juga berpengaruh dalam pengembangan kapitalisme di suatu negara. Selain industri media, pemilik modal media massa (televisi) juga sangat berpengaruh dalam penayangan dan idealisme, visi, dan profesionalisme media tersebut. Maka media tersebut akan bekerja dengan profesionalisme yang mantap meskipun harus mengubur nilai-nilai etika dari arti penting media massa. Kerja sama antara elit politik dan media massa tertentu dalam memperbaiki citra, berita yang berkaitan dengan elit politik tersebut namun menyudutkan, maka berita itu tidak akan ditayangkan.

Pada Undang – Undang No. 32 Tahun 2002 mengenai penyiaran, pada pasal 18 berbunyi sebagai berikut:

1. Pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, dibatasi.
2. Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan perusahaan media cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi.

3. Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional, dan nasional, baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama Pemerintah
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembatasan kepemilikan dan penguasaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan pembatasan kepemilikan silang sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) disusun oleh KPI bersama Pemerintah.

Masyarakat tidak bisa terus berlarut – larut dalam kondisi seperti ini. Secara tidak langsung, masyarakat telah dibodohi oleh tayangan – tayangan di media massa yang berisikan kepentingan para pemiliknya. Salah satu cara untuk mengahnyanya adalah dengan tidak menonton televisi. Tentu saja gerakan ini bukan untuk memusuhi industri televisi, akana tetapi wujud dari aksi media litrasi yang bisa dimaknai juga sebagai upaya memerdekakan khalayak dari dominasi industri kapitalis yang menguasai bisnis media massa (Astuti, 2007: 77)

G. Kesimpulan

Berikut hasil penelitian yang penulis dapat:

1. Untuk melihat representasi pemilik media dalam film ini, penulis lebih banyak mengambil *scene* saat para pemilik media menggunakan frekuensi publik untuk kepentingannya sendiri atau golongan. Pada level realitas, film *Di Balik Frekuensi* lebih banyak menggunakan kode penampilan. Para pemilik media yang ada di dalam film *Di Balik Frekuensi* selalu berpakaian jas dan kemeja safari. Selain itu, mereka sesekali terlihat menggunakan jas dan kemeja yang ber lambangkan partainya masing – masing. Kode Ekspresi para pemilik media terlihat senang dan tenang. Selain itu terkadang memperlihatkan wajah yang bersemangat untuk mencapai tujuannya. Pada kode gerakan, terlihat para pemilik media sesekali terlihat mengepalkan tangannya pada kesempatan tertentu.
2. Level representasi dalam film *Di Balik Frekuensi* ditunjukkan pada kode kamera yang lebih banyak menggunakan *medium close-up* karena *medium close-up* mengambil gambar dari batas kepala hingga dada. Fungsinya untuk menegaskan ‘profil’ seseorang sehingga penonton merasa puas. Sedangkan pada kode musik, menggunakan yang menggambarkan televisi, yaitu lagu yang berjudul “televisi” yang dibawakan oleh grup band Naif.

Level ideologi dalam film *Di Balik Frekuensi* adalah kapitalisme di media Indonesia yang secara dominan di praktikkan melalui kode kelas dimana di dalam beberapa adegan terdapat pengekelas-kelasan. Pengkelasan yang terjadi adalah pemilik media (pemilik modal) dengan kaum pekerja.. Selain itu, dalam film ini banyak sekali pengakuan dari ahli dan orang – orang yang pernah terlibat di dalam media mengenai pemanfaatan frekuensi publik demi kepentingan pemilik media. Hal tersebut telah membuktikan bahwa ideologi yang dimiliki oleh pemilik media di Indonesia adalah ideologi kapitalisme.