

KANZ PHILOSOPHIA

Volume 4

Number 2, December 2014

Page 175-187

KONSPIRASI MEDIA MASSA DAN PENGEMBALIAN BAHASA PADA HAKIKATNYA: SEBUAH PENERAPAN METODE ANALISIS TINDAK TUTUR KOMUNIKASI

Wahyu Wibowo

Universitas Nasional

Email :kangbowie@gmail.com

ABSTRAK

Abad ke-21 dapat disebut sebagai Abad Bahasa, mengingat kehidupan manusia dewasa ini tidak dapat dilepaskan dari pelbagai bentuk media massa. Akan tetapi, terkait dengan pengonstruksian fakta dan realitas, apalagi jika dilumuri oleh ego-sentris subjek-subjek di balik media massa tersebut, kerap terjadi bias pemberitaan yang memicu problem etis. Artinya, terjadi konspirasi di balik pemberitaan yang berdampak pada pengerdilan fungsi media massa sebagai wadah pendidikan politik bagi rakyat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Demi membongkar konspirasi tersebut dibutuhkan metode analisis teks media yang baru, yang di dalam tulisan ini disebut metode analisis tindak tutur komunikasi. Metode ini dilahirkan secara heuristik, kritis, dan kontekstual melalui prinsip-prinsip kontemporer aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Dengan demikian, metode ini selain hendak menegaskan bahwa komunikasi massa harus dilakukan secara etis dan emansipatoris, sekaligus hendak mengoreksi eksistensi metode analisis teks media lainnya yang selama ini sudah dikenal, namun tidak berdaya ketika harus membongkar konspirasi di balik pemberitaan media massa.

Kata-kata Kunci: *problem etis, metode analisis tindak tutur komunikasi, Filsafat Bahasa Sehari-hari, analisis teks media.*

ABSTRACT

The twenty-first century may be referred to as the century of language, considering how human life is inseparable from the various forms of mass media. However, concerning the construction of facts and reality, especially whenever mass-media becomes colored by ego-centric tendencies, biases in reporting frequently occur that raise ethical problems. It follows that there has been a conspiracy behind mass-media that has impact in obstructing the function of media as a forum for political education for the people. Therefore, in order to reveal the conspiracy a new media text analysis method --which in this paper is called speech-act analysis method of communication-- is required. The method is heuristically, critically and contextually brought about through contemporary principles of Ordinary Language Philosophy. Thereby, in addition asserting that mass communication should be used ethically and with emancipation, this method will also examine the other media text analysis methods which have been known but may not be useful to discover conspiracy behind mass-media reports.

Keywords: *ethic problem, speech-act analysis method of communication, ordinary language philosophy, analysis of media texts*

Pendahuluan

Berbicara tentang media massa yang dewasa ini dianggap sebagai “rajanya informasi” – siapa pun boleh berpendapat bahwa bias pemberitaan yang terjadi dimungkinkan karena sosok media massa itu sendiri berada di tengah kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dimaknai bahwa keberadaan media massa di pusat realitas sosial, yang dipenuhi oleh pelbagai kepentingan, menyebabkan munculnya pelbagai praktik konspirasi pemberitaan, yang memicu konflik perebutan wacana, yang ujungnya berdampak pada bias pemberitaan.

Bias pemberitaan, alias penyimpangan makna berita, terjadi karena fakta/peristiwa yang dikonstruksi disampaikan melalui bahasa, dan bahasa itu sendiri selalu dianggap tidak bebas nilai. Hal ini memicu anggapan berikutnya bahwa bahasa tidak dapat dikontrol oleh kesadaran. Alhasil, subjek-pemberita (jurnalis) dianggap berkuasa penuh atas diksi yang digunakannya dalam mengonstruksi fakta/peristiwa. Kekuasaan penuh ini, contohnya, ketika eksistensi tabloid *Obor Rakyat* dipertanyakan kubu calon presiden dan calon wakil presiden Jokowi-JK, pada saat Pemilihan Umum di Indonesia (Juni 2014) karena berisikan pemberitaan yang dianggap menyudutkan pribadi Jokowi. Anggapan ini tentu mudah dibuktikan benar-tidaknya, jika kita mampu mencari benang merah antara diksi yang digunakan dalam pemberitaan tersebut, konteks yang melingkupi pemberitaan tersebut, dan kualitas daya etis yang dimiliki jurnalis tabloid tersebut. Terkait dengan hal ini, mengingat fungsi sentral media massa sebagai wahana pendidikan politik rakyat, sehubungan dengan kehidupan berbangsa dan bernegara (sebagai cerminan kehidupan yang demokratis), bahasa untuk pemberitaan seyogianya haruslah tetap berada dalam kontrol subjek-pemberitanya (jurnalis). Hal ini patut digarisbawahi, mengingat adanya

sikap etis yang membatasi sejauh mana media massa (apa pun itu bentuknya) boleh memberitakan sesuatu tentang kehidupan berbangsa dan bernegara dan sejauh mana rakyat harus memahami sesuatu tersebut.

Oleh karena itu, dewasa ini kita membutuhkan metode analisis teks media yang lebih kontemporer, yang boleh dinamai metode analisis tindak tutur komunikasi, yang lebih bertujuan membongkar konspirasi di balik sebuah pemberitaan.

Metode Analisis Tindak Tutur Komunikasi

Akibat anggapan bahwa bahasa tidak dapat dikontrol oleh kesadaran, selama ini bias berita pada umumnya “dibongkar” melalui metode analisis teks media yang sudah dikenal, baik yang bersifat positivistik seperti analisis isi (*content analysis*), yang bersifat semi-positivistik seperti analisis wacana (*discourse analysis*) dan analisis semiotika (*semiotic analysis*), maupun yang bersifat kritis seperti analisis pembingkai (*framing analysis*). Akan tetapi, sebagaimana terlihat, metode-metode tersebut gagal justru ketika harus membongkar konspirasi di balik sebuah pemberitaan. Rata-rata metode-metode tersebut mengabaikan problem etis di balik sebuah pemberitaan, akibat meyakini pendapat Hall (1982, 69) bahwa media massa memang tidak dapat bersifat netral akibat adanya politik pemaknaan di dalam media massa itu sendiri. Oleh karena itu, pendapat Hall tersebut mesti diluruskan, karena praktik komunikasi massa tetaplah harus bersifat etis dan emansipatoris. Sifat ini hendaklah digarisbawahi, mengingat ciri komunikasi massa itu sendiri selama ini dikenal hanya satu arah dan serentak, yang oleh karena itu amat rentan terhadap kemunculan problem etis akibat subjek-pemberitanya membiarkan bahasa yang mereka gunakan dilumuri daya-daya konspiratif.

Kembali pada kebutuhan pada metode analisis teks media yang lebih kontemporer,

yakni metode analisis tindak tutur komunikasi, secara heuristik, kritis, dan multidisipliner metode analisis ini penulis konstruksikan dari prinsip kontemporer aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Sebagai salah satu penopang aliran Filsafat Bahasa, aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari lahir di Inggris pada awal abad ke-20 melalui pemikiran Wittgenstein (1889-1951) dan kemudian berkembang pesat melalui pemikiran G. Ryle (1900-1976), J.L. Austin (1911-1960), dan P.F. Strawson (1919-...). Di dalam sejarah pemikiran kontemporer, aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari dianggap sebagai aliran yang paling fenomenal karena pengaruhnya terhadap kemunculan sejumlah teori pemaknaan, seperti fenomenologi Husserl dan teori kritis Habermas di Jerman; dan juga postmodernisme Lyotard, Derrida, dan Foucault di Prancis. Pemikiran Filsafat Bahasa Sehari-hari secara hakiki bahkan juga memengaruhi kemunculan metode-metode analisis teks media yang telah penulis sebutkan.

Dari aspek ontologi, metode analisis tindak tutur komunikasi menggarisbawahi bahwa bahasa bukanlah sekadar alat komunikasi massa mengingat adanya pelbagai bentuk tata permainan bahasa di dalam kehidupan. Hal ini kiranya juga mencerminkan semangat postmodernisme, karena metode analisis tindak tutur komunikasi menegaskan bahwa bahasa harus dikembalikan pada hakikatnya, yaitu bahwa bahasa tidak dapat dilepaskan dari konteks masyarakatnya. Dalam ungkapan lain, dewasa ini memandang bahasa tidak bisa lagi hanya berdasarkan strukturnya atau hanya berdasarkan oposisi binernya, misalnya, bahasa baku *versus* bahasa tidak baku. Istilah oposisi biner memang khas milik para linguis struktural pengikut Saussure untuk menyebut pertentangan langsung (polaritas) antara dua hal di dalam suatu struktur. Oleh karena itu, polaritas antara bahasa baku dan bahasa tidak baku menurut penulis kurang tepat jika diberi istilah "*versus*", sebab keduanya tidak

bertentangan secara langsung tetapi saling melengkapi (Giddens 1987, 48). Dengan demikian, memandang bahasa hanya dari aspek strukturnya mengandaikan bahwa kita mengabaikan pelbagai tata permainan bahasa dalam kehidupan. Pengabaian ini sama halnya dengan menolak kenyataan bahwa kehidupan ini amat beraneka-ragam.

Dari aspek epistemologi, metode analisis tindak tutur komunikasi memfokus pada proses induktif aposteriori, yakni proses pengonstruksian metode melalui prinsip heuristika berdasarkan pemikiran aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Dari sudut metodologi, pemikiran aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari memang tidak menyediakan suatu "jalan yang pasti" (metode) analisis bahasa atau analisis teks media, karena para filsuf di dalam aliran tersebut memiliki prinsip, teori, dan metode yang berbeda-beda. Akan tetapi, mereka fokus pada satu objek materi yang sama, yakni bahasa (dalam segala aspeknya). Dengan kata lain, para filsuf aliran Filsafat Bahasa amat menggarisbawahi hakikat bahasa sebagai penentu segala realitas dalam kehidupan, yang dengan demikian tidak mungkin disederhanakan hanya oleh bahasa baku dan bahasa tidak baku, sebagaimana kecenderungan para linguis struktural pengikut Saussure. Berdasarkan hal ini, secara heuristika penulis melakukan pengonstruksian terhadap prinsip, teori, dan metode para filsuf aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari untuk kemudian dijadikan metode analisis tindak tutur komunikasi.

Dari aspek aksiologi, metode analisis tindak tutur komunikasi bertujuan membongkar konspirasi di balik sebuah pemberitaan, yang menyebabkan terjadinya bias pemberitaan dan berujung pada kemunculan problem etis. Sementara itu, berdasarkan paradigma metodenya, metode analisis tindak tutur komunikasi menginduk pada metode penelitian deskriptif-kualitatif. Oleh karena itu, metode ini tidak hanya

berfungsi untuk menganalisis isi teks media massa, tetapi juga berfungsi untuk menganalisis isi teks media apa pun itu bentuknya, sejauh ia berupa tindak tutur komunikasi. Pada hakikatnya komunikasi dilakukan melalui bahasa dan tindak tuturnya dapat dilakukan melalui pelbagai bentuk, tidak hanya berbentuk susunan kata-kata. Dengan kata lain, suatu tindak tutur komunikasi dapat disampaikan melalui bentuk gambar, foto, patung, dan simbol lainnya.

Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, sudah lama diyakini bahasa di dalam pemberitaan media massa pada umumnya hanya dianggap sebagai alat komunikasi massa belaka atau hanya dianggap sebagai susunan kata dan kalimat yang telah berstruktur atau bergramatika, yang oleh karena itu juga dianggap tidak mengandung problem etis. Sebagai contoh, perhatikanlah kutipan *lead* berita berjudul “Koalisi Mulai Tergambar” (*Kompas* 11/4/14) berikut ini.

Setelah Pemilu Legislatif 9 April 2014 selesai digelar dan peroleh suaranya tergambar dari hasil hitung cepat, partai politik kini mulai menjajaki kerja sama atau koalisi untuk menghadapi pemilu presiden yang digelar 9 Juli 2014.

Membaca *lead* berita tersebut, tentulah pembaca akan mengalami bias pemberitaan tentang “koalisi” dan “kerja sama”; manakah yang dimaksud? Dari perspektif Filsafat Bahasa Sehari-hari, terkait dengan metaetika, kedua kata itu tentulah tidak dapat dikatakan bersinonim. Andai ingin memahami metaetika sebagai kajian etika yang ditujukan pada ungkapan-ungkapan etis, makna “koalisi” tentulah tidak dapat disinonimkan dengan “kerja sama” secara semena-mena, mengingat makna keduanya terikat oleh masing-masing konteks pemakaiannya (kata “koalisi” dipakai dalam konteks tata permainan bahasa politik, sedangkan kata “kerja sama” dipakai dalam konteks tata permainan bahasa umum). Dalam

penegasan lain, prinsip Filsafat Bahasa Sehari-hari menekankan bahwa pada hakikatnya bahasa adalah bagaimana ia digunakan dalam kehidupan dan bagaimana kehidupan mewujud di dalam pelbagai tata permainan bahasa, yakni pelbagai aturan dan nilai yang dipakai dan diyakini masyarakat pengguna bahasa tersebut. Oleh karena itu, sebagaimana sudah disinggung, kata “koalisi” dan kata “kerja sama” memiliki konteks pemakaiannya masing-masing. Dengan demikian, bias pemberitaan yang ditimbulkan oleh surat kabar tersebut sebagai akibat penyinoniman semena-mena antara kata “koalisi” dan kata “kerja sama” mencerminkan adanya semacam konspirasi dalam hal politik pemaknaan, yang tujuannya demi menancapkan makna-makna tertentu ke dalam benak pembacanya. Alhasil, fungsi surat kabar tersebut sebagai wahana pendidikan politik bagi rakyat menjadi terabaikan.

Dari uraian di atas, metode analisis tindak tutur komunikasi secara paradigmatis memang berbeda dari metode analisis isi teks media yang telah dikenal, terutama mengingat tujuan estisnya dalam rangka membongkar konspirasi di balik pemberitaan media massa. Sebagai contoh, perbedaan prinsip metode analisis tindak tutur komunikasi dengan metode analisis wacana (*discourse analysis*) terletak pada fokus perhatiannya. Metode analisis wacana, yang ditengarai baru muncul pada 1960-an, lahir dari pemikiran sejumlah pakar sosiologi dan antropologi. Metode ini memang menegaskan bahwa meneliti isi pesan komunikasi jangan hanya memfokuskan diri pada soal kata-kata dan susunan kalimat belaka. Dengan kata lain, metode ini juga memperhatikan problem etis yang ditimbulkan oleh suatu isi pesan komunikasi dengan mengabaikan ciri psikologis yang tersembunyi di baliknya (Syamsuddin 1992, 8; Littlejohn 1996, 85). Akan tetapi, dari prinsipnya itu tampak jelas terlihat bahwa fokus metode analisis wacana hanya berkuat

di pertanyaan “bagaimana” terkait dengan isi pesan komunikasi. Sebagaimana diketahui, pertanyaan “bagaimana” di dalam penelitian ilmiah pada umumnya bertalian dengan upaya menjawab sesuatu hal secara deskriptif (apa adanya). Oleh karena itu, metode analisis wacana dapat dikatakan tidak mencebur ke masalah terdalam problem etis yang dimaksudkan.

Metode analisis tindak tutur komunikasi juga lebih bersifat kritis daripada metode analisis semiotika (*semiotics analysis*). Metode analisis semiotika, yang muncul sebagai varian dari strukturalisme, bertujuan mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, atau seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1979:7; Zoest, 1996:8; Sobur, 2002:88). Istilah “semiotika” itu sendiri bermula dari pendapat Saussure mengenai *semiology*, ilmu tentang tanda. Dalam pandangan Saussure, linguistik menjadi bagian dari semiologi, suatu pengetahuan umum tentang tanda, karena persepsi manusia tentang realitas ternyata dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Pada 1960-an, semiotika barulah dianggap penting sebagai metode analisis isi pesan komunikasi, menyusul pernyataan Barthes bahwa semua objek kultural dapat diolah secara tekstual dan oleh karena itu semiotika dapat digunakan untuk menganalisis pelbagai macam teks. Kendati demikian, mengingat semiotika dilandasi oleh prinsip strukturalisme empiris-positivistik Saussure, tidak mengherankan jika semiotika bergantung pada suatu *grand theory*, teori yang telah “dibakukan”, yakni teori yang dicetuskan oleh Peirce (1839-1914). Ketergantungannya pada suatu teori yang telah “dibakukan” itulah yang membuat metode analisis semiotika secara paradigmatis penulis katakan tidak memiliki kekritisannya dibandingkan dengan metode analisis tindak tutur komunikasi. Hal ini patut digarisbawahi, karena prinsip ketergantungan pada suatu *grand theory*,

berdasarkan perspektif Filsafat Bahasa Sehari-hari, bertentangan dengan hakikat bahasa sebagai perwujudan pelbagai tata permainan bahasa yang terkonteks dengan masyarakatnya. Menurut penulis, amat tidak mungkin menyeragamkan penggunaan bahasa hanya melalui sebuah sistem atau struktur (Wibowo 2013, 8).

Di lain pihak, terdapat upaya pembaruan pada metode analisis wacana. Pada 1955, pembaruan ini melahirkan metode analisis pbingkaian (*framing analysis*) melalui pemikiran Beterson. Dengan berpijak pada prinsip multidisipliner melalui disiplin psikologi dan sosiologi yang berparadigma konstruksionisme, metode analisis pbingkaian bertujuan mengetahui perspektif apa yang digunakan oleh jurnalis ketika mengkonstruksi fakta atau menyeleksi isu dan kemudian menulis berita (Eriyanto 2002, 23; Sobur 2002, 157). Prinsip multidisipliner metode analisis pbingkaian ini, secara ontologis jelas sekali dipengaruhi oleh prinsip heuristik aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Implikasi dari hal ini, metode analisis pbingkaian menyelaraskan diri dengan prinsip aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari bahwa etika dan pilihan moral merupakan bagian integral dalam produksi pesan komunikasi. Akan tetapi, penyelarasan ini patut disikapi secara kritis, sebab tidak berarti etika dan pilihan moral subjek-pemberita serta-merta akan melahirkan pemberitaan atau ungkapan jurnalistik yang juga etis. Penyebabnya, belum tentu subjek-pemberita mampu memahami problem etis secara filosofis, mengingat dialektika yang dilematis antara profesionalisme jurnalistik dan praktik institusionalisme media massa. Dalam penegasan lain, etika dan pilihan moral subjek-pemberitanya akan selalu berbenturan dengan praktik bisnis pers (Wibowo 2009, 153).

Makin menjadi jelas bahwa prinsip dasar metode-metode analisis teks media yang

telah disebutkan itu dikembangkan melalui pengaruh dan atau penolakan dari pemikiran aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Menurut penulis, hal ini bertalian dengan kenyataan bahwa metode-metode tersebut tidak menganggap bahasa sebagai tulang punggung komunikasi, selain menggarisbawahi bahwa realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang netral, melainkan realitas yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan ekonomi, politik, budaya, dan sosial. Padahal, bahwa bahasa tidak sekadar tulang punggung komunikasi telah ditegaskan oleh aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Tokoh utama aliran ini, Wittgenstein, menyatakan bahwa untuk mencari hakikat bahasa, atau untuk memahami bahwa bahasa adalah alat pengungkap segala realitas, kita harus menyadari adanya tata permainan bahasa. Dalam pernyataan lain, kehidupan manusia diwarnai oleh banyak sekali tata permainan bahasa yang masing-masing terikat oleh aturan dan konteksnya. Implikasi dari hal ini, bahasa yang digunakan manusia tidak hanya berdasarkan atas logika formal atau matematis. Bahasa dengan demikian tidak semata-mata dapat dikelompok-kelompokkan ke dalam subjek, predikat, dan objek sebagai suatu fungsi serta kategori kata seperti kata benda, kata keterangan, kata sifat, dan kata bilangan, tetapi lebih sebagai tata permainan yang makna-maknanya ditentukan oleh penggunaannya. Oleh karena itu, Wittgenstein (1983,107) mencoba menyadarkan kita tentang pentingnya analisis makna kata dalam bahasa dan analisis makna bahasa dalam penggunaannya pada kehidupan manusia. Tujuan Wittgenstein, agar kesalahpahaman dan kekeliruan dalam penggunaan bahasa dapat dihindarkan.

Perihal agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam penggunaan bahasa, sebagaimana digarisbawahi oleh Wittgenstein, memang harus menjadi perhatian kita mengingat dewasa ini begitu

banyak bentuk teks dan pesan komunikasi yang datang kepada kita. Terkait dengan kinerja jurnalistik, penyaringan dan pengonstruksian fakta/peristiwa yang dilakukan subjek-pemberita oleh karena itu haruslah dilandaskan pada daya etis, agar tidak memicu problem etis, karena makna tidak bisa dianggap lagi sebagai sekadar produk praktik sosial. Dalam penegasan lain, makna berita dewasa ini mustahil ditimbulkan berdasarkan konspirasi yang dilakukan subjek-pemberita berdasarkan ideologi mereka semata-mata. Oleh para pakar analisis wacana, ideologi (sistem ide yang menjadi seperangkat keyakinan) pada umumnya dikatakan sebagai konsep sentral yang oleh karena itu bersifat kritis karena kerap menimbulkan problem etis. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pemberitaan media massa dewasa ini lebih merupakan gambaran ideologis subjek-pemberita tentang konflik (sosial dan individu) daripada gambaran etis tentang pendidikan politik bagi rakyat. Andaiapun pemberitaan tersebut bersifat hiburan, tentang film atau musik misalnya, tetap saja berciri-ciri ideologis yang dibalut konflik: ada film baik dan film buruk, musik baik dan musik buruk, dan seterusnya. Akan tetapi, para pakar wacana tersebut tidak menyinggung peran bahasa sebagai peredam kemunculan problem etis, selain membenarkan pendapat Schulman (1990,115) bahwa kinerja jurnalis tidak semata-mata dapat dilihat melalui ungkapan bahasanya berdasarkan aturan-aturan berbahasa, tetapi lebih pada pertimbangan ideologi.

Aturan berbahasa yang dikatakan Schulman tentu bertalian dengan masalah gramatika, sintaksis, dan ejaan. Menurut penulis, masalah teknis berbahasa tersebut tidak relevan jika dipertalikan dengan ideologi, mengingat pertimbangan ideologi justru amat bertalian dengan kesadaran subjek-pemberitanya dalam hal memahami hakikat bahasa. Dalam ungkapan lain, ideologi

yang muncul dalam suatu pemberitaan merupakan cerminan kesadaran berbahasa subjek-pemberitanya ketika melakukan penyaringan dan pengonstruksian fakta/peristiwa yang dilihatnya. Dalam perspektif Filsafat Bahasa, kesadaran berbahasa adalah kesadaran yang terefleksi, yaitu sadar atas kesadaran, yang menyebabkan subjek-pemberitanya menyadari bahwa dirinyalah yang mengatur dan menetapkan pikirannya melalui bahasa dalam rangka mencegah munculnya problem etis. Melalui kesadaran berbahasa, subjek-pemberita selain akan memperlihatkan profesionalitasnya juga akan mempertunjukkan intelektualitasnya. Hal inilah yang tadi penulis katakan bahwa makna berita dewasa ini mustahil ditimbulkan berdasarkan konspirasi yang dilakukan subjek-pemberita berdasarkan ideologi mereka semata-mata. Pemberitaan yang konspiratif selain berpeluang menimbulkan bias, juga tidak akan pernah memperlihatkan tujuan etisnya terkait dengan pendidikan politik rakyat sehubungan dengan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Berpijak dari hal di atas, berikut ini adalah uraian tiga elemen pokok penopang metode analisis tindak tutur komunikasi.

1. Elemen lokusi: niat etis subjek-pemberita

Dari perspektif Filsafat Bahasa Sehari-hari, terkait dengan metode analisis tindak tutur komunikasi, lokusi adalah tindak tutur orang yang hendak menyampaikan suatu makna tertentu di balik pesan komunikasinya. Sifatnya masih terbatas niat, sehingga menurut penulis elemen lokusi dapat dipertalikan dengan masalah subjektivitas, kategori, dan ideologi subjek-pemberita.

Suatu pemberitaan atau ungkapan jurnalistik harus dilihat sebagai upaya subjek-pemberitanya dalam menghadirkan fakta melalui penafsiran yang subjektif. Subjektivitas ini tentu berkaitan dengan

kategori dan ideologi. Beranalogi dengan pendapat Wittgenstein, kategori dapat dimaknai sebagai penetapan etis yang dilakukan jurnalis terhadap suatu bentuk tata permainan bahasa, di antara begitu banyak tata permainan bahasa di dalam kehidupan, yakni tata permainan bahasa jurnalistik.

Mengingat bahasa memiliki konteks penggunaan tertentu yang berbeda-beda, yang dalam kaitannya dengan fungsi media massa sebagai wahana pendidikan politik bagi rakyat, maka subjek-pemberita melakukan pengkategorian atas perbedaan-perbedaan tersebut ke dalam fakta-fakta tertentu untuk kemudian secara subjektif-etis menetapkan fakta apa yang hendak ditonjolkan agar fungsi pendidikan politik tersebut berjalan sesuai dengan asasnya. Sebagai contoh, manakah yang akan dipilih subjek-pemberita ketika berniat menyajikan pemberitaan tentang sebuah partai politik yang sedang mempersiapkan diri bergabung dengan partai lain sehubungan dengan pemilihan presiden: apakah memilih ungkapan “koalisi” ataukah “kerja sama”? Pilihan yang bersifat subjektif dan dilandaskan pada sikap etis (subjektif-etis) ini, agaknya selaras dengan apa yang ditegaskan oleh Wittgenstein bahwa fakta, realitas, atau suatu permainan bahasa berakibat pada terjadinya suatu inovasi dalam penggunaan bahasa, sehingga komunikasi yang terbangun lebih bersifat emansipatoris daripada saling memengaruhi. Hal ini berarti, masyarakat pembaca tidak akan menjadi korban pemberitaan media massa akibat adanya bias pemberitaan.

Pengkategorian fakta-fakta bertalian pula dengan ideologi, yakni sistem ide yang menjadi seperangkat keyakinan yang diungkapkan dalam komunikasi (Lull 1998, 5). Selaras dengan kenyataan ini, menurut Lauer (1993, 23) ideologi akan menghasilkan perilaku yang mempertahankan tatanan yang ada. Dengan ucapan lain, ideologi memiliki kekuasaan logis untuk memotivasi, memaksa,

atau bahkan memperalat individu. Perihal pentingnya masalah kategori dan ideologi dalam penetapan fakta atau realitas, agaknya dapat dilihat pada hubungan dialektis antara etika pers dan profesionalisme jurnalistik (Wibowo, 2009). Etika pers, sebagai bagian integral dari sensor dan kontrol diri subjek-pemberita (jurnalis), mestinya bertaut dengan kesadaran berbahasa si subjek-pemberita itu. Akan tetapi, kesadaran berbahasa, yang dalam konteks ini dapat dimaknai sebagai totalitas dari sikap, perasaan, dan intelektualitas si subjek-pemberita ketika hendak menyusun pemberitaannya, selalu terhadang secara dialektis oleh hal-hal eksternal yang berada di luar jangkauannya. Hal semacam inilah yang juga telah digarisbawahi oleh Wittgenstein bahwa di balik suatu ungkapan bahasa tersembunyi sifat antroposentris yang laten dari subjek penyampai ungkapan bahasa tersebut. Sifat antroposentris ini tentu saja dilandasi oleh persepsi si subjek berdasarkan latar belakang budaya, latar belakang pendidikan, dan latar belakang sosial-ekonominya. Oleh karena itu, berbeda dengan pendapat Lull dan Lauer, ideologi dalam hubungan ini penulis maknai sebagai makna niatan (*intentional meaning*), yakni makna yang tersirat, atau maksud tersembunyi yang bersifat etis, yang disampaikan si subjek melalui ungkapan bahasanya. Dalam penegasan lain, ideologi mewujudkan diri sebagai lokusi, yakni niat etis si subjek-pemberita ketika hendak menyampaikan suatu makna tertentu di balik pesan komunikasinya. Menurut Austin (1962, 95), lokusi di dalam suatu ungkapan bahasa ditengarai berpeluang memiliki kekuasaan logis untuk memotivasi, memaksa, atau bahkan memperalat individu lain, namun kekuasaan tersebut hanya bersifat imbauan karena masih sebatas niat.

Lokusi (kategori dan niat etis) mengimplikasikan bahwa bahasa di tangan subjek-pemberita (jurnalis) dapat bersifat amat lentur, terutama jika dikaitkan dengan

kepentingan segmentasi pembacanya, terkait dengan fungsi pendidikan politik rakyat. Kelenturan bahasa media massa, terutama dewasa ini, memungkinkan munculnya pelbagai gaya penyajian dalam hal pemberitaan, sesuai dengan segmen pembaca media massa tersebut. Pelbagai gaya penyajian pemberitaan inilah yang juga menegaskan bahwa di dalam dunia media massa itu sendiri juga terdapat pelbagai bentuk tata permainan bahasa, yang menurut penulis terkategori sebagai tata permainan bahasa jurnalistik. Oleh karena itu, tidak memungkinkan bagi kita untuk berpendapat bahwa bahasa media massa harus disajikan secara seragam, baik secara gramatikal maupun secara sintaksis. Pendapat tentang penyeragaman semacam itu, selain memperlihatkan bahwa masih banyak di antara kita yang masih terbelenggu oleh paradigma strukturalisme, juga menegaskan bahwa di dalam kehidupan memang terdapat pelbagai tata permainan bahasa (dibaca: kehidupan ini amatlah beraneka-ragam). Sebagai contoh, cobalah perhatikan, bukankah pemberitaan yang dilakukan oleh *Kompas* amat berbeda dengan pemberitaan yang dilakukan oleh *Warta Kota*, meskipun kedua surat kabar tersebut sama-sama menyajikan fakta/peristiwa Pemilihan Umum di Indonesia (Juni 2014).

2. Elemen ilokusi: implikasi etis tindak tutur si subjek-pemberita

Dari perspektif Filsafat Bahasa Sehari-hari, ilokusi dipahami sebagai tindak tutur subjek yang hendak menyatakan sesuatu dengan menggunakan suatu daya yang khas, yang membuat si subjek tersebut bertindak sesuai dengan apa yang dituturkannya.

Sehubungan dengan metode analisis tindak tutur komunikasi, elemen ilokusi cenderung diwujudkan melalui upaya subjek-pemberita dalam hal memilih, menggarisbawahi, dan kemudian menonjolkan bagian tertentu dari fakta/peristiwa yang di-

lihatnya ke dalam pemberitaannya. Penonjolan bagian tertentu dari fakta/peristiwa ini amat berimplikasi pada kemunculan problem etis, karena ilokusi adalah tindak tutur subjek-pemberita dalam menampilkan fakta/realitas melalui suatu daya berbahasa yang khas demi menarik minat masyarakat pembacanya. Tentang daya berbahasa yang khas, yang dikatakan berimplikasi pada kemunculan problem etis, mesti digarisbawahi oleh subjek-pemberita mengingat selain terkait dengan elemen lokusi juga terkaitan dengan hakikat komunikasi massa itu sendiri, yaitu (a) bahwa komunikasi massa berlangsung hanya satu arah; (b) pihak komunikatornya dianggap merepresentasikan institusinya dan bukan atas nama pribadi; (c) pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum dan serempak, sehingga berpeluang dibaca khalayak yang lebih luas; dan (d) khalayak pembacanya bersifat heterogen, tersebar secara geografis dan terpisah-pisah berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, sosial, ekonomi, dan budaya.

Oleh karena itu, agar tidak menimbulkan problem etis, menurut penulis elemen ilokusi dalam konteks ini harus dilihat sebagai landasan utama dalam menentukan nilai berita. Di dalam perspektif jurnalistik, sudah lama diyakini bahwa suatu berita dinyatakan bernilai atau layak muat jika mengandung salah satu unsur berikut ini: (1) aktual atau baru; (2) memperhatikan apakah jarak dan lingkungan objek berita dekat dengan pembacanya; (3) memperhatikan apakah objek beritanya adalah orang-orang ternama; (4) memperhatikan keluarbiasaan atau keunikan objek berita; (5) memiliki kekuatan untuk menyalakan emosi pembacanya; (6) mengandung anasir seksualitas; (7) mengandung informasi kemajuan di bidang teknologi; atau (8) mengandung aspek humor (Assegaff 1991,142). Akan tetapi, menurut penulis, kriteria dalam menentukan unsur nilai berita itu selama ini hanya dipangkalkan dari

kacamata jurnalistik, itu pun dipangkalkan dari kacamata para pakar jurnalistik Barat, sehingga jika dipratikkan di Indonesia tanpa disertai sikap kritis tetap berimplikasi pada masalah etis. Patut disadari, pada hakikatnya sebuah media massa merupakan cerminan suatu masyarakat pada suatu negara, yang dengan demikian nilai beritanya berbeda dari nilai berita di negara lain. Oleh karena itu, sebagaimana telah dikatakan, elemen ilokusi harus dilihat sebagai landasan utama subjek-pemberitanya dalam menentukan apakah suatu berita memiliki nilai etis atau tidak yang terkonteks dengan masalah berbangsa dan bernegara yang sedang dihadapi bangsa Indonesia.

Subjek-pemberita adalah agen konstruksi, yakni individu yang tidak semata mata melaporkan fakta, tetapi juga turut mendefinisikan fakta/peristiwa (Wibowo 2011, 8). Akan tetapi, pendefinisian yang dilakukan subjek-pemberita tersebut harus dilakukan secara ilokutif, sehingga pemberitaan yang disajikan kepada pembacanya tidak menimbulkan problem etis. Hal ini patut digarisbawahi, karena di dalam proses pengonstruksian fakta/peristiwa selalu terikut nilai-nilai moral, latar belakang pendidikan, latar belakang budaya, dan ideologi si subjek-pemberita tersebut. Hal ini kiranya selaras dengan pendapat Wittgenstein bahwa untuk mengetahui hakikat makna yang terkandung dalam suatu ungkapan bahasa, agar tidak terjadi bias pemberitaan, terlebih dahulu kita harus memahami nilai-nilai kehidupan masyarakat yang terkonteks dengan pemakaian ungkapan bahasa tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa masyarakat pembaca/pendengar media massa bukanlah subjek yang pasif, melainkan subjek yang turut aktif pula menafsirkan bacaannya. Sebagai contoh, pemuatan foto di media massa tentang salah seorang calon presiden yang tampak sedang mengelus-elus kepala seorang bocah, pada fakta/peristiwa

kampanye Pemilihan Umum di Indonesia (Juni 2014), tentu dapat ditafsirkan secara berbeda-beda oleh masyarakat pembaca.

Wittgenstein memang mengatakan bahwa perbedaan penafsiran merupakan hal yang alamiah, karena ungkapan bahasa akan bermakna jika mampu mencerminkan aturan-aturan yang terdapat dalam tiap-tiap konteks kehidupan manusia. Sehubungan dengan hal ini, elemen ilokusi pada umumnya cenderung difungsikan oleh subjek-pemberita melalui dua titik fokus ilokusi berikut ini: (a) penetapan masalah melalui pengidentifikasian dan penentuan siapa yang pantas dianggap sebagai penyebab masalah; dan (b) penilaian atas penyebab masalah tersebut melalui nilai-nilai etis dengan tujuan memberikan solusi berdasarkan sudut pandang sang subjek-pemberita. Kedua titik fokus ilokusi ini pada umumnya juga cenderung dimunculkan pada (1) judul berita; (2) fokus berita; dan (3) amanat berita (Wibowo 2011, 9).

Berita berjudul "Koalisi Mulai Tergambar" (*Kompas* 11/4/14), contohnya, secara ilokutif diangankan oleh subjek-pemberitanya agar masyarakat dapat ikut berperan aktif menilai koalisi antar partai tersebut, dengan tujuan agar masyarakat memperoleh gambaran utuh tentang kinerja pemerintah Indonesia lima tahun mendatang. Sang subjek-pemberita dapat pula menggunakan suatu daya yang khas pada fokus berita, melalui daya asosiasi atau daya analogi, dengan menghubungkan-hubungkan antara fokus berita tersebut dan harapan terbesar masyarakat pembaca. Dengan memilih ungkapan "tegas melontarkan" (berasosiasi dengan sesuatu yang mirip lembing), sang subjek-pemberita menyusun pemberitaannya secara ilokutif sebagai berikut: "Calon presiden dari PDI-P Jokowi, Kamis (10/4/2014), tegas melontarkan akan menjajaki koalisi dengan Partai Nasdem dan PKB." Dengan memfokuskan pada fakta/peristiwa bahwa PDI-P akan berkoalisi dengan kedua partai

tersebut, subjek-pemberita mengandaikan itulah harapan terbesar masyarakat pembaca terhadap munculnya calon presiden Indonesia yang ideal, sehingga diandaikan muncul pula kesadaran etis masyarakat pembaca tentang betapa pentingnya menjaga kesuksesan pelaksanaan Pemilihan Umum pada 9 Juli 2014.

Selanjutnya, subjek-pemberita juga dapat menggunakan suatu daya yang khas pada amanat berita melalui pesan-pesan moral tertentu, dengan pengandaian agar masyarakat pembaca terbujuk dan percaya pada berita tersebut. Sebagai contoh, dengan mengutip narasumber yang bangga dan setuju atas keputusan calon presiden Jokowi berkoalisi dengan Partai Nasdem dan PKB, sang subjek-pemberita mengandaikan akan timbul kepercayaan pada masyarakat pembaca bahwa Pemilihan Umum akan berlangsung sukses (Austin 1962, 27; Kaelan 1998,165; Wibowo 2009,115; 2011,10).

3. Elemen perlokusi: efek suatu tindak tutur

Elemen perlokusi merupakan elemen yang harus diperhatikan di dalam metode analisis tindak tutur komunikasi, mengingat perannya sebagai penopang kedua elemen lainnya. Dikatakan harus diperhatikan, karena elemen perlokusi dalam konteks ini dimaknai sebagai tindak tutur si subjek-pemberita, yang karena tulisannya, menyebabkan efek tertentu pada pembacanya baik secara aktif maupun pasif. Dalam penegasan lain, bila elemen lokusi dan elemen ilokusi menekankan peranan si subjek-pemberita, elemen perlokusi lebih menekankan bagaimana respons pembaca. Hal ini kiranya mudah untuk dipahami, karena pada dasarnya bahasa lebih berfungsi sebagai pemberi pengaruh daripada sekadar alat komunikasi (Austin 1962,28; Tubbs 1994,32; Kaelan 1998,167).

Terkait dengan metode analisis tindak tutur komunikasi, elemen perlokusi

memperlihatkan upaya subjek-pemberita dalam membangun koherensi dan kohesitas ungkapan jurnalistiknya dalam rangka penonjolan fakta/peristiwa yang dilihatnya. Menurut penulis, upaya tersebut dapat dilakukan oleh subjek-pemberita melalui seperangkat tindak tutur konstatif yang dapat ditelusuri melalui elemen lokusi dan ilokusi. Bagi Austin (1962, 7), tindak tutur konstatif adalah tindak tutur seseorang ketika hendak menyatakan (mengkonstatir) suatu kenyataan faktual, yang oleh karena itu memiliki konsekuensi untuk ditentukan benar-salahnya (mirip jenis verdiktif dalam elemen ilokusi).

Dalam pertalian dengan media massa, penentuan benar-salahnya suatu ungkapan jurnalistik mestinya ditentukan oleh hubungan antara fakta dan ungkapan jurnalistik tersebut. Akan tetapi, sebagaimana telah disinggung, subjek-pemberita adalah agen konstruksi, yakni individu yang tidak semata-mata melaporkan fakta/peristiwa, tetapi juga turut mendefinisikan fakta/peristiwa tersebut. Implikasinya, suatu pemberitaan dengan demikian sulit untuk dilepaskan dari unsur lokusi dan ilokusi, sehingga pemberitaan tersebut akan selalu menimbulkan efek-efek tertentu kepada pembacanya, baik secara aktif maupun pasif. Dalam konteks inilah, jika subjek-pemberita tidak memiliki kesadaran berbahasa, sebagaimana telah penulis singgung, konspirasi akan mudah terjadi sehingga pengonstruksian suatu fakta/peristiwa menampilkan bias pemberitaan yang berujung pada kemunculan problem etis. Efek perlokutif yang muncul menyusul penerbitan tabloid *Obor Rakyat*, yang memicu amarah para pendukung calon presiden Jokowi (Juni 2014), merupakan contoh bahwa lokusi dan ilokusi yang sekadar dilandaskan hanya pada ideologi “partisan” ternyata menimbulkan problem etis. Dalam ungkapan lain, subjek-pemberita yang tidak sadar berbahasa akan memicu efek perlokutif berupa bias pemberitaan.

Elemen perlokusi yang ditopang

oleh tindak tutur konstatif tersebut dapat diwujudkan oleh subjek-pemberita melalui ungkapan bahasa yang persuasif-eufemistik, yaitu ungkapan bahasa yang bersifat meyakinkan, merayu, mengarahkan, menipu, membujuk, atau menakuti; bahkan, sering kali pula bersifat persuasif-imperatif, seperti klaim moral, simbol, jargon, atau slogan tertentu. Ketika media massa menyebutkan “Indonesia sudah menjadi sarang koruptor terbesar di dunia”, misalnya, efek yang hendak ditimbulkan kepada pembaca jelas sekali bersifat “meyakinkan” bahwa Indonesia memang sudah gawat.

Perhatikanlah Bagan 1 tentang tiga elemen penopang metode analisis tindak tutur komunikasi, sebagai berikut:

Bagan 1
Metode Analisis Tindak Tutur Komunikasi
dan Tiga Elemen Penopangnya

Elemen lokusi: Kategorisasi dan ideologi	Ungkapan bahasa adalah wujud antroposentrisme individu, yang dilandasi oleh persepsi, makna niatan, dan kategorinya. Bahkan, juga oleh profesionalitasnya.
Elemen ilokusi: Tata permainan bahasa dan implikasi etisnya	Ungkapan bahasa adalah pernyataan individu tentang sesuatu yang disampaikan melalui suatu daya yang khas, yang membuat individu tersebut merasa telah bertindak sesuai dengan apa yang diturkannya. Oleh karena mengandung suatu daya yang khas, suatu ungkapan bahasa selalu berimplikasi pada masalah etis.

Elemen perlokusi: Efek ungkapan bahasa	Ungkapan bahasa menyebabkan efek tertentu bagi pendengarnya atau pembacanya. Hal ini dapat terjadi sebagai dampak dari fungsi bahasa sebagai pemberi pengaruh.
---	--

objek material berupa isi teks media apa pun itu bentuknya (gambar, foto, patung, dan simbol lainnya), sejauh ia berupa tindak tutur komunikasi.

Komunikasi pada hakikatnya dilakukan melalui bahasa dan tindak tuturnya dapat dilakukan melalui pelbagai bentuk yang bukan hanya berbentuk susunan kata-kata.

Kesimpulan

Metode analisis tindak tutur komunikasi secara paradigmatik berbeda dari metode analisis isi pesan komunikasi yang telah dikenal. Perbedaan ini akan lebih terlihat terutama mengingat tujuan estisnya dalam rangka membongkar konspirasi di balik pemberitaan media massa.

Konspirasi di balik pemberitaan akan selalu memunculkan bias pemberitaan atau penyimpangan makna berita. Hal ini dapat terjadi karena fakta/peristiwa yang dikonstruksi oleh subjek-pemberita disampaikan melalui bahasa, dan sementara itu bahasa selalu dianggap tidak bebas nilai. Hal ini memicu anggapan berikutnya bahwa bahasa tidak dapat dikontrol oleh kesadaran. Alhasil, subjek-pemberita dianggap berkuasa penuh atas diksi yang digunakannya dalam menulis berita. Pada titik bahwa bahasa harus dikembalikan ke hakikatnya dan bahwa pada dasarnya komunikasi harus bersifat etis dan emansipatoris, dibutuhkan suatu metode analisis teks atau metode isi pesan komunikasi yang lebih mampu membongkar konspirasi di balik pemberitaan media massa, yang disebut metode analisis tindak tutur komunikasi.

Dari perspektif heuristik, kritis, dan multidisipliner, metode analisis tindak tutur komunikasi dikonstruksikan dari prinsip kontemporer aliran Filsafat Bahasa Sehari-hari. Ditopang oleh tiga elemen utamanya, yakni elemen lokusi, elemen ilokusi, dan elemen perlokusi, metode analisis tindak tutur komunikasi dengan demikian menemukan relevansinya tidak hanya pada objek material berupa isi teks media massa, tetapi juga pada

DAFTAR RUJUKAN

- Austin, J.L. 1961. *Philosophical Papers*. London: Oxford University Press.
- . 1962. *How to do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Assegaff, Dja'far H.. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia.
- Eco, Umberto. 1976. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing*. Yogyakarta: LKiS.
- Giddens, Anthony. 1987. *The Constitutional Social of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press.
- Hall, Stuart. 1982. "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies." Dalam *Culture, Society, and the Media*, diedit oleh Michael Gurevitch. London: Methuen.
- Kaelan. 1998. *Filsafat Bahasa, Masalah dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Paramadina.
- Schulman, Mark. 1990. "Control Mechanism Inside the Media." Dalam *Questioning the Media: a Critical Introduction*, diedit oleh John Downing. London: Sage Publication.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syamsuddin A.R. 1992. *Studi Wacana: Teori Analisis-Pengajaran*. Bandung: FPBS IKIP Bandung.
- Tubbs, Stewart L. & Sylvia Moss. 1994. *Human Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Lauer, Robert H. 1993. *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Terj. Alimandan S.U.. Jakarta: Rineka Cipta.
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Lull, James. 1998. *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Terj. A. Setiawan Abadi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ward, Ian. 1995. *Politics of The Media*. Melbourne: Macmillan.
- Wibowo, Wahyu. 2009. *Menuju Jurnalisme Beretika*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- . 2011. "Penetapan Prinsip Filsafat Bahasa Biasa sebagai Upaya Pemutakhiran Metode Analisis Pesan Komunikasi." *Kajian Linguistik dan Sastra* 23 (1): 8-18.
- . 2013. *Menulis Artikel Ilmiah yang Komunikatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wittgenstein, Ludwig. 1983. *Philosophical Investigation*. Translated by G.E.M Ascombe. Oxford: Basil Blackwell.
- Zoest, Aart van, ed. 1996. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.