

**WAJAH SOEHARTO DALAM INFOTAINMENT  
(ANALISIS FRAMING TABLOID CEK & RICEK TERHADAP  
PEMBERITAAN SOEHARTO)**

*Ika Damayanti*

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: ika@fki.ums.ac.id

**ABSTRACT**

*Soeharto was the most powerful person in Indonesia. He died in a controversy related to his biography and many cases that has not been finished. Journalist has worked so hard to cover every last minutes in his live as well as the infotainment which use to cover the celebrity's activities. Each media has their own frame to describe the story about Soeharto that possibly influence people to understand Soeharto as the way they frame him.*

**Keywords:** Soeharto, infotainment, framing.

**ABSTRAK**

*Soeharto adalah orang yang paling berkuasa di Indonesia pada masanya. Dia meninggal dalam sebuah kontroversi yang berhubungan dengan biografinya dan banyak kasus yang belum terselesaikan. Jurnalis telah bekerja sangat keras untuk mengungkap setiap menit di kehidupannya seperti infotainment yang biasa meliput aktifitas-aktifitas selebriti. Masing-masing media memiliki frame sendiri untuk mendeskripsikan kisah Soeharto yang mungkin mempengaruhi masyarakat untuk memahami Soeharto sebagai cara mereka membingkai dirinya.*

**Kata kunci :** Soeharto, infotainment, framing.

**PENDAHULUAN**

Menurut hasil survey yang dilakukan Lingkaran Survey Indonesia

(LSI) pada bulan Mei 2010 yang menunjukkan bahwa 44, 5 % persen masyarakat yang diwakili oleh 1000 responden dari seluruh Indonesia

menyatakan bahwa Era Orde Baru jauh lebih baik dibanding dengan Era Reformasi yang hanya didukung oleh 16,9% responden.

Pandangan positif terhadap Soeharto juga dapat dilihat dari hasil survey yang dilakukan oleh Lembaga Kajian dan Survey Nusantara (LaKSNU) pada Oktober 2007, Soeharto adalah presiden terbaik yang pernah memimpin Indonesia dengan perolehan suara 34,7% dari 1000 responden. Selain itu, masih berdasarkan hasil survey yang sama, Soeharto juga menempati peringkat pertama sebagai presiden yang paling berhasil dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan perekonomian rakyat.

Hasil kedua survey diatas menunjukkan adanya kemungkinan untuk kembali menerapkan kebijakan-kebijakan pada zaman Soeharto terlepas dari beberapa citra negatif yang membuat presiden kedua di Indonesia itu dilengserkan pada tahun 1998. Maka dari itu, perlu adanya sebuah media yang bisa digunakan untuk menyebarkan citra positif tentang Soeharto kepada khalayak dengan efektif.

Salah satu media yang bisa digunakan dan mungkin paling efektif untuk menggiring masyarakat untuk kembali pada model pemerintahan zaman

orde Baru dengan menunjukkan sisi-sisi positif Soeharto adalah Infotainment. Hal ini disebabkan sejak Pegawai infotainment di sahkan sebagai wartawan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), tayangan itu semakin menjamur di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan AGB Nielsen, rata-rata pemirsa infotainment pada Januari-Maret 2008 sebanyak 533 ribu tiap hari, sedangkan berita hanya 288 ribu. (Koran Tempo, 27 Mei 2008). Hal itu menunjukkan kebutuhan masyarakat akan berita mulai tergeser oleh infotainment.

Namun, saat ini menjamurnya tayangan infotainment dibarengi dengan maraknya tayangan sinetron dan berbagai acara *reality show*. Karena tayangan-tayangan tersebut butuh ruang tersendiri sebagai ajang publikasi khususnya bagi para selebritis yang terlibat di dalamnya. Hal ini juga merupakan salah satu bukti nyata dari *the logic accumulation* atau dalam istilah Dedy N. Hidayat (2003) *never ending circuit of capital accumulation: M-C-M (Money - Commodities - More Money)*. (Syahputra, 2006: 68)

Apabila infotainment memang sebuah acara yang didesain untuk mempopulerkan para selebritis, sekaligus menyebarkan informasi-informasi yang bombastis, maka bagaimanakah produk

infotainment memotret figur Soeharto, seorang tokoh politik Indonesia yang pernah menjabat sebagai presiden selama tiga puluh dua tahun dan notabene bukan seorang selebritis? Penelitian ini akan berfokus pada bagaimanakah framing media infotainment terhadap Soeharto dalam Tabloid Cek & Ricek dan Tablod Nova?

## INFOTAINMENT

Kata infotainment merupakan neologisme, atau kata bentukan baru yang menggabungkan *information* (informasi) dan *entertainment* (hiburan). Artinya infotainment adalah informasi yang dikemas dengan cara yang menghibur. Namun di Indonesia infotainment dimaknai sebagai informasi tentang hiburan. Sehingga sisi hiburan menjadi substansi untuk disampaikan kepada masyarakat. Akibatnya seringkali banyak informasi yang disampaikan kepada pemirsa bukanlah informasi yang mereka butuhkan, tetapi informasi yang dianggap dapat menghibur. (Syahputra, 2006: 66)

Berdasarkan penelusuran *msn dictionary*, infotainment adalah *information treated as entertainment : television programs that deal with serious issues or current affairs in an entertaining way*. Hal tersebut berarti infotainment bagaimanapun juga

seharusnya berisi tentang informasi-informasi yang menyangkut hajat hidup masyarakat dan mampu memberikan pendidikan bagi pemirsanya.

Di negara Barat terutama Inggris, hal itu biasa dilakukan koran kuning berbentuk tabloid, yang menyajikan berita eksklusif dari balik tembok istana. Di Indonesia dominasi infotainment dipegang oleh televisi. Definisi ini tampaknya sesuai dengan pemahaman infotainment yang terjadi di Indonesia. Dengan demikian infotainment telah menjalankan perannya sebagai salah satu produk hiburan sekaligus pemberi informasi. (BP2i, 2006: 61)

Para ahli komunikasi dan media menyebut infotainment sebagai *soft journalism*, jenis jurnalisme yang menawarkan berita-berita sensasional, lebih personal, dengan selebriti sebagai perhatian liputannya. Infotainment menjual informasi yang dipertimbangkan memenuhi selera pasar, sehingga kerap kali menanggalkan kaidah penting jurnalisme atas nama “pembobongan terhadap publik.” (Syahputra, 2006: 68)

Project Censored, sebuah lembaga penyelidikan sosiologis untuk kebebasan informasi di Amerika, menggolongkan *infotainment* ke dalam kategori *junk food news*. Seperti seumumnya *junk food --*

istilah berbau derogatoris untuk makanan berselera global namun berbahan baku miskin kualitas -- *junk food news* mengacu pada berita-berita bermutu rendah dengan gambar-gambar dangkal.

### **PEMBENTUKAN OPINI DALAM KOMUNIKASI MASSA**

Sebagai media untuk menyampaikan pesan secara serempak, terstandarisasi dan terorganisir, media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi khalayak. Seperti yang diungkapkan oleh Noelle-Neumann dalam teori spiral of silence, bahwa komunikasi massa mampu membentuk suara atau opini mayoritas yang pada akhirnya mampu menarik para kaum minoritas untuk menyepakati isu tertentu. (Nurudin, 2004:171)

Selain itu, karena komunikasi massa merupakan produk sebuah lembaga profesional yang juga memperhitungkan nilai jual dari pesan yang disampaikan, maka pesan dalam komunikasi massa juga tidak akan terlepas dari nilai-nilai kepentingan para pemilik modal dalam lembaga komunikator komunikasi massa tersebut.

Tidak jarang isu yang dibahas dalam komunikasi massa sengaja dikonstruksikan untuk melindungi

kepentingan para konglomerat media. Sehingga, opini yang terbentuk dalam masyarakat bisa diarahkan untuk mendukung kebijakan yang diambil oleh sebuah golongan atau untuk menghasilkan sebuah pencitraan yang menguntungkan bagi sekelompok orang saja. (Severin-Tankard, 2004: 419)

### **FRAMING SEBAGAI KONSTRUKSI REALITAS**

Terkadang kita bisa menemukan beberapa konstruksi realitas terhadap sebuah peristiwa yang sama oleh beberapa media massa. Dalam prinsip analisa framing, wartawan dapat menerapkan standar obyektivitas dan kebenaran dalam versinya untuk membuat sebuah berita. Hal ini bisa dilakukan dengan memilih fakta-fakta mana yang akan disodorkan kepada khalayak dalam mengonstruksi sebuah realitas yang didasarkan pada skemata interpretasi wartawan tersebut. Sehingga, wartawan bisa membatasi atau menyeleksi narasumber dan menafsirkan komentar-komentar dari sumber berita serta memberikan porsi yang berbeda bagi narasumber dan perspektif yang muncul dalam wacana yang diangkatnya. (Sobur, 2006:171)

Ada tiga bagian dalam berita yang bisa menjadi obyek framing seorang wartawan. Yaitu pada bagian judul, fokus

berita dan penutup berita. Teknik framing yang bisa dipakai oleh wartawan itu adalah dengan menggunakan judul sebagai komponen untuk pembentukan sikap, seperti empati atau penolakan dengan menciptakan pribadi khayal. Dalam teknik ini para pembaca akan digiring untuk seolah-olah merasakan bagaimana menjadi obyek dalam pemberitaan tersebut.

Kemudian, fokus berita di-framing dengan teknik asosiasi dengan cara menggabungkan antara kebijakan aktual dengan fokus berita. Sehingga masyarakat dapat mengetahui dampak atau aturan yang berlaku dalam isu berita yang diangkat. Sedangkan yang terakhir adalah menutup berita dengan teknik packaging. Dalam teknik ini para pembaca tidak akan mampu menolak ajakan yang terkandung dalam berita. Mereka akan menerima apapun konstruksi realitas yang disodorkan oleh berita itu. (Sobur, 2006:174)

### **Tabloid**

Tabloid adalah salah satu bentuk media massa yang biasa digunakan infotainment untuk menyampaikan informasinya. Berbeda dengan koran, tabloid biasanya hanya digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi yang sensasional, bombastis atau berhubungan dengan rumor. Maka dari itu, tabloid seolah tidak bisa dipisahkan dengan

infotainment, berbeda dengan bentuk-bentuk media massa lain yang hanya menjadikan infotainment sebagai bagian dari materi informasi yang disampaikannya.

Seperti yang dikutip dari wikipedia “A **tabloid** is an industry term for a smaller newspaper format per spread; for a weekly or semi-weekly alternative newspaper that focuses on local-interest stories and entertainment, often distributed free of charge (often in a relatively small newspaper format); or for a newspaper that tends to sensationalize and emphasize or exaggerate sensational crime stories, gossip columns repeating scandalous and innuendos about the deeply personal lives of celebrities and sports stars, and other so-called "junk food news" or *junk mail* (often in a relatively small newspaper format). As the term "tabloid" has become synonymous with down-market newspapers in some areas, some small-format papers which claim a higher standard of journalism refer to themselves as "compact" newspapers instead.” (wikipedia.com)

Berdasarkan definisi itu, jelas terlihat keterkaitan antara infotainment dan tabloid. Di mana tabloid adalah wadah dengan infotainment sebagai isinya. Sebagai salah satu bentuk media cetak, tabloid semaink efektif dalam

menyampaikan informasi-informasi yang tidak terikat dengan aktualitas seperti infotainment karena akses informasinya bisa lebih panjang daripada bentuk media elektronik.

### **Teknik Analisis Data**

Zhongdan Pan dan Gerarld M. Kosicki membagi perangkat framing menjadi empat struktur besar. Pertama struktur sintaksis, dilakukan dengan melihat bagan berita, mulai dari headline, lead, informasi-informasi yang digunakan maupun narasumber yang dikutip.

Kedua struktur skrip, yaitu melihat bagaimana cara wartawan menyampaikan berita yang dikemas. Ketiga struktur tematik, untuk melihat bagaimana pandangan seorang wartawan terhadap sebuah kasus. Hal ini dapat dilihat dari kalimat, preposisi dan hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

Yang terakhir adalah struktur retorik, di mana dapat dilihat bagaimana wartawan memberi tekanan pada bagian-bagian tertentu dalam sebuah berita. Misalnya dalam menggunakan pilihan kata, idiom gambar atau penunjang lain yang memberikan penekanan pada arti tertentu. (Sobur, 2006:176)

Berdasarkan penjelasan di atas, unit analisis yang diamati dalam penelitian ini adalah judul *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup, kelengkapan berita (5W + 1H), paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat, kata, idiom, gambar atau foto dan grafik dari teks dokumentasi edisi khusus Soeharto yang diterbitkan oleh Tabloid Cek & Ricek dan Tabloid NOVA.

### **FRAMING TABLOID CEK & RICEK TERHADAP SOEHARTO**

Dalam edisi khusus ini, Tabloid Cek & Ricek di isi oleh berbagai kisah mengenai kisah hidup Soeharto hingga ia meninggal termasuk pandangan opini orang-orang disekitarnya dan kisah mengenai seluruh Keluarga Cendana. Namun, peneliti hanya memilih dua teks yang terkait dengan meninggalnya Soeharto agar ada keberimbangan dengan isu yang di angkat oleh Tabloid NOVA yang juga menjadi obyek penelitian dan agar sesuai dengan topik penelitian.

Tabloid Cek & Ricek menempatkan teks berjudul “Mengupas Warisan Soeharto” di halaman depan sebagai berita utama. Dari sisi penempatan teks, berita tersebut menunjukkan kecenderungan Tabloid Cek & Ricek ingin menyampaikan kepada

khalayak hal-hal apa saja yang ditinggalkan Soeharto setelah ia meninggal terkait dengan kisah hidupnya dulu. Istilah warisan yang digunakan ternyata tidak hanya ditujukan kepada keluarganya melainkan juga kepada seluruh rakyat Indonesia, sehingga, hal tersebut menunjukkan bahwa selama hidup Soeharto pernah menjadi orang yang sangat penting di Indonesia.

Sementara itu, Teks berjudul “Penghormatan Terakhir Untuk Jendral Besar Soeharto” diletakkan di halaman 32 (mendekati akhir isi tabloid). Penempatan posisi itu semakin memperkuat kecenderungan bahwa bagi Tabloid Cek & Ricek, kisah hidup Soeharto jauh lebih penting dibandingkan peristiwa meninggalnya Soeharto itu sendiri. Teks tersebut didukung oleh berbagai gambar yang menunjukkan suasana duka saat prosesi pemakaman Soeharto yang tidak hanya dihadiri oleh keluarga, tapi juga pejabat-pejabat pemerintah yang masih menjabat saat itu.

### **FRAMING TABLOID NOVA TERHADAP SOEHARTO**

Sama halnya dengan Tabloid Cek & Ricek, isi tabloid NOVA pada edisi khusus Soeharto ini juga di isi oleh berbagai isu mengenai Soeharto termasuk isu-isu terkait dengan seluruh anggota

keluarga Cendana. Namun. Dalam Tabloid NOVA isu mengenai meninggalnya Soeharto yang berjudul “Sepanjang Jalan, Masyarakat Lambaikan Tangan” diletakkan di halaman pertama, sedangkan isu mengenai peninggalan Soeharto yang berjudul “Kami Tidak Mau Susahkan Anak Cucu” diletakkan di halaman aepuluh, tepat di tengah-tengah tabloid.

Hal tersebut menunjukkan kecenderungan yang berkebalikan dengan dengan Tabloid Cek & Ricek. Teks berjudul “Sepanjang Jalan, Masyarakat Lambaikan Tangan” didukung oleh berbagai gambar tentang prosesi pemakaman Soeharto. Selain itu, teks tersebut juga didukung gambar orang-orang yang melambaikan tangan kepada mobil jenazah Soeharto dari pinggir jalan gambar itu, menunjukkan kesedihan masyarakat Indonesia atas kepergian Soeharto.

Walaupun Tabloid NOVA cenderung menunjukkan bahwa peristiwa meninggalnya Soeharto merupakan isu yang paling penting dari keseluruhan isi, namun Tabloid NOVA juga memperhatikan isu mengenai kisah hidup Soeharto. Pemilihan judul dalam teks tentang kisah hidup Soeharto itu menunjukkan kecenderungan dengan jelas bahwa teks itu bercerita tentang figur

Soeharto dalam keluarga, bukan sebagai seorang mantan presiden.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan kontruksi Tabloid Cek & Ricek dan Tabloid NOVA mengenai pemberitaan tentang meninggalnya Soeharto dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Baik Tabloid Cek & Ricek maupun Tabloid NOVA cenderung menampilkan Soeharto sebagai sosok dengan penggambaran positif.

Bahkan Tabloid NOVA sama sekali tidak menyinggung perihal beberapa kasus hukum yang masih belum tuntas saat meninggalnya Soeharto.

2. Framing teks berita lebih menonjolkan opini dan pandangan dari sudut pandang keluarga Soeharto, sehingga berita yang disampaikan tidak *cover both side*. Hal itu menyebabkan adanya ketimpangan sudut pandang mengenai pemberitaan tentang Soeharto.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BP2i. Observasi Vol. 4, No.2, Th. 2006. *Menggugat Infotainment*
- Effendy Uchjana Onong. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: CESPUR
- Severin J. Werner-James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Sobur Alex. 2006. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing. 2006: Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Syahputra Iswandi. 2006. *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik Dalam Industri Televisi*. Yogyakarta: Pilar Media.

## **Koran**

Tempo, 27 Mei 2008.