

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap ideologi yang dibangun oleh MetroTV dan tvOne dalam penayangan berita mengenai "Luapan Lumpur di Sidoarjo" menggunakan AWK model Fairclough (1989). Kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Struktur Teks MetroTV dan tvOne tidak sekedar teks berita, namun juga bernuansa argumentasi dalam bentuk teks eksposisi, terutama eksposisi analitik, untuk meyakinkan pemirsa tentang luapan lumpur Sidoarjo dari *angle* nya masing-masing.
2. MetroTV cenderung menggunakan aktor partisipan non manusia, yaitu Lapindo; *Carrier* dan *Token* memberi nilai dan label negatif; *Senser* mengungkap keyakinan negatif; dan *Behaver* menuntut atau melarang melakukan sesuatu. Sementara tvOne cenderung menggunakan aktor partisipan manusia, yaitu warga; *Carrier* dan *Token* memberi nilai positif; *Senser* mengungkap keyakinan positif; dan *Behaver* berkomitmen melakukan sesuatu.

Teks MetroTV dominan menggunakan Modulasi-Keharusan dengan derajat yang tinggi yang berpolaritas positif, yang berarti teks MetroTV meminta atau mewajibkan pihak lain melakukan sesuatu. Teks tvOne dominan menggunakan Modulasi-Kesediaan dengan derajat yang tinggi dan sedang berpolaritas positif, menampilkan PT Lapindo mampu dan akan melakukan sesuatu.

3. MetroTV memanfaatkan kosakata eksperiensial untuk mengangkat hal-hal yang tidak baik mengenai luapan lumpur dan Lapindo; memanfaatkan *kata attitudinal* untuk memberikan penilaian yang negatif tentang tanggung jawab PT Lapindo; dan memanfaatkan metafora untuk menampilkan PT Lapindo tidak bertanggungjawab.

tvOne memanfaatkan kosakata eksperiensial untuk mengangkat hal-hal yang baik mengenai Lapindo; memanfaatkan *kata attitudinal* untuk menunjukkan bahwa pertanggungjawaban dilakukan dengan baik oleh PT Lapindo Brantas; dan memanfaatkan metafora untuk mengungkap kepuasan korban lumpur dan adanya politisasi kasus tersebut.

4. Ideologi MetroTV adalah pencitraan negatif dengan menyudutkan, sementara ideologi tvOne adalah pencitraan positif dengan menentralkan isu-isu negatif.
5. Teks berita MetroTV menerapkan strategi pengembangan ideologi, yaitu: (a) Menguatkan hal negatif dari orang lain (*Emphasize their bad things*) dan (b) Mengurangi hal positif dari orang lain (*De-emphasize their good things*). Sedangkan Strategi yang digunakan oleh tvOne dalam mengembangkan ideologi adalah (a) Menguatkan hal positif dari diri kita (*emphasize our good things*) dan (b) Mengurangi hal negatif dari diri kita (*De-emphasize our bad things*).
6. MetroTV dan tvOne sama-sama tidak netral dalam mengangkat sebuah berita kedua pemilik kedua stasiun tersebut sedang berkompetisi dengan haluan politik yang berbeda yang sedang berupaya menarik simpati para pemirsa televisi untuk memenangkan pertarungan politik pada pemilu legislatif dan pemilu presiden 2014. Surya Paloh dengan kendaraan politik NASDEM berupaya meraih hasil tertinggi dengan mendapatkan suara rakyat agar memilih NASDEM. Sedangkan Aburizal Bakrie sudah jelas ingin menjadi Presiden RI.

Berdasarkan kesimpulan temuan penelitian poin 1-6 di atas, maka peneliti kemudian **merumuskan** hal-hal yang penting sebagai berikut.

Ideologi MetroTV adalah pencitraan negatif dengan menyudutkan. Ideologi MetroTV dapat diketahui dari penggunaan struktur teks, gramatika, dan kosakata. Struktur teks MetroTV berisi struktur teks mikro rekon dan teks mikro eksposisi, terutama eksposisi Analitik. Teks berita MetroTV menggunakan *Carrier* dan *Token* yang memberi nilai dan label negatif; *Senser* yang mengungkap keyakinan

negatif; dan *Behaver* yang menuntut atau melarang melakukan sesuatu. Teks berita MetroTV dominan menggunakan Modulasi-Keharusan dengan derajat yang tinggi yang berpolaritas positif, yang berarti teks MetroTV meminta atau mewajibkan pihak lain melakukan sesuatu. Teks berita MetroTV menggunakan kosakata eksperiensial untuk mengangkat hal-hal yang tidak baik mengenai luapan lumpur dan Lapindo; menggunakan *kata attitudinal* untuk memberikan penilaian yang negatif tentang tanggung jawab PT Lapindo; dan menggunakan metafora untuk menampilkan PT Lapindo tidak bertanggungjawab. Tujuan MetroTV menerapkan penggunaan bahasa tersebut adalah untuk menarik simpati dari masyarakat.

Ideologi tvOne adalah pencitraan positif dengan menentralkan isu-isu negatif pihak lain. Ideologi tvOne dapat diketahui dari penggunaan bahasa tvOne. Struktur teks tvOne tidak hanya berisi pemaparan informasi sebagaimana lazimnya teks berita, namun juga memberi nuansa argumentasi untuk teks berita dengan tujuan menetralkan isu-isu yang negatif. Teks berita tvOne menggunakan *Carrier* dan *Token* yang memberi nilai positif; *Senser* yang mengungkap keyakinan positif; dan *Behaver* yang berkomitmen melakukan sesuatu. Teks berita tvOne dominan menggunakan Modulasi-Kesediaan dengan derajat yang tinggi dan sedang berpolaritas positif, menampilkan PT Lapindo mampu dan akan melakukan sesuatu. Teks berita tvOne memanfaatkan kosakata eksperiensial untuk mengangkat hal-hal yang baik mengenai Lapindo; memanfaatkan *kata attitudinal* untuk menunjukkan bahwa pertanggungjawaban dilakukan dengan baik oleh PT Lapindo Brantas; dan memanfaatkan metafora untuk mengungkap kepuasan korban lumpur dan adanya politisasi kasus tersebut. Tujuan tvOne menerapkan penggunaan bahasa tersebut adalah untuk mengajak masyarakat menilai bahwa Lapindo sudah bertanggung jawab dengan sangat baik, untuk mengangkat citra Lapindo (keluarga Bakrie), serta untuk menarik simpati dari masyarakat supaya mendukung partai atau calon presiden yang didukung oleh tvOne.

## **B. Implikasi dan Saran**

Penelitian analisis wacana kritis teks berita MetroTV dan tvOne mengenai pemberitaan “Luapan Lumpur Sidoarjo” menyimpulkan bahwa kedua stasiun televisi tersebut tidak netral dalam mengangkat berita mengenai bencana tersebut. Meski menayangkan berita yang sama, namun MetroTV dan tvOne sangat jelas memiliki pandangan berbeda dan bertolak belakang ketika berbicara mengenai: Identitas luapan lumpur, Penyebab luapan lumpur, Dampak luapan lumpur, reaksi warga terdampak, Penanggung jawab dampak luapan lumpur, Pelaksanaan tanggung jawab, ganti rugi/ganti untung, dan posisi pemerintah.

Implikasi dari temuan penelitian ini adalah bahasa tidak netral, khususnya bahasa yang digunakan oleh media massa dimana topik yang diangkat oleh media massa tersebut menyangkut ‘kepentingan’ atau topik yang berkaitan secara langsung atau tidak langsung dengan penguasa media yang bersangkutan. Besar kemungkinan temuan penelitian menjadi berbeda jika meneliti topik yang tidak berkaitan dengan penguasa media, sehingga teks berita yang ada di media massa harus diperhatikan secara seksama apakah benar-benar menyodorkan peristiwa secara apa adanya atau malah sebaliknya ada ‘pesan’ di dalamnya.

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Pemilik media televisi**

Pemilik atau penguasa media televisi hendaknya lebih akurat, adil, dan berimbang dalam menayangkan sebuah berita tanpa dipengaruhi oleh kepentingan pribadi; positif dan negatif atau baik dan buruk harus disajikan secara adil dan berimbang.

### **2. Pemirsa televisi**

Pemirsa televisi harus lebih seksama dan bijaksana menyimak tayangan berita dari televisi dengan menyaring semua informasi yang diterima dan tidak menelannya mentah-mentah. Menonton topik yang sama dari lintas stasiun televisi sangat dianjurkan supaya mendapatkan informasi yang objektif bersumber dari dua atau beberapa pihak yang berbeda.

### **3. Peneliti AWK dan media**

Penelitian ini hanya fokus kepada topik “Luapan lumpur Sidoarjo”. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti topik yang berbeda atau topik yang tidak berhubungan langsung dengan kepentingan pemilik stasiun televisi.

### **C. Kelebihan Penelitian**

Penelitian yang mengkaji ideologi media sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, namun penelitian-penelitian tersebut menggunakan AWK model Van Dijk, Van Leeuwen, atau model Wodak. Penelitian-penelitian tersebut antara lain: Kandil (2009) menggunakan AWK model Van Dijk untuk menjelaskan konflik Palestina Israel yang diangkat oleh Al-Jazeera, CNN, dan BBC; Pasha (2011) mengenai representasi muslim di surat kabar Mesir menggunakan AWK Van Dijk; Bilal & Akbar (2012) menganalisis wacana media talk show politik TV Pakistan menggunakan AWK Van Dijk; Hardman (2008) menggunakan kerangka AWK “Wacana Historis” untuk mengetahui identitas dan ideologi politik dari surat kabar di Inggris, dan penelitian Zaher (2009) menggunakan AWK Fairclough dan Leeuwen untuk mengetahui ideologi surat kabar di negara-negara Arab dan negara-negara Barat mengenai konflik Palestina Israel. Jadi berbeda dengan penelitian sebelumnya mengenai ideologi, penelitian ini mengungkap ideologi stasiun televisi MetroTV dan tvOne menggunakan pisau analisis AWK model Fairclough.

Penelitian yang mengkaji “keterlibatan” pemilik media dalam suatu kasus tertentu belum pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini mengkaji “unsur” tvOne sebagai kelompok usaha yang sama dengan PT Lapindo Brantas, “penyebab” luapan lumpur di Sidoarjo. Sehingga sangat mungkin, tvOne memiliki kepentingan yang sama dengan PT Lapindo Brantas dalam hal untuk lebih menjaga citranya.

### **D. Kelemahan Penelitian**

Sebagai penelitian teks berita tulis, penelitian ini mengungkap bagaimana teori CDA Fairclough diterapkan dengan jelas dalam teks berita stasiun televisi MetroTV dan tvOne. Meskipun demikian, masih ada kekurangan yang ditemui

dalam penerapan model analisis wacana kritis Fairclough dalam penelitian ini, yaitu:

- (1) Apabila dibandingkan dengan CDA Van Dijk, kognisi sosial, tentu saja ada yang terlepas dalam konsep Fairclough yaitu wacana tidak hanya mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kondisi sosial, namun juga terbentuk dalam alam pikiran setiap orang berdasarkan pengalaman atau informasi yang diterima dalam jangka waktu tertentu. Penelitian ini tidak meneliti aspek kognisi sosial masyarakat yang tentu juga ikut berpengaruh dalam memandang kasus luapan lumpur di Sidoarjo.
- (2) Penelitian ini tidak menjangkau pengaruh wacana yang disampaikan secara visual. Ada perbedaan dan pengaruh yang sangat besar ketika wacana disampaikan secara visual, dibandingkan ketika hanya disampaikan secara audio atau teks semata. Dalam konteks berita televisi, nada suara, intonasi, dan visual yang ditayangkan secara bersama-sama memberi pengaruh yang signifikan terhadap persepsi publik tentang setiap wacana yang ditayangkan.