

Komodifikasi Kehidupan Pribadi Selebriti oleh Tabloid Infotainment Suatu Analisis Wacana Eklektif terhadap Cek & Ricek dan Bintang Milenia mengenai Berita Akademi Fantasi Indosiar (Periode Desember 2003-Juli 2004) = Commoditized Celebrities Private Lives by infotainment Tabloids An Eclectif Model Discourse Analysis of Akademi Fantasi Indosiar casting on the Infotainment Tabloids Cek and Ricek and Bintang Millenia. (December 2003-July 2004 Period)

Peggy Melati Purnamadewi Sukma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285202&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya aktivitas produksi pada industri hiburan, membuat semakin besar potensi berita-berita tentang acara-acara televisi berikut artis-artis pendukungnya, yang bisa dijual kepada khalayak. Potensi ini yang mendorong perkembangan media hiburan semakin pesat di Indonesia yang sekaligus dipacu oleh iklim kebebasan pers sejak era reformasi. Media cetak yang mengkhususkan pada pemberitaan dan informasi dunia hiburan, atau yang disebut tabloid infotainment, memiliki keterkaitan erat dengan banyak hal pada industri hiburan. Namun pada kenyataannya, tabloid infotainment lebih memfokuskan diri pada pelaku dunia hiburan depan layar yang disebut sebagai selebriti dan isi beritanya mengeksploitasi kehidupan pribadi ketimbang isi berkualitas yang memiliki fungsi edukasi. Untuk memahami fenomena pemberitaan tabloid infotainment, peneliti mengambil sebuah peristiwa yang memiliki pengaruh besar terhadap dunia hiburan, yaitu Akademi Fantasi Indosiar (AFI). Sebagai sebuah ajang adu bakat dalam dunia tarik suara berskala nasional, kegiatan ini menjadi objek pemberitaan media cetak, termasuk tabloid infotainment. Melalui AFI, sebagai contoh kasus, penelitian ini berusaha menunjukkan bagaimana tabloid infotainment memberitakan sebuah peristiwa fenomenal dalam dunia hiburan di Indonesia. Adapun unit analisa yang diambil dalam penelitian ini adalah berita utama atau headline seputar AFI yang dimuat tabloid Cek&Ricek (C&R) dan Bintang Millenia (BM). Pada C&R, headline ada pada rubrik Isu Utama dan rubrik Isu Khusus. Sementara pada Bintang Millenia ada pada rubrik Millenis. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan kerangka analisis kritis Fairclough. Kerangka ini menghendaki adanya analisis yang multilevel yakni pada level teks, discourse practice (produksi dan konsumsi media), dan sociocultural practice. Analisa yang dilakukan pada level teks menunjukkan aspek dominan peristiwa AFI yang diangkat oleh tabloid C&R dan BM adalah akademia (sebutan untuk ke-12 finalis AFI). Dari aspek itu sisi yang ditonjolkan adalah kehidupan pribadi akademia yang dibingkai dari dua sudut pandang pembingkai, yakni bingkai-simpati yang menonjolkan keprihatinan latar belakang hidup akademia yang datang dari keluarga sederhana/ekonomi lemah dan bingkai yang kedua adalah bingkai skandal yang menonjolkan skandal/masalah hubungan percintaannya. Pembingkai ini menunjukkan beberapa masalah terutama sekali adalah penekanan yang berlebihan pada hal-hal yang ringan dan menghibur yang dikemas secara sensasional. Akibatnya banyak hal penting yang tidak muncul pada berita yang sebetulnya memiliki unsur mendidik dan memberdayakan masyarakat tentang dunia hiburan, khususnya tentang AFI. Analisis discourse practice mengungkap keterkaitan hubungan antara teks dengan produksi dan konsumsi teks. BM dan C& R dengan kebijakan editorialnya masing-masing, telah melakukan seleksi isu yang diwujudkan dalam strategi penyajian yang didasarkan pada prinsip-prinsip jurnalistne tabloid, sehingga aspek-aspek

kehidupan pribadi akademia dapat menarik perhatian pembaca. Dari analisa ini, terlihat bahwa faktor organisasi media, khalayak sasaran media, dan kepentingan untuk bertahan di pasar, ikut mempengaruhi bagaimana C&R dan BM memberitakan selebriti, dalam hal ini adalah akademia AFI. Dari analisis discourse practice ditemukan juga motivasi pembingkai yang dilakukan oleh kedua tabloid adalah untuk kepentingan menjaring pembaca sebanyak-banyaknya. Jadi kehidupan pribadi selebriti telah dikomodifikasi yaitu lebih mementingkan nilai tukar berita — yang dapat menarik khalayak dalam jumlah besar- ketimbang nilai guna untuk mendidik khalayak. Pola pemberitaan yang mengkomodifikasi kehidupan pribadi selebriti ini tak lepas dari pengaruh yang ada di luar media (extra media) serta konteks historis, situasional, dan sosial yang ada ketika teks diproduksi. Analisis sociocultural practice mengungkap komodifikasi yang dilakukan oleh tabloid C&R dan BM dipengaruhi oleh ketergantungan kepada khalayak, ketergantungan kepada Indosiar sebagai sumber berita, tekanan persaingan media infotainment, dan sejarah pembentukan media infotainment sejak tahun 1920. Kebijakan redaksi mengomodifikasi kehidupan pribadi selebriti juga dipengaruhi oleh sistem pers Indonesia yang semakin bergaya industrialis dengan orientasi keuntungan. Ketidakjelasan aturan (hukum dan etika) serta penegakkannya ikut membuat gaya pemberitaan seperti ini terus bertahan. (PMPS).

.....

The rising production activity of the entertainment industry has increased the news potential of television shows and its supporting talents that can be sold to the audience. This potential is encouraging the growth of media entertainment, which is also spurred by the free press climate, that has been going on since the Reformation era began. Print Media's that specializes on reporting information of the entertainment world, or more commonly known as infotainment tabloids, are closely attached to the many aspect of the entertainment industry. While, in reality, infotainment tabloids seemingly focuses much more on the talents shown in the entertainment world or the celebrities, and it's news contents exploit personal lives rather than giving quality materials with educational purposes. In order to understand this infotainment tabloids news telling phenomenon, the researcher studies an occurrence that has no small meaning in the entertainment world; Akademi Fantasi Indonesia (The Indonesian Fantasy Academy), or widely recognized simply as AFI. As a nation wide vocal talent contest, AFI has been the object of many print media news casting, including the infotainment tabloid. Through AFI, as a case study, this research will try to illustrate how the onfotainment tabloids casts the news of a phenomenal event in the Indonesian entertainment world. This research gathers headlines and news pertaining AFI, from Cek&Ricek (C&R) and Bintang Millenia (BM), On C&R, its headline under the heading 'Main Issues' and 'Special Issues', while on BM under its 'Millenis' heading, as its analysis units. On researching, the researcher uses Fairclough's critical analysis frame. This frame demands analysis on a multilevel stage, the first being an analysis on the text, followed by its discourse practice (media production and consumtuion) ,and lastly its sociocultural practice. The textual level analysis shows the dominant aspect of AFI that are cast by the Tabloids C&R and BM is its so called Academia (a word use to identify the 12 AFI contestants). From that aspect, the highlighted part would be the Academia's private lives that are framed in 2 point of views. Sympathy, which highlights compassion towards the background of the Academia's lives, such as poor families. The second highlights scandal that shows their love lives. This way of framing points to a few problems, especially on exaggerated stressing on sensationally packaged light and entertaining issues. As a result, many important things are left untouched (and worse yet unpublished) by its news, that supposedly contains an educational purpose and to literate the audience of the entertainment world, AFI especially. A discourse practice analysis reveals a connection

between the text and its production. BM and C&R, with its respective principals, has selected issues that are embodied in its presentation strategy that are based on the tabloid journalism principals, so that the private lives aspect of the Academia would attract readers. This analysis shows that organizational factors from within the media, its market and its effort to stay in the market, influence how C&R and BM, cast their news of celebrities, and in this case the AFI Academia. The discourse practice analysis also finds that the motivation behind such framings of news done by both media is targeted to attract as much reader as possible. This shows that the private lives of celebrities has been commoditized ; It shows that the more important news value is to attract more readers than to educate the audience. This pattern of commoditizing the private lives of celebrities, is also connected to influences from outside the media (extra media) as also historical, situational, and social context, that exists as the text is being produced.. The sociocultural practice analysis, reveals that the commoditizing done by C&R and BM, is influenced by their dependency on their Audience, dependency on Indosiar as their source, the growing strain of infotainment media competition, and lastly the history of media infotainment itself, that started as far back as the 1920's Its editorial decision on commoditizing the personal lives of celebrities is also influenced by the Indonesian press system that, as time flows, leans more and more towards an industrialist style system with its money oriented goals. The vague edict (laws and ethics) concerning the media and also its lack of enforcements also has a hand on why this way of news casting persists. (PMPS).