

BERITA TELEVISI SEBAGAI HIPERREALITAS (Studi Kasus Berita Televisi tentang Banjir)

This research intends to reveal how simulation process works on TV news. Employing Baudrillard's theory on hyperreality and taking Metro TV as a case study, it concludes that news reality on TV is manufactured by simulation process called simulacra. In other words, TV news itself is a production of hyperreality.

Media massa dalam perspektif McLuhan telah menjadi *extensions of man* (perpanjangan tubuh manusia). Media massa telah menjadi semacam "perpanjangan" inderawi maupun psikis manusia di dalam pengalaman kehidupan sehari-hari. Persepsi manusia tentang realitas berubah ketika manusia mengenal media massa. Pengalaman akan realitas fisik tergantikan oleh pengalaman terhadap realitas media. Media massa selanjutnya berperan dalam menentukan mana yang disebut sebagai realitas dan mana yang bukan realitas.

Kerja jurnalistik selama ini dilihat sebagai kegiatan melaporkan peristiwa yang terjadi secara apa adanya. Fakta atau peristiwa dilihat sebagai sesuatu yang ada "di luar sana" dan tugas para jurnalis adalah melihat fakta tersebut untuk kemudian direkam ke dalam bentuk laporan pemberitaan. Kerja jurnalistik dianggap sekadar memindahkan realitas di lapangan ke dalam bentuk berita. Ketika berita dianggap sebagai cerminan dari realitas, berita oleh karenanya dapat dilihat sebagai realitas itu sendiri.

Televisi lebih dari sekadar membentuk persepsi kita tentang apa yang disebut dengan realitas. Televisi mampu meleburkan batasan

*Penulis lulusan program pascasarjana Ilmu komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Artikel ini ringkasan tests penulis.

antara realitas dengan imaji. Distingsi antara fakta dan fiksi semakin mencair. Perbedaan kenyataan dan ilusi menjadi samar, kabur, bahkan menghilang.

Kondisi ketika batasan antara realitas dengan imaji televisi menjadi semakin kabur disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas secara sederhana dapat dipahami sebagai kondisi ketika imaji yang diciptakan oleh media massa menjadi semakin mirip dengan realitas yang aslinya, semakin sulit untuk dibedakan antara keduanya, bahkan imaji melampaui realitas. Ketika imaji televisi menjadi lebih nyata daripada realitas aslinya, apa-apa yang kita tonton melalui layar televisi tidak lagi dipahami sebagai realitas itu sendiri. Realitas televisi tidak lagi berhubungan dengan realitas yang faktual. Imaji dalam segala tayangan televisi menjadi hiperrealitas.

Imaji televisi menjadi satu-satunya satu-satunya realitas yang mungkin. Ketika realitas yang asli tidak mungkin dialami, realitas media menjadi realitas yang paling sah untuk mendefinisikan realitas. Realitas media menjadi lebih sah daripada realitas yang asli.

■ MASALAH

Berita televisi dapat dikatakan sebagai sumber berita yang paling terpercaya dan juga banyak diyakini sebagai sumber yang terpenting dalam memperoleh berita nasional maupun berita internasional. Berita televisi juga dilihat sebagai penyedia informasi yang paling luas bagi masyarakat (Gunter, 2001: 17).

Salah satu pemberitaan yang menarik perhatian adalah berita tentang banjir yang melanda Jakarta dan sekitarnya pada awal Februari 2007 yang lalu. Berita ini dikatakan menarik karena memiliki skala *magnitude* (kebesaran) pemberitaan yang cukup signifikan. Jakarta sebagai ibukota negara memiliki nilai berita tersendiri sehingga ketika banjir terjadi sorotan media massa terhadap peristiwa itu juga intensif.

Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat Aburizal Bakrie menyalahkan media massa yang telah membesar-besarkan bencana. Menurut Aburizal, "Kalau kita lihat para korban itu masih ketawa. Jangan sampai dikondisikan seolah-olah dunia mau kiamat," kata Aburizal (www.liputan6.com, 06/02/2007 18:59).

Banjir di Jakarta yang dihadirkan berita televisi telah menjadi realitas tersendiri. Realitas televisi menjadi rujukan utama masyarakat terutama karena mereka tidak memiliki pilihan lain, sehingga realitas televisi menjadi realitas yang sah bagi diri kita,

realitas yang riil. Realitas yang asli menjadi tidak mungkin, dan realitas televisi menjadi realitas yang lebih nyata daripada realitas aslinya. Ketika realitas banjir di televisi dilihat lebih nyata daripada peristiwa banjir itu sendiri, berita televisi dalam perspektif Baudrillard telah menjadi hiperrealitas.¹ Apa yang diproduksi oleh berita televisi bukanlah representasi realitas, melainkan imaji tentang realitas. Proses produksi berita adalah proses simulasi.²

Televisi berupaya untuk merekam realitas banjir di Jakarta, padahal rekaman itu sendiri bukanlah representasi realitas melainkan hanyalah *simulacra*.³

Berita banjir Jakarta oleh karenanya bukanlah realitas banjir itu sendiri. Jadi, apa yang dilihat dan dipahami oleh masyarakat sebagai realitas sebenarnya adalah hiperrealitas.

Perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana berita televisi menciptakan hiperrealitas dalam pemberitaan mereka? Penelitian bertujuan melihat bagaimana praktik berita televisi dalam memproduksi hiperrealitas melalui pemberitaan tentang banjir di Jakarta awal Februari 2007.

■ KERANGKA PEMIKIRAN

▣ Representasi Realitas

Ada pemahaman klise dalam budaya kita bahwa gambar tidak mungkin berbohong (*pictures dont' lie*), atau melihat berarti mempercayai (*seeing is believing*). Melalui imaji, masyarakat berharap mendapatkan "benda pada dirinya sendiri," tetapi, hal itu mustahil. Melalui fotografi, film, maupun televisi, manusia berharap melihat "benda pada diri sendiri" atau mendapatkan realitas yang tidak termediasikan. Masalahnya imaji itu terlihat terlalu mirip dengan benda itu sendiri. Kita begitu percaya pada kehadiran dan kenyataan imaji. Ketika imaji itu lebih nyata daripada kenyataan atau realitas, yang ada kemudian adalah hiperrealitas. Realitas telah tergantikan oleh hiperrealitas.

Hal yang utama yang perlu dipahami adalah "realitas" telah melalui proses peng-kodean (*encoding*). Sebab, satu-satunya jalan agar membuat realitas itu masuk akal (*making senses*) untuk kita terima adalah kode-kode yang terdapat dalam budaya kita. Ketika "realitas" masuk layar televisi, segala kode-kode teknis "bekerja sama" dengan kode-kode sosial untuk membuat segala macam teknik pengkodean (*encoding*) tadi menjadi masuk akal dan terkesan alami (natural).

☒ **Intertekstualitas Televisi**

Teori intertekstualitas menyatakan bahwa suatu teks harus dibaca dalam hubungannya dengan teks yang lainnya. Intertekstualitas teks berada di ruang antara teks-teks itu. Pengetahuan akan intertekstualitas membantu penonton membaca teks televisi yang polisemi dengan cara-cara tertentu sehingga menghasilkan makna tertentu, bukan makna yang lain. Kode adalah yang menjadi jembatan bagi intertekstualitas. (Fiske, 1991: 108).

Roland Barthes sebagaimana dikutip Fiske pernah mengatakan bahwa relasi intertekstual yang tercipta dalam kultur kita kelak menghasilkan jaringan intertekstualitas yang kompleks sehingga seluruh teks saling merujuk yang lain, realitas, sehingga logika tentang realitas itu tercipta. Realitas oleh karenanya intertekstual, mengada hanya di dalam segala yang telah tertuliskan, terujarkan, tervisualkan oleh kultur (Fiske, 1991: 115).

Sebuah program televisi hanya dapat dimengerti melalui relasinya dengan program televisi yang lain, bukan dengan realitas atau kenyataan (Fiske, 1991: 115). Berita sebagai sebuah narasi selalu merujuk narasi lain. Imaji dibuat dan dibaca dalam relasinya dengan imaji lainnya, dan realitas atau kenyataan dibaca sebagai sebuah imaji. Imaji adalah yang terpenting, dan selalu merujuk imaji lain, tidak pernah merujuk realitas. Posmodernisme menggambarkan imaji sebagai *signifier* tanpa *signified* yang pasti. Imaji berada di dalam mata rantai intertekstualitas tanpa putus (Fiske, 1991: 116).

☒ **Batasan antara Realitas dan Representasi Semakin Menghilang**

"Kekinian" televisi seakan mengajak pemirsa hadir secara "langsung" dalam tanangan peristiwa sehingga kesan bahwa tayangan berita itu telah melalui proses rekaman dan penyuntingan menjadi hilang. Peristiwa seakan terjadi saat ini juga, bukan beberapa saat lalu. (Fiske, 1991: 145).

Kejadian yang disiarkan terkesan alamiah dan apa adanya, padahal pada praktiknya telah ada pemilihan terhadap apa yang dianggap penting yang kemudian disiarkan dengan yang kurang penting yang tidak laik siar. *Angle* mana yang akan dipakai serta cara bercerita yang bagaimana yang akan digunakan, telah ditentukan sebelumnya. Peristiwa telah "ditulis" bahkan sebelum peristiwa itu terjadi (Fiske, 1991: 283).

Prinsip *immediacy* (tanpa perantara) yang dimiliki televisi menyamakan proses produksi dan distribusi berita. Satelit

memungkinkan siaran berita secara serentak ke segala penjuru dunia dan menimbulkan kesan tidak adanya aspek editorial. Televisi seakan menghadirkan peristiwa sebagaimana yang terjadi di lapangan (Fiske, 1991: 289).

Pada hakikatnya realisme televisi telah menciptakan realitas sendiri. Realitas televisi tidak ada hubungannya dengan realitas "yang asli" tapi lebih berhubungan dengan imaji atau citra lain yang ada dalam televisi, media massa yang lain, atau dalam kultur kita. Berita televisi dengan segala klaim objektivitas dan netralitasnya juga telah kehilangan hubungannya dengan realitas "aslinya." Berita televisi lebih dilihat menghadirkan hiperrealitas, bukan realitas.

☞ Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard

Masyarakat dewasa ini semakin terjebak dalam permainan *simulacra*, yang semakin tidak berhubungan dengan "realitas yang ada di luar sana," "realitas yang asli." *Simulacra* telah menggantikan pengalaman dan pengetahuan langsung rujukan atau petandanya. Realitas "yang asli" tidak lagi menjadi penting karena yang saat ini ada hanyalah *simulacra*, tidak ada yang lain. Semesta posmodern baru ini cenderung menjadikan semuanya *simulacrum*. Saat ini kita hidup di dunia yang semuanya adalah simulasi, tidak ada "yang nyata" di luar simulasi itu, tidak ada "yang asli" yang dapat ditiru. Bukan lagi dunia yang "nyata" versus dunia yang "tiruan" atau "mimikri," tetapi sebuah dunia di mana yang ada hanya simulasi (Sarup, 2003: 286).

Douglas Kellner, dikutip oleh Genosko, mengatakan bahwa produksi dan peningkatan tanda (*signs*) menciptakan sebuah masyarakat simulasi yang diatur oleh hiperrealitas: imaji, impresi, simulasi yang meningkat dan meneror, menarik, dan mempesona" (Kellner dalam Genosko 1999: 67). Televisi mengakibatkan hilangnya daya kritis kita terhadap perbedaan (antara realitas dan ilusi), hilangnya pemaknaan yang menyeluruh, hingga hilangnya referensi (Kellner dalam Genosko 1999: 67).

Kroker dan Cook, dikutip Genosko, sejalan dengan konsepsi Baudrillard tentang "the closing of the "eye of the flesh" (terpejamnya mata fisik), *disembodied eye* (mata yang terpisah dari tubuh), yaitu simbolisasi eksteriorisasi inderawi manusia dalam pengalaman postmodern. Pengalaman mata fisik tergantikan mekanisme logika digital dan teknologi media. Ekstensi teknologis manusia (fisik maupun psikis) menghadirkan "rasio inderawi yang baru" (Kellner dalam Genosko 1999: 67-68). Media telah menjadi semacam

perpanjangan inderawi bagi tubuh dan psikis manusia. Mata fisik telah tergantikan "mata mekanik," yaitu kamera dan layar televisi.

Hiperrealitas merupakan realitas buatan yang meniru suatu realitas yang mengambil model tertentu. Tetapi, karena proses manipulasi, realitas buatan itu terputus hubungannya dengan realitas aslinya (Baudrillard, 1983: 2-3). Peranan media massa dalam proses ini begitu besar. Media massa tidak lagi penyebar realitas, tetapi sudah berubah menjadi penyebar hiperrealitas (Baudrillard, 1983: 66).

Baudrillard memahami bahwa "semakin dekat seseorang memperoleh dokumentasi yang sesungguhnya, peliputan (*coverage*) yang hidup, dan semakin yang *real* dinyatakan lewat warna, kedalaman teknis semakin besar, kenyataan itu semakin menjauh atau tidak ada," (Baudrillard, 1983: 66). Semakin kita dekat dengan realitas yang kita rekam, melalui kecanggihan teknologi kamera dan sebagainya, pada dasarnya kita semakin jauh dari realitas itu sendiri. Semakin mirip rekaman kita terhadap realitas, referensi menjadi semakin menghilang.

Today's world is a world of news (dunia hari ini adalah dunia berita). Kelebihan televisi adalah kemampuannya menyiarkan suatu laporan peristiwa secara langsung (*liveness*), yang sering digunakan khalayak melihat gambaran peristiwa. Di dunia jurnalistik sendiri, terdapat semacam pemahaman adanya nilai berita (*news value*) yang lebih terhadap gambar langsung (*live actually pictures*) dibandingkan gambar rekaman (*pre-recorded*) (Bignell dan Jeremy Orlebar, 2005: 134).

Dalam perspektif Baudrillard, dalam menilai realitas, tidak relevan lagi digunakan konsepsi bahwa realitas itu benar atau tidak. Dalam simulakra, semua itu menjadi tidak penting. Sebab, realitas dalam berita televisi telah menjadi lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri. Dalam bahasa Baudrillard, dijelaskan bahwa "*Television is an image which is no longer dreams, no longer imagines, but nevertheless has nothing what so ever to do with reality,*" (Baudrillard, 1983: 66).

■ METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan tipe studi kasus *illustrative case study*, yaitu studi kasus yang dilakukan merupakan upaya ilustrasi terhadap teori yang dipakai, yaitu teori hiperrealitas media massa. Sementara itu, Robert K. Yin mengidentifikasi tiga jenis *case study*, yaitu *exploratory*, *explanatory*, dan *descriptive*. Penelitian ini termasuk studi kasus *descriptive*, yakni penelitian dibangun dari

suatu teori yang sudah ada untuk dikembangkan dalam penelitian. (Yin, 1989: 37).

Data pada analisis studi kasus berupa segala informasi yang terdapat di dalam kasus yang diteliti, yaitu data wawancara, hasil observasi, data dokumentasi (catatan kegiatan, hasil rapat redaksi, hingga rekaman tayangan berita), maupun informasi kontekstual lain. Pada penelitian ini akan digunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumen. Dengan data *theory-based analysis* (analisis berdasarkan teori) temuan-temuan di lapangan atau data yang terkumpul akan ditafsirkan berdasarkan perspektif teori hiperrealitas.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian posmodernisme. Posmodernisme menyangkal eksplanasi abstrak dan memiliki keyakinan bahwa apa yang dapat dilakukan oleh peneliti hanyalah deskripsi pengalaman personal peneliti, dan seluruh deskripsi adalah valid, tidak lebih superior ataupun inferior terhadap pemikiran pihak lain. Tujuannya menstimulasi orang lain, untuk memberikan suatu kenikmatan tertentu, membangkitkan tanggapan, atau untuk menghasilkan suatu rasa penasaran. Kualitas dinilai berdasarkan pada bagaimana penelitian itu mampu bercerita sehingga menstimulasikan pengalaman-pengalaman peneliti kepada pihak-pihak yang membaca hasil penelitian tersebut (Neuman, 2000: 83-84).

Adapun unit analisis penelitian ini adalah proses produksi dan tayangan berita televisi tentang banjir di DKI Jakarta dan sekitarnya pada Februari 2007 yang disiarkan *Metro TV* dalam interval waktu 2 Februari 2007 hingga 3 Februari 2007.

■ BERITA TELEVISI SEBAGAI HIPERREALITAS

▣ Produksi Berita Televisi sebagai Proses Simulasi

Ketika produksi berita televisi tentang realitas banjir Jakarta dalam tahapannya memasuki proses rapat redaksi, tidak ada lagi realitas objektif karena yang hadir adalah realitas hasil rapat redaksi. Berita televisi yang disepakati untuk diliput, diproduksi, cenderung merupakan realitas hasil rapat redaksi dan bukan lagi realitas lapangan. Oleh karena itu, ia pada hakikatnya bukan lagi realitas yang asli, tapi *simulacrum*, realitas hasil simulasi.

Setelah proses rapat redaksi dan koordinasi peliputan, tahap selanjutnya *news gathering* (pengumpulan berita, reportase). Penentuan siapa melakukan reportase peristiwa apa telah ditentukan sebelumnya melalui koordinasi peliputan. Awak yang bertugas

meliput peristiwa atau lokasi tertentu sebenarnya hanya melanjutkan skenario rancangan rapat redaksi dan koordinasi peliputan tadi. Apakah rekaman sesuai dengan realitas aslinya bukan lagi persoalan. Realitas yang dianggap tidak dibutuhkan takkan direkam atau diabaikan begitu saja.

Ketika keseluruhan proses produksi realitas berita banjir Jakarta dilihat sebagai proses simulasi, pada akhirnya realitas berita cenderung dilihat sebagai hiperrealitas, bukan realitas asli. Proses siaran berita adalah salah satu bagian proses simulasi *Metro TV* terhadap realitas banjir Jakarta. Siaran berita tidak lagi dipahami sebagai penyebar realitas, tapi penyebar hiperrealitas.

▣ Realitas Hadir dalam Bentuk Audio-Visual

Di satu sisi, karakteristik berita televisi yang mampu menghadirkan realitas banjir Jakarta ke dalam bentuk audio-visual dapat dilihat sebagai kelebihan. Baudrillard menyatakan bahwa medium TV telah membentuk realitas yang asli (yang abstrak) menjadi mampu tervisualisasikan tanpa batas (Baudrillard, 1998: 123).

Realitas banjir Jakarta yang aslinya abstrak mampu dihadirkan melalui visualisasi medium berita televisi, tervisualisasikan tanpa batas. Masalahnya, realitas yang asli tidak berbetuk audio dan visual semata. Realitas banjir Jakarta yang asli sangat abstrak, sehingga ketika *Metro TV* mencoba menghadirkannya ke bentuk berita dalam format audio-visual, yang terjadi adalah praktik reduksi realitas. Walaupun hanya hasil reduksi, atau simulasi, ia tampil menjadi lebih nyata daripada realitas yang asli, tidak sekadar audio-visual. Ia menggantikan realitas banjir Jakarta yang abstrak sehingga realitas berita tentang banjir Jakarta *Metro TV* menjadi hiperealitas.

Pemberitaan tentang banjir Jakarta terlihat lebih dramatis daripada realitas banjir yang sesungguhnya. Kemampuan imaji berita televisi mendramatisasi realitas banjir Jakarta yang audio-visual tadi dikritik Menkokesra Aburizal Bakrie. Dalam persepsi Aburizal, berita televisi membesar-besarkan peristiwa banjir dan mengesankan bahwa seakan-akan "dunia mau kiamat," padahal pada kenyataannya tidaklah demikian (www.liputan6.com).

▣ Berita Televisi Tidak (Lagi) Merujuk Realitas

Hiperrealitas terjadi ketika realitas imaji (*image*) tidak lagi merujuk realitas sesungguhnya, melainkan imaji yang lain. Realitas yang asli menjadi hilang. Saat ini kondisinya tanda (*signs*) kehilangan

referensi dengan realitas. Dalam bahasa Baudrillard, tidak ada lagi yang namanya referensi. "We live in a referendum mode precisely because there is no longer any referential." (Kita saat ini hidup di dalam modus referendum karena tidak adanya lagi referensial) (Baudrillard, 1993: 62).

Ketika dilihat sebagai *signifier*, berita telah kehilangan referensinya dengan realitasnya yang asli. Realitas yang asli tidak lagi menjadi *signified* bagi *signifier* (berita). Realitas berita telah menjadi referensi bagi dirinya sendiri. *Signifier* tanpa *signified*. Penanda tanpa petanda.

Realitas berita telah kehilangan hubungannya dengan realitas yang aslinya. Pada dasarnya, realitas berita tidak lagi ditentukan oleh realitas yang asli karena lebih ditentukan oleh keputusan-keputusan pihak redaksi. Segala macam kode teknis televisi juga berperan di dalam proses pembentukan realitas berita tersebut.

Baudrillard menyatakan bahwa pada dasarnya fungsi sebuah pesan adalah rujukan bagi pesan yang lain (Baudrillard, 1998: 122). Yang terjadi adalah imaji terpusat pada dirinya sendiri, imaji merujuk imaji lain, realitas berita merujuk realitas berita, maka yang tinggal hanyalah *signifier* tanpa *signified*. *Signifier* menjadi *signified* bagi diri sendiri. Selanjutnya, *signifier* menjadi tautologi, sesuatu yang dianggap lumrah dan alamiah. *Signifier* kelak menjadi *pure sign* (tanda murni), tanda yang tidak lagi memiliki rujukan kecuali pada dirinya sendiri. Dalam kondisi ini *signified* semakin lenyap kemudian hilang (*the abolition of the signified*) karena yang tersisa hanyalah imaji realitas berita tentang banjir Jakarta. Realitas banjir Jakarta yang sesungguhnya menjadi tidak lagi penting dibicarakan.

❖ Hiperrealitas dalam Kamera Televisi

Realitas yang dihadirkan berita televisi hanya berada dalam *frame* layar televisi. Lantas, bagaimana dengan realitas yang berada di luar layar televisi? Realitas yang tidak terekam kamera, yang tidak terlihat dalam *in-frame* tadi terlewatkan begitu saja. Padahal, wilayah banjir Jakarta yang tidak ditayangkan oleh *Metro TV*, sebagai contoh, memiliki hak yang sama sebagai realitas banjir Jakarta.

Dengan demikian, realitas parsial bernama berita televisi tentang banjir Jakarta, tidak lagi dipahami sebagai suatu realitas yang asli, melainkan sebagai realitas tersediri, realitas yang benar-benar baru. Akan tetapi, ia satu-satunya realitas yang hadir dalam pengalaman penonton televisi.

■ Berita Televisi sebagai Realitas Virtual

Dalam berita televisi juga ditemukan *generated images*, suatu imaji yang bukan merupakan rekaman atas realitas yang asli, melainkan imaji yang direkayasa atau diciptakan oleh teknologi komputer. Imaji *generated image* ini tidak lagi merujuk realitas yang asli. Maka, pada dasarnya penggunaan *generated images* dalam berita televisi merupakan bentuk hiperrealitas.

Gambar atau video pada berita televisi pada umumnya dapat dikategorikan dalam dua jenis, yaitu rekaman terhadap realitas di lapangan dengan kamera, dan gambar hasil rekayasa komputer atau *computer generated images (CGI)*. Termasuk dalam CGI adalah animasi, grafis, atau ilustrasi.

Dalam perspektif Baudrillard, penggunaan teknologi komputer semacam ini dapat dilihat sebagai realitas virtual, bukannya realitas yang asli. Realitas virtual adalah tiruan atas realitas yang asli yang kemudian direkayasa sebaik-baiknya oleh manusia (Howard, 1992). Menurut Baudrillard, realitas virtual cenderung merupakan ketidakmungkinan tampilnya yang nyata, ketidakhadiran yang pasti dari yang nyata. Sepertinya realitas virtual tidak bisa lagi menampung realitas yang nyata (Jean Baudrillard, 2000: 70).

Metro TV menyajikan realitas virtual dalam berita "Ketinggian Air di Sejumlah Pintu Air," dengan menampilkan *computer generated images*. CGI berbentuk grafis/tabel dalam berita merupakan proses simulasi realitas. Di sini *Metro TV* menciptakan suatu realitas virtual tentang banjir Jakarta, bukan lagi realitas asli. Oleh karena itu, berita tersebut hiperrealitas. Realitas virtual tentang banjir hasil simulasi komputer tidak lagi memerlukan hubungan atau referensi apapun dengan realitas banjir di Jakarta itu sendiri. Ia tampil lebih nyata daripada realitas yang aslinya.

■ Berita Televisi dan Repetisi Realitas

Berita *Metro TV* tentang banjir Jakarta pada dasarnya upaya merekam realitas yang asli. Melalui proses produksi berita *Metro TV* berhasil "membekukan" realitas dalam format "ruang dan waktu" bernama berita. Penyiaran berita tentang banjir Jakarta adalah proses penayangan rekaman realitas banjir Jakarta.

Metro TV menayangkan rekaman gambar berita yang sama tentang banjir Jakarta secara berulang-ulang sehingga ia terjadi berkali-kali meskipun pada kenyataannya hanya terjadi satu kali. Dengan kata lain, berita televisi mampu menghadirkan realitas yang diulang-ulang, sedangkan realitas yang asli tidak demikian.

Pengulangan gambar (video) semacam itu oleh *Metro TV* hanya dilihat dalam perspektif kepentingan teknis. Dalam klaim pihak redaksi, pada dasarnya tidak ada berita yang diulang. Walaupun ada pengulangan, pada hakikatnya berita itu telah mengalami pengkinian, pembaruan berita. Konsekuensinya, berita itu adalah sebuah realitas (berita) yang tidak lagi merujuk realitas banjir Jakarta yang asli. Realitas berita ini merujuk realitas berita yang dibuat lebih awal, Dengan demikian, ia tidak lagi disebut dengan realitas, melainkan hiperrealitas.

❑ Hiperrealitas dalam *Live Report*

Dalam *Live Report*, stasiun televisi berupaya menghadirkan berita secara langsung dari lokasi kejadian untuk menghadirkan kondisi *real-time*. Dalam perspektif Baudrillard, tidak ada realitas *real-time*, karena konsepsi *real-time* hanya ada pada tatanan hiperrealitas. *More real-time than the real time*.

Metro TV, misalnya, memiliki sejumlah format berita untuk memberitakan realitas banjir Jakarta. Secara umum format itu dapat dibagi dalam dua bentuk, yakni laporan langsung (*live report*) dan berita hasil rekaman dari reportase yang dilakukan sebelumnya (*live on tape*).

Dalam pemberitaan sebuah peristiwa bencana alam yang bernilai berita tinggi, hampir seluruh stasiun televisi berlomba-lomba mendapatkan beritanya, misalnya peristiwa banjir di Jakarta dan sekitarnya. Di sini *Metro TV* mengandalkan siaran berita dengan format *live report* tadi. Dengan format *live report*, *Metro TV* berupaya menghadirkan realitas banjir Jakarta seakan-akan sesuai dengan kondisi riil, bahwa realitas itu tengah berlangsung, saat itu juga. Dalam situasi itu *Metro TV* juga bekerja dalam konsepsi realisme, menghadirkan realitas banjir Jakarta dengan senyata-nyatanya, dalam kondisi *real time* (waktu yang riil), Baudrillard menyebut *real time* sebagai "*instantaneous proximity of the event and its double in information* (kedekatan yang instan dari suatu kejadian dengan tiruannya dalam informasi) (Baudrillard, 1996: 30).

Fungsi lain *live report* adalah menciptakan suatu kondisi seakan realitas berita *Metro TV* taktermediasikan (*unmediated reality*). Dengan klaim *live report* seakan *Metro TV* berhasil menyajikan realitas yang menghapus perbedaan waktu antara realitas berita dengan realitas banjir Jakarta yang aslinya. Seakan realitas hadir dalam dalam kondisi *real time*.

Dalam perspektif Baudrillard konsep *real time* sebenarnya hasil rekayasa media massa terhadap konsep waktu sehingga suatu peristiwa masuk dalam konteks "kekinian" (*nowness*) yang semu (Jean Baudrillard, 1994: 3). Penamaan "*live report*" membuat nuansa kekinian semakin terasa dalam realitas berita. Atau dengan kata lain, keterpisahan antara realitas asli dengan realitas berita dalam konsepsi waktu dikaburkan klaim *real time* tadi. Aspek produksi dan aspek simulasi realitas berita banjir Jakarta dalam pemberitaan redaksi *Metro TV* menjadi semakin tidak terlihat, dan oleh karenanya menjadi realitas itu sendiri. Padahal, segala proses transmisi yang diperlukan oleh suatu realitas menjadi realitas berita menyebabkannya menjadi bagian masa lalu. Adapun realitas banjir Jakarta yang asli terus bergerak maju bersama dengan waktu yang terus berjalan.

▣ **Realisme Televisi sebagai Hiperrealitas**

Segala upaya kode televisi dalam produksi berita bertujuan menghasilkan berita (imaji) yang semakin realistis, semakin mirip dengan aslinya. Prinsip membuat imaji yang realistis semacam ini dipahami sebagai penciptaan hiperrealitas. Berita televisi bertujuan menyajikan realitas secara nyata-nyatanya. Artinya, berita tentang banjir itu, sebagai contoh, dibuat semirip-miripnya dengan realitas aslinya, tanpa kesan menambah-nambahkan sehingga terkesan faktual.

Kemampuan menyajikan realitas secara *iconic*, secara *mimetic*, membuat televisi mampu menghasilkan, mengedepankan aspek *realisticness* yang tinggi dari segala macam realitas yang disajikan dalam pemberitaannya. Khalayak akan sulit menyangkal kekuatan audio-visual berita televisi ini.

Beberapa tayangan berita banjir Jakarta *Metro TV* juga menampilkan elemen *stand-up*. *Stand-up* memperkuat keyakinan bahwa si reporter benar-benar berhadapan langsung dengan realitas banjir yang diberitakan. Tujuan utama realisme televisi ini menyajikan gambar dari realitas seakan-akan tanpa termediasikan sama sekali (Fiske, 1987: 21). Menurut Baudrillard, ketika segala macam kode teknis televisi mampu menghadirkan imaji yang semakin realistis dan semakin mendekati realitasnya yang asli, kenyataan atau realitasnya yang asli justru semakin menghilang (Baudrillard, 1998: 122).

■ Berita Televisi Hadir Lebih Nyata daripada Kenyataan

Hiperrealitas merupakan suatu kondisi di mana imaji (*image*) menjadi lebih nyata daripada realitas yang aslinya (*more real than the real*). Berita banjir Jakarta, sebagaimana dihadirkan *Metro TV* dalam berbagai program pemberitaannya hadir lebih nyata daripada realitas banjir Jakarta yang asli.

Dalam membahas realitas perang Vietnam dan hubungannya dengan imaji film, Baudrillard mengatakan bahwa sebenarnya, "*The war become film even before being filmed... the war became film, the film becomes war, the two are joined by their common hemorrhage into technology,*" (Baudrillard, 1994: 59).

Menggunakan kerangka berpikir yang sama, realitas banjir Jakarta sebenarnya telah menjadi berita bahkan sebelum diberitakan. Realitas banjir menciptakan berita, berita menciptakan realitas banjir di Jakarta dan sekitarnya. Kedua konsep itu melebur menjadi satu ketika kita bicara tentang peran berita televisi dalam memberitakan tentang realitas banjir Jakarta.

Oleh sebab itu, saat *Metro TV* menayangkan berita tentang banjir Jakarta, dan berita itu ditangkap sebagai suatu realitas sebenarnya, dapat dikatakan bahwa *Metro TV* telah berhasil "menipu" penontonnya sehingga mereka menerima realitas berita tentang banjir Jakarta sebagai realitas banjir Jakarta itu sendiri. Padahal, berita televisi hanyalah simulasi dari realitas banjir Jakarta yang asli: *simulacra*.

■ SIMPULAN

Berita televisi tentang banjir Jakarta yang disiarkan oleh *Metro TV* secara audio-visual mampu menghadirkan realisme, realitas berita yang nyata-nyatanya, mendekati realitas aslinya, bahkan melampauinya: hiperrealitas.

Serangkaian proses teknis produksi berita tidak dapat dilihat sebagai prosedur teknis semata, melainkan proses simulasi terhadap realitas. Dalam pemberitaan, realitas banjir Jakarta yang asli mengalami serangkaian proses simulasi sehingga sebenarnya *Metro TV* tidak memproduksi realitas, melainkan *simulacra*, produksi hiperrealitas. Elemen-elemen seperti bahasa kamera, komposisi gambar, penggunaan *stand-up* ketika reportase, penyuntingan gambar dan suara, penggunaan *back-sound* tertentu merupakan bagian proses simulasi.

Metro TV mempraktikkan prinsip realisme misalkan menyajikan berita secara audio-visual, *live report*, *stand-up*. Penggunaan elemen grafis, animasi, dan *computer generated images* lain pada hakikatnya perekayasaan realitas virtual, dengan tujuan realisme tadi. Pada akhirnya, segala macam realitas berita tentang banjir Jakarta justru menghasilkan realitas (berita) yang terlalu realistis sehingga melampaui realitas yang asli. *More real than the real: hypereality*. Selanjutnya, segala macam bentuk "intervensi" *Metro TV* terhadap realitas banjir Jakarta yang kemudian diproduksi dalam berita tidak lagi menghasilkan realitas. Realitas banjir Jakarta hasil produksi berita adalah realitas hasil simulasi yang justru menghasilkan *simulacra*.

Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana berita televisi yang selama ini kita konsumsi pada dasarnya tidak lagi menyajikan realitas, melainkan menghadirkan hiperrealitas. Realitasnya yang asli semakin menghilang. Ketika hiperrealitas media massa menjadi satu-satunya rujukan yang sah dalam melihat realitas kehidupan manusia, manusia akan semakin terjebak ke dalam ekstasi komunikasi. Kebergantungan masyarakat terhadap media massa dan media komunikasi lainnya semakin menjadikan masyarakat terjebak dalam jeratan *simulacra*. Tidak ada jalan keluar terhadap hiperrealitas kecuali dengan mengabaikan segala imaji media massa atau media komunikasi. Jangan konsumsi segala pesan media massa. Matikan televisi Anda. Dengan begitu, kita takkan mengkonsumsi *simulacra*. Akan tetapi, ketika penolakan terhadap hiperrealitas berita televisi menjadi tidak mungkin, satu-satunya pilihan adalah menikmati hiperrealitas. Selamat datang dalam galaksi *simulacra*.

■ DAFTAR PUSTAKA

▣ Buku

- Baudrillard, Jean (1983a). *Simulations*. New York: Semiotext(e).
_____ (1983b). *In the Shadow of Silent Majorities, or, The End of the Social and Other essays*. New York, Semiotext(e).
_____ (1987). *Forget Foucault*. New York, Semiotext(e).
_____ (1988a). *The Ecstasy of Communication*. New York, Semiotext(e).
_____ (1988b). *America*. London: Verso.
_____ (1990). *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*. London: Verso.
_____ (1993). *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage Publications.

- _____ (1994). *Simulacra and Simulation*. Michigan: Ann Arbor University of Michigan Press.
- _____ (1996). *The Perfect Crime*. London: Verso.
- _____ (1998). *The Consumer Society*. London: Sage.
- _____ (2000). *The Vital Illusion*. New York: Columbia University Press.
- Berger, Peter L. dan T. Luckman (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books Doubleday.
- Best, Steven dan Douglas Kellner (1991). *Postmodern Theory, Critical Interrogations*. London: Macmillan.
- Bignell, Jonathan, dan Jeremy Orlebar (2005). *The Television Handbook*. New York: Routledge.
- Carey, James W. (1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Curran, James, dan Michael Gurevitch (eds.)(1992). *Mass Media and Society*. New York: Routledge.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln (ed)(2005). *Handbook of Qualitative Research, 3rd edition*. California: Sage Publication.
- Eriyanto (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Findahl, Olle (2001). "News in Our Mind." Dalam Karsten Renckstorf, Denis McQuail dan Nicholas Jankowski (2001). *Television News Research: Recent European Approaches and Findings*. Berlin: Quintessence Publishing.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- _____ (1992). "Postmodernism and Television." Dalam James Curran dan Michael Gurevitch (eds)(1992). *Mass Media and Society*. New York: Routledge.
- Genosko, Gary (1999). *McLuhan and Baudrillard: The Masters of Implosion*. London: Routledge.
- Gunter, Barrie (2001). "Television News and the Audience in Europe: What Has Been Happening and Where Should We Go Next?" Dalam Karsten Renckstorf, Denis McQuail dan Nicholas Jankowski (2001). *Television News Research: Recent European Approaches and Findings*. Berlin: Quintessence Publishing.
- Gurevitch, Michael, Tony Bennet, James Curran and James Wollacott (ed.)(1982). *Culture, Society, and Media*. London: Methuen.
- Kolker, Robert (2002). *Film, Form, and Culture, 2nd edition*. New York: McGraw Hill.
- McQuail, Denis (ed.)(2002). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: Sage.
- O'Shaughnessy, Michael, dan Jane Stadler (2005). *Media and society, an Introduction, 3rd edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Patton, Michael Quinn (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods, 3rd edition*, Thousand Oaks: Sage Publication.

- Renckstorf, Karsten, Denis McQuail dan Nicholas Jankowski (2001). *Television News Research: Recent European Approaches and Findings*. Berlin: Quintessence Publishing.
- Rheingold, Howard (1992). *Virtual reality*. London: Mandarin Paperbacks.
- Sarup, Madan (2003). *PostStructuralisme and Postmodernisme*. Terjemahan. Yogyakarta: Penerbit Jendela.
- Thomas, W.I. (1928). "The Child in Amerika." New York: Knopf. Dalam Liesbet van Zoonen (2002). *A New Paradigm? McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. New York: Sage.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Wurtzerl, Alan (1995). *Television Production*. New York. McGraw Hill.
- Yin, Robert K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications.

❧ Jurnal

- David Johnson (2004). "Getting the Real On: Baudrillard, Berkeley and the Staging of Reality." *International Journal of Baudrillard Studies* Vol.1 No.2, July.
- Richard G. Smith (2005). "Lights, Camera, Action: Baudrillard and the Performance of Representations." *International Journal of Baudrillard Studies* Vol.2 No.2, Januari.

❧ Tesis dan Disertasi

- Utoyo, Bambang (2001). *Perkembangan Pemikiran Jean Baudrillard: dari Realitas ke Simulacrum*. Depok: Program Pascasarjana Ilmu Pengetahuan Budaya Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Tesis. Tidak diterbitkan.
- Kushendrawati, Selu Margaretha (2006). *Hiperealitas dalam Media Massa. Suatu Kajian Filsafat Jean Baudrillard*. Depok: Program Studi Ilmu Filsafat, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia. Disertasi. Tidak diterbitkan.

❧ Surat Kabar

- Kompas*, Jumat 1 Februari 2007.
- Kompas*, Sabtu 2 Februari 2007.
- Kompas*, Minggu 3 Februari 2007.

❧ Laman

- <http://www.liputan6.com>.
- <http://www.metrotvnews.com>.

❧ Catatan

- ¹Hiperealitas merupakan "efek realitas" sebagai akibat yang nyata diciptakan sesuai dengan model dan penampakan untuk menjadi lebih nyata dari yang nyata. Dalam hiperealitas batasan antara yang nyata dengan referensinya lenyap.

²Simulasi di sini merujuk kepada konsep dari Baudrillard yang pengertiannya adalah sebuah proses imitasi tanpa realitas asli (atau referensi) di mana hasilnya menjadi lebih nyata dari yang nyata (*more real than the real*). Hasil dari proses simulasi adalah *simulacra*.

³*Simulacra* atau *simulacrum* adalah hasil proses simulasi. Sebuah *simulacra* tidak mempunyai hubungan lagi dengan realitas asalnya, menjadi lebih nyata dari realitas aslinya. *Simulacrum* adalah tiruan dari tiruan, atau peniruan dari peniruan, sehingga keberadaan yang asli (yang ditiru) tidak lagi ada, dan akhirnya perbedaan antara yang asli dan duplikasi atau tiruan menjadi semu.

