

SELASA LEGI, 25 FEBRUARI 2020

SOLOPOS

Dibuatkan oleh PT Aksara Solopos Surat dan SK Mengenai No. 315/SK/MENPEN/SULPP/02 Agustus 1997

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:

Ibu Yustiningsih-Dewan Redaksi: Ariel Budisulistyo, Y Bayu Wisagada, Suwama, Hery Trianta, Anton Wahyu Prihartono-Redaktur Pelaksana: Darang Nur Ihsan, Srihandayani-Sekretaris Redaksi: Sri Handayani-Redaktur: Abu Nadiyah, Adib M Akbar, Ahmad Mulid Arjono, Awan Kunto Prabowo, Anik Sulistyawati, Astrid Prihatini Wisnu Dewi, Ayu Pratikawati, Burhan Aris Nugraha, Damar Sri Prakosa, Haryono, Wahyudiyanto, Hidayah Al Wakhidah, Ichaen Prasetyo, Iwan Indrakusuma, Kaled Hasthy Astinidity, Oria Vilosa, Rahmat Wibisono, Riyanta, R. Bambang Aris S. Rihmah Ermawati, Suharsih, Tika Sekar Anum, Tri Wilharjo, Yonantha Chandra Premana-Manajer Litbang dan Pusdat: Sholahuddin-Staf Redaksi: Akhmad Luthiyanto, Arif Fauz S, Cahyadi Purnawan, Chriana Cheno, Cara, Farida Trinaningtyas, Ichsan Khalil Rishman, Ika Yumali, Ikanda, Ivan Anandmuhtarom, Kurniawan, Maryana Ricky PD, Wahyu Prakoso, Boyolali: Bayu Jatmiko Adi, Nadia Luthifa Mawarni Klaten: Ponco Suseno, Taufiq Sidik Prakoso-Karanganjaya: Sri Sumi Handayani, Wonogiri: Rudi Hartono, Sragen: M. Kholidi Duhri, Tri Rahayu Sukoharjo: Bony Eko Wicaksono, Indah Septianing W, Semarang: Imam Yuda Saputra, Madian: Abdul Jaliil Foto: M. Ferry Setiawan, Nicotius Irwan Ika Paksi, Sundaryo Haryo Bayu, Asisten Manajer Lay Out: Andri Susanto.

Penerbit: PT Aksara Solopos-Direksi: Bambang Nur Rahadi (Presiden Direktur), Suwamin (Direktur), Arnis Nurul Aini (Direktur)-General Manajer Digital: Tri Wahyudi-General Manajer Iklan: Wahyu Widodo-Manajer Sirkulasi & Promosi: Franky Simon-Manajer EO: Dewi Lestari-Alamat Redaksi/Perusahaan: Griya Solopos Jl. Adisucipto No. 190 Solo 57145 Telp (0271) 724811 (hunting), Faks Redaksi (0271) 724833, Faks Perusahaan (0271) 724850-Pengaduan Iklan dan Sirkulasi: (0271) 724811-Iklan Perwakilan Jakarta: Sari Arlestini, Wisma Bisnis Indonesia Lt. 5-B Jl. K.H. Mas Mansyur No. 12A Karet, Tembung, Tanah Abang Jakarta Pusat 10220, Telp (021) 57901023 ext. 536, 08558409172 Faks (021)

Bono Setyo bono_setyo@yahoo.com

Direktur Center of Communication Studies and Training



Jangan Terseret Logika Media

Pemberitaan tentang Pucapan Kepala Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP), Yudian Wahyudi, bahwa "agama jadi musuh terbesar Pancasila" oleh beberapa media telah menjadi viral bak anak panah yang lepas dari busurnya.

Muncul banyak reaksi keras dari para tokoh, berbagai wakil elemen masyarakat, maupun warganet yang kontra bahkan merunding kepala BPIP yang juga mantan rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta itu.

Yang menjadi pertanyaan adalah benarkah pernyataan kepala BPIP itu memang seperti itu, bahwa "agama jadi musuh terbesar Pancasila"? Ataukah itu hanya framing oleh media? Mengapa bisa menjadi viral? Esai ini menjelaskan fenomena tersebut.

Saat ini kita berada pada era media baru (new media). Pada era ini media online maupun media sosial menjadi rujukan baru bagi masyarakat (warganet). Apa pun pemberitaan atau informasi dari media dianggap sebagai kebenaran.

Masyarakat menjadi seperti terhipnotis oleh pesan-pesan atau informasi dari media yang menjadikan mereka tidak bisa—atau enggan—berpikir logis serta cenderung reaktif dan

sensitif. Media menjadi referensi utama masyarakat dan pada gilirannya menjadi acuan pola pikir, bahkan sikap dan perilaku masyarakat terbentuk oleh media. Meminjam istilah Iswandi Syahputra (2020), guru besar ilmu komunikasi di UIN Sunan Kalijaga, kasus pemberitaan tentang pernyataan kepala BPIP itu menunjukkan kita adalah "manusia media" yang berpikir dengan logika media.

Dengan kata lain, manusia media itu cenderung irasional karena tidak pernah menggunakan logika yang menjadi fitrah manusia sebagai makhluk yang mulia. Kasus pemberitaan tentang "agama sebagai musuh Pancasila" bermula dari wawancara wartawan detik.com dengan Yudian yang selanjutnya ditulis menjadi berita di media online tersebut.

Berita yang diunggah berjudul Kepala BPIP Sebut Agama sebagai Musuh Terbesar Pancasila. Di sinilah masalah berawal karena ada communication gap antara wawancara yang dilakukan wartawan detik.com dengan berita yang diunggah.

Perlu diketahui bahwa pemberitaan itu merupakan produk atau karya jurnalistik yang ditulis oleh seorang wartawan yang terkadang

(secara manusiawi) mengalami distorsi akibat penafsiran atau interpretasi subjektif wartawan yang "punya kepentingan", yang salah satunya adalah bad news is a good news.

Terkadang wartawan melakukan teknik atau strategi melalui judul berita yang diyakini menarik, bombastis, dan terkadang kontroversial sehingga mendapatkan perhatian dari masyarakat (warganet).

Judul berita di detik.com hasil wawancara dengan kepala BPIP adalah contoh keberhasilan menerapkan teknik atau strategi dengan "baik". Ini terbukti ketika pemberitaan tentang persoalan itu mendapatkan respons yang sangat signifikan dari berbagai kalangan masyarakat dan warganet.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Center of Communication Studies and Training bekerja sama dengan Median Analytic dik. Ini sejak berita itu diunggah sampai Kamis tanggal 13 Februari 2020 jumlah tweet yang masuk lebih kurang 15.000 dan hashtag yang paling banyak muncul atas isu tersebut adalah #bubarkanbpip.

Fenomena tersebut menunjukkan betapa kejamnya media ketika dimainkan oleh jurnalis yang hanya mengejar sensasi

atau kepentingan sesaat sehingga banyak warganet yang seharusnya dapat menggunakan logika untuk berpikir jernih dan rasional jadi terseret dalam logika media yang notabene irasional dan terkadang hanya framing.

Di sinilah pentingnya literasi media, baik untuk masyarakat, warganet, dan juga untuk para jurnalis. Pertama, pemberitaan atau informasi dari media penting namun jangan ditelan mentah-mentah apalagi hanya berdasarkan interpretasi judul berita atau lead berita.

Kedua, masyarakat atau warganet harus membiasakan untuk selalu membaca berita secara utuh serta melakukan check and recheck dengan sumber berita langsung atau melalui pemberitaan lain. Ini sebaiknya menjadi habit yang harus terus dilakukan agar kita tidak terseret pada logika media.

Ketiga, media khususnya para jurnalis harus lebih memperbanyak berita positif atau yang menyejukkan dan mencerahkan masyarakat atau warganet. Dengan demikian masyarakat tetap kritis namun tidak gaduh apalagi sampai terjadi konflik sosial hanya gara-gara mis-interpretasi atau framing berita. Nandzubillahi mindzalik