STRATEGI SIMULASI DAN SIMULAKRA ANTISIPASI KEGAGALAN PEMULIHAN CITRA MEDIA

Rekno Sulandjari*)

Abstract

Simulations is no longer that of a territory, a referential being or a substance. It the generation by models of a real without origin or reality : a hyperreal. The territory no longer precedes the map. Nor survives it. Henceforth, it is the map that precedes the territory – precession of simulacra – it is the map that engenders the territory and if we were to revive the fable today, it would be the territory whose shreds are slowly rotting across the map. It is the real, and not the map, whose vestiges subsist here and there, in the desert which are no longer those of the Empire, but our own. The desert of the real itself.

Key words : a hyperreal, precedes, shreds a discourse

PENDAHULUAN

Sejumlah ahli media menyebutkan bahwa kepemilikan media menentukan kontrol media, yang pada dilirannya menentukan isi media yang memiliki kemungkinan terbesar dalam menjadi penyebab utama pengaruh media. Kepemilikan media adalah faktor penting bagi ahli komunikasi dalam kaitannya dengan pengaruh media. Salah satu faktor pendorong kegunaan akan akuisisi dan konsolidasi media adalah karena munculnya gagasan sinergi, atau ide yang menumbuhkan interaksi antara kegiatan tambahan yang diperoleh atau bagian dari perusahaan yang dimerges sehingga menimbulkan peningkatan efek gabungan. Konglomerat media seringkali bisa melakukan penghematan dengan cara menggabungkan staf administrasi, pemasaran, penjualan, pembelian dan distribusi. Hal ini didasari oleh teori bahwa perusahaan yang berintegrasi secara vertikal akan mengeluarkan sedikit pengeluaran dan sebaliknya memperoleh banyak keuntungan (Tankard&Severin, 2005:433)

Mereka dapat mendistribusikan materi ke pihak penerbit lain atau penyiaran lain dalam satu jaringan. Seperti pepatah yang mengatakan bahwa layaknya bak seperti tanaman pemakan daging yang memakan semua bagian tubuh seekor babi kecuali lengking suaranya. Demikian juga ungkapan tentang pohon kelapa yang banyak disetujui orang bahwa semua bagian dari tumbuhan tersebut hampir tak ada yang tak bermanfaat kecuali akarnya. Buahnya dapat dimanfaatkan, tempurung buah juga dapat digunakan untuk keperluan alat-alat rumah tangga, daunnya untuk atap dan pembungkus makanan, batangnya untuk memperkuat rumah, bahkan ruas daunnya pun digunakan sebagai sapu halaman rumah. Demikian juga media massa khususnya elektronik. Dari berbagai artikel di media cetak, karangan dan buku dapat dikembangkan menjadi hasil karya film, sinetron, miniseri atau acara TV yang lainnya. Karakter film dan acara TV dapat ditampilkan lagi melalui produk-produk yang mendatangkan keuntungan secara materi seperti T-Shirt, boneka dan merchandise lain yang

kemungkinan untuk dialih bisniskan kepada perusahaan perorangan lain atau jaringan dengan waralaba.

Fungsi dan Citra Media Modern

Salah satu perubahan teknologi baru itu menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri yang mana definisi sebelumnya sudah cukup jelas bahwa memiliki definisi dengan adanya kecenderungan tiga ciri yaitu :

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audience yang relatif besar, heterogen dan anonim
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, seringkali dijadwalkan untruk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audience secara serempak dan sifatnya sementara
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Wright, 1985:15).

Namun perkembangan media telekomunikaqsi dan transformasi informasi baik internet, newsgroup, mailing list, acaralangsung dialog alternatif by phone, world wide web, televisi kabel multisaluran, dan buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, yang tak dapat dikategorikan dengan mudah apakah termasuk komunikasi massa atau bukan sehingga melahirkan beberapa ciri lingkungan media baru sebagai berikut :

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung menjadi satu kooperasi
2. Bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah
3. Masyarakat yang mengalami pergeseran dari yang mengarah kepuasan massa audience kolektif menuju kepuasan group atau individu
4. Masyarakat yang sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Demikian juga jika ditinjau dari sisi kepemilikannya, maka ia memanfaatkan media khususnya demi kepentingannya pribadi dalam kaitannya mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Sebagaimana Gramsci (Bungin, 2008:27) mengatakan bahwa suatu kelas sosial akan unggul melalui 2 cara, yaitu melalui dominasi atau paksaan dan melalui kepemimpinan intelektual dan moral, yang disebutnya sebagai hegemoni. Kebenaran dalam hal media adalah bahwa tidak ada realitas atau kebenaran mutlak dalam media. Khalayak mungkin berbikir bahwa terdapat realitas atau kebenaran relatif dalam media dan mereka merasa layak untuk memiliki seperangkat aturan u7ntuk mendefinisikan jenis-jenis realitas dan kebenaran yang relatif. Demikian juga berita televisi, meskipun bukan berarti tidak mengandung kebenaran, memiliki kualitas-kualitas drama dalam caranya menyeleksi kisah-kisah atau memunculkan kegairahan dalam suatu fenomena tertentu seperti kisah penculikan. Jelas bahwa berita di televisi bukanlah kebenaran mutlak. Jika berita televisi memang dapat mencapai kebenaran mutlak, maka khalayak bisa mengandalkan satu program berita saja. Dengan demikian garis antara satu jenis realisme dan realisme yang lain dapat lebih kabur daripada apa yang khalayak pikirkan.

PERMASALAHAN

Teknologi informasi interaktif membuat sosok personal maupun institusiaonal dapat dicitrakan menjadi seperti apapun yang kita kehendaki. Langkah sederhana untuk mengenali pencitraan yang dilakukan oleh media interaktif adalah mengenali moda produksi yang melahirkan produk tersebut. Moda of production menurut Marx merupakan pertalian antara hubungan produksi dengan kekuatan-kekuatan produksi. Yang tak lain adalah salah satunya pemilik media itu sendiri. Dalam situasi yang seperti ini media bisa dilihat sebagai suatu institusi yang sangat memungkinkan berbagai ideologi kelas saling bertarung. Ekonomi dianggap berhubungan dengan determinasi teknologi sedangkan budaya industri berada dalam suatu determinasi ekonomi. Terdapat kombinasi yang spesifik antara kekuatan produksi (kekuatan buruh dan alat-alat produksi, dikenalkan Marx dengan sebutan the mouth of capitalist). Sementara social of teknologi power merupakan seperangkat teknologi sosial yang berhubungan langsung dengan produksi. Di sini dijelaskan tentang bagaimana pemilik media menguasai buruh dan serikatnya sehingga mampu menunjukkan bagaimana seseorang masuk dalam kelas tertentu. Adapun tujuan akhir dari mouth of production adalah mencapai keuntungan sebesar-besarnya dengan cara membuat segala sesuatu sebagai komoditas dalam situasi persaingan pasar bebas.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peran pemilik sangat besar pada setiap kajian pemberitaan yang akan muncul lewat media utamanya televisi. Utamanya hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan pemilik dalam melakukan agenda media yang pada akhirnya bertujuan demi mewujudkan tujuan pribadinya, meskipun tanpa mengabaikan aspek-aspek kepentingan khalayak. Sehingga dapat ditarik beberapa permasalahan yaitu di antaranya :

1. Banyak pihak mempertanyakan adakah kemungkinan pemilik media mengeksplorasi kepemilikannya tersebut demi kepentingan pribadinya terutama yang berkaitan dengan perannya sebagai seorang politikus ?
2. Langkah-langkah apa sajakah yang bisa ditempuh pemilik media sekaligus sebagai politikus tersebut dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan langkah-langkah politisnya agar sifat media televisi sebagai media publik dan bukan media privat tetap terjaga ?
3. Bagaimana kemungkinan jika penyelesaian tersebut ditempuh dengan cara menganalisisnya melalui solusi perspektif simulasi ?

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Secara lugas jawaban atas pertanyaan adakah kemungkinan pemilik media mengeksplorasi mediana demi kepentingannya sebagai seorang politikus adalah ada, dan kemungkinannya besar sekali. Hal ini dikarenakan belum adanya UU yang mengatur akan kepentingan jenis ini. Baik UU Pers dan Keterbukaan Informasi Publik No.14 tahun 2008, UU Penyiaran No. 32 tahun 2002, UU tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

No.11 tahun 2008, UU No.02/KPI/12/2009 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran , dan UU No.03/P/KPI/12/2009 tentang Standar Program Siaran, keseluruhannya tak ada pasal yang menjelaskan tentang keterkaitan atau larangan pemilik media untuk berkorporasi di kancah politik di Indonesia.

Namun demikian, sebagai pemilik media sudah selayaknyalah memahami akan kemerdekaan pers di Indonesia. Dimana merupakan sarana terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers para praktisi jurnalistik menyadari adanya tanggungjawab sosial serta keberagaman masyarakat. Guna menjamin tegaknya kebebasan pers dan terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas praktisi jurnalistik. Atas dasar itulah wartawan Indonesia menetapkan Kode Etik: Jurnalistik. Dengan mengacu pada pasal-pasal yang ada pada Kode Etik Jurnalistik langkah-langkah yang bisa diambil oleh pemilik media sekaligus pemain politik dalam menggunakan medianya sebagai sarana mengusung kepentingan politiknya dapat dilakukan secara santun, sehingga televisinya tetap masih dianggap sebagai televisi publik, yaitu bertujuan akhir sebagai pembela kepentingan dan memperjuangkan kesejahteraan khalayaknya, dan bukan televisi privat. Selain itu, cara lain yang ditempuh yaitu dengan tak mengabaikan nilai berita serta mengemasnya dengan perspektif simulasi.

Peran Nilai Berita Pada Sebuah Media

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai berita berkaitan dengan berbagai topik yang dinilai sebagai para pembuat berita utamanya pemilik perusahaan media sebagai layak untuk diberitakan, dan berkaitan dengan cara-cara mempersentasikan topik-topik tersebut. Adapun yang berkaitan dengan nilai berita tak bisa lepas dari negativitas (negativity), yang diartikan sebagai penghargaan secara umum mesin berita atas dampak dramatisasi dari berita buruk. Berita buruk adalah berita baik. Berbagai kasus suap dan korupsi yang didugakan pada pimpinan partai politik tentu merupakan berita baik buat khalayak, utamanya jika pemilik televisi yang memberitakan tersebut adalah oposisi dari yang sedang mendapat isu suap atau korupsi yang sedang gencar diberitakan tersebut. Faktor nilai berita yang lain adalah kedekatan dengan rumah (closeness to home), dimana berita yang paling dekat dengan budaya dan geografi para pembuat berita utamanya pemilik perusahaan media paling dihargai. Karena itu, jika terjadi korban bencana yang bukan alam namun dikarenakan kesalahan penanggulangan dalam mengeksplorasi hasil tambang (Lapindo Brantas) akan menjadi berita yang sangat bernilai. Karena selain mengakibatkan kerugian bagi masyarakat yang tak berdosa, juga karena pemilik dari perusahaan pengekplorasi minyak bumi tersebut milik rival atau oposisi politik dimana mereka bernaung. Yang lain adalah kebaruan (licency), yaitu peristiwa-peristiwa yang baru saja terjadi lebih dihargai daripada yang sudah lama dihargai – dengan demikian hal ini memunculkan kompetisi di antara komunitas berita untuk menampilkan berita terlebih dahulu. Nilai ini diproyeksikan dengan baik ke kesadaran publik, sehingga menimbulkan kepercayaan bahwa semua berita ditampilkan nyaris seketika. Hal ini ironis, karena pada kenyataannya sering hanya berita-berita yang

dianggap penting oleh pemilik media yang dianggap berita-berita baru. Contoh: berita pernyataan SBY yang dalam konteks menyemangati para prajurit yang mendapatkan kenaikan gaji, dengan beliau menyatakan belum pernah mengalami kenaikan gaji selama tujuh tahun, diplintir oleh Metro TV sebagai presiden mengeluh dan sebagainya. Nilai berita yang lainnya adalah keberlanjutan (currency) dimana diasumsikan bahwa jika suatu kisah telah ditampilkan dalam agenda berita maka rincian-rincian lebih lanjut tentang hal tersebut dianggap bernilai, terutama karena khalayak sudah mengetahui tentang hal itu. Dengan demikian, kisah-kisah yang ditayangkan selama sehari-hari dan berminggu-minggu tidak benar-benar baru, melainkan kesinambungan dari suatu berita terdahulu yang sudah bergulir sebelumnya. SBY yang diberitakan mengeluh tentang gajinya yang tak kunjung naik, ditanggapi oleh para tokoh oposisinya sebagai presiden yang cengeng, suka curhat, dan bahkan secara congkak akan menambah gaji presiden asalkan tak membebani rakyat dengan menambah APBN di tahun anggaran baru misalnya. Nilai berita yang tak kalah penting adalah kontinuitas (continuity) yaitu prioritas yang diberikan pada item-item berita yang jelas akan memiliki suatu kontinuitas ketika kisah mula-mula berakhir. Sangat menarik menggarap berita tentang kerusuhan atau bentrok demo masyarakat yang tidak senang dengan tokoh Nirdin Halid sebagai pucuk pimpinan PSSI yang sangat arogan. Karena yang bersangkutan sekaligus sebagai kader oposisi politik naungan pemilik Metro TV maka secara gencar diberitakan. Sederhananya (simplicity) juga tak kalah penting. Penggarapan item-item berita secara sederhana lebih disukai daripada yang sulit dijelaskan. Secara khusus pers yang populer lebih menyukai kisah yang sederhana tentang suatu aksi terorisme daripada kisah rumit lainnya seperti neraca pembayaran dan bursa efek yang menguntungkan saat itu, misalnya. Personalitas (personality) merupakan nilai berita yang terakhir. Kisah-kisah yang berpusat pada personalitas, lebih disukai tokoh politik, atau yang dapat dikembangkan mengenai seseorang, lebih diprioritaskan daripada mengenai banyak kisah yang lain karena kisah-kisah tersebut secara sistematis cocok dengan apa yang disebut sebagai aspek human interest (berkaitan dengan pengalaman atau emosi individu).

Perspektif Simulasi dalam Mengemas Berita

Nilai berita yang bernuansa politis dapat disampaikan dan disiarkan secara faktual melalui metode simulasi. Konsep simulasi sendiri adalah proses kehidupan yang berjalan terus dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Sebuah simulakrum tak pernah menyembunyikan kebenaran – ini adalah kebenaran yang disembunyikan di sana. Simulakrum adalah sebuah kebenaran – (Ecclesiastes). Simulasi diartikan sebagai bukan lebih panjang dari daerah, sebuah keterangan dari substansi. Simulasi juga merupakan generasi model-model yang nyata yang ditampilkan tidak seadanya namun penuh dengan realitas yang berlebihan.

“Seseorang yang berpura-pura sakit akan pergi tidur dan menganggap diri sakit. Seseorang yang bersimulasi untuk menciptakan sakit pada dirinya, maka dia akan memperlihatkan tanda-tanda tersebut,” menurut Littre. Pada akhirnya kepura-puraan dan didominasi akan meninggalkan prinsip-prinsip utuh dari realitas, dimana hampir tak ada perbedaan, hanya diberikan semacam topeng, dimana tentunya simulasi akan mengancam

adanya 'benar' dan 'salah' antara 'kenyataan' dan 'imajinasi'. Seorang simulator tak dapat menyenangkan secara obyektif seseorang merasa sakit atau yang lain tak merasa sakit. Untuk itulah tanda-tanda dapat diproduksi dan dapat menjelaskan penerimaan atas fakta secara alami dan kemudian setiap rasa sakit dapat mempertimbangkan sebagaimana mampu bersimulasi dan dapat disimulasi sehingga berbagai macam obatpun tak dapat mengatasinya karena sakit tersebut bukanlah merupakan sebuah 'kebenaran' secara obyektif. Simulasi merupakan konsep yang muncul sebagai imbas perkembangan industri media, terutama berkembangnya teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi interaktif membuat sosok personal maupun institusional bisa dicitrakan menjadi seperti apapun yang kita kehendaki. Adfa beberapa penekanan yang dapat memperlancar sebuah imajinasi, yaitu :

1. Jika hal tersebut merupakan refleksi dari kejadian nyata yang mendasar
2. Jika hal tersebut merupakan orang yang berkelakuan tak wajar dan atau bertopeng
3. Jika hal tersebut merupakan topeng seseorang atau ketidakhadiran seseorang
4. Jika hal tersebut menghasilkan ketidakberhubungan antara banyak realitas dimana di sini murni disebut simulakrum.

Tragedi Lumpur Lapindo merupakan contoh model sempurna yang melibatkan order simulasi, karena di sini terdapat permainan yang penuh dengan ilusi-ilusi dan yang bersifat fantastik dimana di antaranya bercerita mengenai penderitaan warga yang tetap bertahan di rumahnya walaupun lumpur sudah masuk di sebagian kawasan perkampungannya, seperti yang disiarkan Metro TV beberapa waktu yang lalu. Dengan harapan mendapatkan ganti rugi dari pihak yang bertanggung jawab atas tragedi tersebut. Adanya kesalahan dalam penanganan eksploitasi hasil bumi/minyak bumi yang ditangani secara serampangan oleh PT Lapindo Brantas milik Aburizal Bakrie yang sekaligus lawan kandidat politik di Golkar dahulu. Sekarang yang bersangkutan diposisikan sebagai pimpinan elite politik di Golkar dan pemilik media Metro TV sebagai pimpinan Nasional Demokrat dalam memperebutkan kursi Presiden di tahun 2014 mendatang. Tujuan simulasi berita/informasi di sini adalah pembentukan citra diri yang diharapkan oleh pemilik Metro TV Surya Paloh sebagai pengayom, sedangkan lawan politiknya sebagai tokoh/pimpinan yang sangat tak bertanggung jawab, misalnya.

Simulasi yang merupakan proses kehidupan yang berjalan terus dan berkembang sesuai dengan kehidupan masyarakat modern, dimana dalam kebudayaan konsumen semuanya dikendalikan oleh hukum komoditas. Menjadikan konsumen sebagai raja yang menghormati setinggi-tingginya nilai-nilai. Simulasi menggambarkan sebuah visi tentang dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi. Melalui model ini manusia dijebak sebuah ruang yang disadarinya nyata, meskipun ada keinginan menolak namun tak berdaya menerimanya sebagai sebuah kenyataan yang sudah terlalu berlebihan dibalut dengan imajinasi liar. Ucapan SBY ketika bermaksud membesarkan hati para prajurit TNI yang mengalami kenaikan gaji, disimulasikan secara berkesinambungan oleh Metro TV sebagai tindakan Presiden yang manja dan tidak tegar, merupakan contoh kasus yang sama seperti pemberitaan tentang Lapindo.

Dimana kejadian yang tampak di luar tidaklah sama dengan kenyataan yang terjadi pada kasus tersebut. Hal ini diciptakan demi kepentingan kelompok politik tertentu dan menutupi kenyataan lain yang dianggap tak menguntungkan kepentingan pemilik media sebagai lawan politik di tahun 2014 untuk memperebutkan kursi kepresidenan misalnya. Walau bagaimanapun p[elintiran kata-kata yang diucapkan SBY tentang tidak naiknya gaji Presiden selama tujuh tahun terakhir adalah merupakan sekumpulan jebakan yang dilakukan oleh sistem penyiaran media dengan mengundang beberapa praktisi bahasa/linguistik, atau pakar pemerintahan di masa lampau untuk mengemukakan perspektifnya atas ucapan SBY tersebut di studio Metro TV secara langsung guna menangkap dan menyisihkan lawan/musuh-musuh yang dituju – merupakan sebuah simulasi skandal yang bertujuan memperbarui pencapaian-pencapaian tujuan akhir suatu sistem.

Strategi dari Kenyataan

Pada nenerapa order yang sama sebagaimana yang memiliki ketidakmungkinan dalam mendaur ulang perwujudan nyata dari tingkatan yang mutlak, merupakan ketidakmungkinan untuk memulainya dengan ilusi. Ilusi tak memungkinkan karena kenyataan bukanlah kemungkinan. Hal ini merupakan parodi problem politik dunia dimana simulasi yang berlebihan dan atau simulasi yang tersembunyi terjadi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa determinasi teknologi komunikasi (media) membuat status komoditi dalam kapitalisme saat ini dikuasai oleh permainan tanda-tanda karena orientasi dari sistem kapitalis yang bertujuan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya memungkinkan simulasi seperti yang terjadi di era globalisasi ini. Komoditas yang paling dominan pada era postmodern adalah informasi, sehingga apa yang dikonsumsi bukan obyek/komoditasnya melainkan nilai tanda dari obyek yaitu tanda-tanda yang diproduksi sebagai sebuah komoditas. Dimana logika sosial sekarang lebih banyak dikuasai oleh logika produksi dan konsumsi dimana diturunkan melalui empat konsep dasar nilai yaitu nilai guna (use value), nilai tukar (exchange value) nilai tanda (sign value) dan simbol tukar (symbolic exchange).

Menurut Jean Baudrillard, konsumsi terhadap obyek pada dasarnya adalah konsumsi tanda, konsumsi tidak lagi sekedar berkaitan dengan nilai guna untuk memenuhi fungsi 'utilitas' atau kebutuhan dasar manusia tertentu tetraipi berkaitan dengan unsur simbolik untuk menandai kelas, status atau simbol tertentu. Contoh : kepemilikan kendaraan bermotor dengan merk tertentu akan seolah-olah mencitrakan seseorang pada posisi tertentu di masyarakat. Atau pembelian rumah di kawasan tertentu akan memposisikan seseorang seolah-olah termasuk golongan strata tertentu di kehidupan bermasyarakat.

Diskursus komunikasi tidak lagi semata ditopang oleh sistem makna dan pesan-pesan melainkan oleh bujuk rayu. Rayuan menurutnya beroperasi melalui pengosngan tanda-tanda dari pasar dan maknanya sehingga yang tersisa hanyalah penampakkan semata. Apa yang disampaikan oleh rayuan adalah kepalsuan dan

kesemuan. Apa yang diinginkan melalui rayuan bukanlah sanpainya pesan-pesan dan makna melainkan keterpesonaan, ketergiuran, gelora nafsu, gelora belanja serta gelora berkuasa. Contoh : ide-ide cerita pada sinetron yang menggambarkan kekayaan yang berlebihan pada mayoritas masyarakat kita, padahal garis kemiskinan secara nyata terindikasi melalui antrian bantuan-bantuan gratis sembako.

Simulasi merupakan konsep yang muncul sebagai imbas perkembangan industri media, terutama berkembangnya teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi interaktif membuat sosok personal maupun institusional bisa dicitrakan menjadi seperti apapun yang kita kehendaki. Langkah sederhana untuk mengenali pencitraan yang dilakukan oleh media interaktif adalah mengenali mode produksi yang merupakan pertalian antara hubungan produksi dengan kekuatan-kekuatan produksi. Dalam situasi seperti ini media bisa dilihat sebagai suatu institusi yang sangat memungkinkan berbagai ideologi kelas saling bertarung. Adanya kemajuan di bidang teknologi industri memungkinkan membuat gambar-gambar manipulatif, photoshop, dan karikatur-karikatur yang mampu memberikan simulasi sebuah produk, discourse, jasa baik secara ekonomi dan politis akan semakin menarik dan imajinatif. Dan tujuan produserpun akan dengan cepat tercapai sesuai dengan apa yang direncanakan. Namun demikian, kita sebagai konsumen atau khalayak yang diterpa berbagai pesan informatif yang secara terus-menerus dan tak berkesudahan, yang sudah mengalami simulasi sebelumnya tak perlu terlalu khawatir mengenai hal ini. Dengan adanya teori pengolahan informasi, memungkinkan kita untuk melakukan pengendalian informasi yang kita lakukan sehari-hari. Pemahaman berguna yang lain dari teori pengolahan informasi adalah mampu mengenali keterbatasan dari alam sadar. Kebudayaan kita menjunjung tinggi proses pemikiran sadar, dan kita cenderung skeptis atau ragu terhadap kemampuan proses mental yang tidak secara langsung mengontrol alam sadar. Kita menghubungkan kesadaran dengan rasionalitas – kemampuan untuk membuat keputusan yang bijak berdasarkan kemampuan evaluasi yang dilakukan secara hati-hati dari seluruh informasi relevan yang tersedia. Kita menghubungkan proses mental bawah sadar dengan hal-hal, seperti emosi yang tidak terkontrol, intuisi liar atau bahkan penyakit kejiwaan atau bahkan segala macam simulasi yang tersajikan di media harian kita. Keseluruhan tugas untuk mengelola informasi terlalu kompleks untuk alam sadar agar semuanya dapat efisien atau efektif. Kita harus bergantung pada pengolahan informasi yang rutin dan harus segera beralih ke upaya sadarketika ada gangguan yang penting. Sebagai contoh : jika ada tanda-tanda kerusakan kaitannya dengan simulasi, ketika proses rutin gagal melayanikebutuhan kita dengan baik, maka diperlukan upaya dari alam bawah sadar kita (Davis & Stanley, 2009:314)

SIMPULAN

Konsumsi terhadap obyek pada dasarnya adalah konsumsi tanda, dimana konsumsi tidak lagi sekedar berkaitan dengan nilai guna untuk memenuhi fungsi utilitas atau kebutuhan dasar manusia tertentu tapi berkaitan dengan unsur simbolik untuk menandai kelas, status atau simbolik tertentu. Konsumsi telah menjadi cara baru bagi

seseorang untuk mengekspresikan posisi sosial dan identitas kultural seseorang di dalam masyarakat, yang dikonsumsi tidak sekedar obyek tetapi juga makna-makna sosial yang tersembunyi di baliknya. Dalam kebudayaan konsumen semuanya dikendalikan oleh hukum komoditi. Hal ini menjadikan konsumen sebagai raja yang menghormati setinggi-tingginya nilai-nilai, yang memenuhi selengkap-lengkapannya dan sebaik-baiknya kebutuhan-kebutuhan aspirasi, keinginan dan nafsu sehingga memberi peluang bagi setiap penyaji informasi kaitannya di sini pemilik media, untuk asyik dengan kepentingannya sendiri. Diskursus komunikasi tidak lagi semata ditopang oleh sistem makna dan pesan-pesan melainkan oleh bujuk rayu yang dikemas sedemikian rupa sehingga tujuan penyaji tercapai.

Namun demikian, alangkah bermartabatnya sebuah media jika menyiarkan sebuah fenomena diaplikasikan dengan kepentingan dan kesejahteraan khalayak melalui proses penyadaran kembali akan arti penting dan fungsi ideal sebuah media massa utamanya televisi. Kontribusi lain agar membuat berita bermartabat adalah menguasai dengan maksimal apa yang menjadi karakteristik dari nilai sebuah berita. Sehingga hasil akhir dari simulasi sebuah discourse tak dipahami sebagai kepentingan privat saja oleh khalayaknya, dan tujuan agar khalayak menerima suatu pencitraan melalui perspektif simulasi dapat dicapai dengan santun dan elegan.

DAFTAR PUSTAKA

Baudrillard, Jean.(2001). *Selected Writing*. 2nd.ed. revised&expanded. Oxford ox4

1JF,UK:Polity Press

Bungin, Burhan.(2008).*Konstruksi Sosial Media Massa*.Jakarta:Kencana

Burton, Graeme.(2008).*Yang Tersembunyi Di Balik Media*. Yogya:Jalasutra

Mas'ud dkk.(2006).*Mengatur Media Penyiaran Problem dan Dinamika*.

Semarang:KPID

Pandjaitan, IP Hinca.(2004).*UU Pers Lex Specialist*. Jakarta: Badan Bantuan Hukum

Advokasi Kemerdekaan Pers

Tankard, Severin. (2005). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di dalam*

Media Massa, ed5. Jakarta:Kencana