

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media massa merupakan salah satu alat yang paling memengaruhi kehidupan dan emosional manusia di abad 21 ini. Keberadaan media massa membuat banyak perubahan manusia dari segi emosional, psikologi, dan pola pikir terhadap sesuatu yang ada di sekitarnya.<sup>1</sup> Bahkan media massa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan sosial dan budaya manusia. Media massa dan budaya merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena sejatinya mereka memiliki suatu hubungan yang saling memengaruhi.

Terlebih dengan perkembangan industri media, terutama televisi, saat ini yang telah menjadikan perubahan mendasar dalam budaya masyarakat. Kehadiran televisi dalam kehidupan masyarakat, telah mengubah pola pikir dan aktivitas kesehariannya. Dalam hal ini televisi menemukan peran signifikan bagi seseorang yang dapat terlihat dari presentase yang tinggi untuk menonton televisi. Media massa memainkan peran sentral dalam mengomunikasikan kepada masyarakat tentang apa yang terjadi di dunia. Dalam kasus-kasus dimana khalayak tidak memiliki pengetahuan langsung atau pengalaman dari apa yang sedang terjadi, masyarakat menjadi sangat bergantung pada media dalam hal perolehan informasi

---

<sup>1</sup> Dalam artikelnya Sandvoss (2011) menjelaskan bahwa pada studi media kontemporer dan studi khalayak terdapat sebuah paradoks yang menarik: diasumsikan bahwa media dan teks media memengaruhi hidup manusia, baik secara individu maupun kelompok.

yang mereka butuhkan. Tidak jarang ditemui bahwa setiap informasi yang mereka terima dari media massa dianggap sebagai suatu kebenaran—lebih tepatnya realita semu. Masyarakat yang tidak dapat menemukan informasi pembandingan melihat fenomena hanya dengan satu sudut pandang. Alhasil, informasi yang diperoleh dari media massa mendominasi pikiran masyarakat dan membentuk sebuah persepsi yang bisa saja keliru dan jauh dari kebenaran.

Mekanisme seperti ini dimaklumi sebagai sebuah konsekuensi alamiah yang dibawa dari hadirnya media massa. Ya, media massa cenderung membentuk pola komunikasi yang linear. Namun yang lebih penting dari pada itu ialah bagaimana selanjutnya masyarakat merespons suatu fenomena yang disajikan oleh media tadi. Pesan-pesan media yang telah mengalami internalisasi tersebut menjadi bayangan tertentu dalam pikiran masyarakat. Bayangan ini dapat saja berbeda bentuk antara satu sama lainnya, lebih jauh menjadi sebuah dasar seseorang dalam memandang sesuatu (perspektif). Perspektif seringkali berubah bentuk menjadi sebuah sikap dalam aspek perilaku manusia.

Sebagai contoh, pemberitaan media massa tentang kampanye politik dalam momen pemilihan presiden tahun 2014 lalu mendikotomikan masyarakat ke dalam barisan pendukung masing-masing calon presiden. Ini menjadi sebuah bukti bahwa pemberitaan berpengaruh nyata dalam pembentukan opini publik; sumber-sumber berita bermain dalam melahirkan pesan-pesan yang ditangkap

oleh masyarakat—entah mana yang benar.<sup>2</sup> Fenomena menarik lainnya yakni berita seputar penyelenggaraan haji yang beberapa waktu lalu sempat menyita perhatian berbagai kalangan, terutama muslim di Indonesia.

Penyelenggaraan ibadah haji selama ini ternyata tidak berjalan lancar seperti yang diharapkan. Beberapa stasiun televisi dalam negeri menyiarkan pemberitaan terkait prosesi pelemparan jumrah yang memakan korban cukup signifikan—tragedi Mina 2015.<sup>3</sup> Di Indonesia pemberitaannya sangat masif mengingat bahwa negara ini memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia.<sup>4</sup>

Tragedi Mina menjadi sebuah tayangan jurnalistik yang sangat hangat dibicarakan karena memakan korban yang tidak sedikit jumlahnya. Hal tersebut diketahui melalui rangkaian pemberitaan di berbagai media terutama televisi. Untuk Indonesia saja, jumlah korban mencapai 129 orang (*kemenag.go.id*).<sup>5</sup> Sontak tayangan tragedi ini menghiasi layar kaca untuk beberapa lamanya.

---

<sup>2</sup> Lebih jauh, bagian interpretasi pesan oleh masyarakat ini menarik banyak akademisi untuk melakukan berbagai penelitian ke arah sana; pemahaman manusia akan suatu hal selalu menarik untuk diungkap demi kepentingan keilmuan. Begitu juga dengan tulisan ini, penulis tertarik untuk menjelaskan bagaimana ide pemberitaan media massa dipahami dan diinterpretasi oleh masyarakat.

<sup>3</sup> Mina, sebuah tempat yang tidak mungkin untuk tidak disinggahi oleh jemaah haji seluruh dunia. Ia merupakan tempat dimana jutaan jemaah haji dari seluruh penjuru dunia melakukan ritual pelontaran jumrah yang menyimbolkan perlawanan umat manusia terhadap iblis yang senantiasa menyesatkan. Melempar jumrah merupakan salah satu rangkaian kegiatan ibadah haji yang cukup berat dibandingkan dengan kegiatan-kegiatan ibadah haji lainnya, di mana jutaan jemaah haji harus berdesakan dalam waktu yang hampir bersamaan untuk melewati jalan dan terowongan di Mina menuju ketempat pelemparan jumrah.

<sup>4</sup> *The Pew Forum on Religion & Public Life (2010)* Persentase Muslim Indonesia mencapai hingga 12,7 persen dari populasi dunia. Dari 205 juta penduduk Indonesia, dilaporkan sedikitnya 88,1 persen beragama Islam.

<sup>5</sup> Data lengkap mengenai korban Tragedi Mina 2015 akan lebih detail terlihat di bagian rumusan masalah

Keberadaan pemberitaan ini bisa memberi dampak kepada masyarakat Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji tahun ini.

Tayangan evakuasi korban selamat serta jenazah jamaah haji korban tragedi ini menjadi sebuah teks tersendiri.<sup>6</sup> Paparan jurnalistik melalui tayangan televisi yang dikonsumsi masyarakat sebagai pesan komunikasi dapat meninggalkan bayangan tersendiri di benak masyarakat. Sebagaimana Dwyer (dalam Sadiman, 2011) mengatakan bahwa televisi adalah media yang potensial sekali tidak saja untuk menyampaikan informasi tetapi juga membentuk perilaku seseorang, baik ke arah positif maupun negatif, disengaja atau tidak. Sebagai media *audio visual*, televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinganya. Televisi pada umumnya mampu untuk membuat seseorang mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dari layar televisi walaupun hanya dalam sekali ditayangkan. Atau secara umum, orang akan mengingat 85% dari apa yang mereka lihat di TV setelah tiga jam kemudian dan 65% setelah tiga jam kemudian.

Inayah (2011) melalui hasil penelitiannya terkait efek media massa (televisi), menyimpulkan bahwa media massa televisi telah banyak mengubah pemahaman, perasaan dan perilaku khalayak lebih daripada apa yang khalayak sadari. Tayangan terkait tragedi Mina 2015 di media massa khususnya televisi dikhawatirkan justru memberikan kesan mendalam yang menimbulkan rasa khawatir dan takut bagi jamaah calon haji. Mengingat efek tayangan media massa

---

<sup>6</sup> Teks dapat berarti apa saja yang memiliki makna di hadapan manusia (McKee dalam Ida, 2014).

seperti yang kita ketahui sangat luar biasa bagi khalayaknya. Tayangan tersebut memengaruhi kondisi mental-psikologis calon jamaah haji berikutnya.

Jamaah calon haji yang akan berangkat sejatinya harus siap secara fisik maupun psikis, tidak terganggu dengan tayangan-tayangan yang bisa merusak kesehatannya. Karena ibadah haji merupakan salah satu ibadah yang cukup berat dan panjang. Selain itu, kondisi iklim dan geografis negara Arab yang jauh berbeda dengan di Indonesia menyiratkan konsekuensi persiapan yang cukup serius dan matang.

Namun begitu, keterangan yang didapatkan dari beberapa orang calon jamaah haji asal Padang yang akan berangkat tahun ini menyatakan bahwa tayangan tragedi Mina 2015 tidak berdampak negatif bagi dirinya.<sup>7</sup> Tidak seperti jamaah asal Bengkulu, mereka mengaku cukup terganggu dengan tayangan yang muncul di layar kaca—pelemparan Jumrah menjadi suatu momok. Mereka khawatir terhadap keselamatan selama berada di tanah suci. Ditambah lagi dengan pemberitaan badai gurun yang kala itu melanda Arab, semakin membuat kalut calon jamaah haji yang akan berangkat tahun ini.

Wawancara yang dilakukan di dua tempat tersebut menunjukkan sajian psikis yang bertolak belakang. Calon jamaah haji asal Padang sama sekali tidak takut terhadap tayangan masif itu. Sikap mental ini peneliti asumsikan sebagai

---

<sup>7</sup> Penulis telah melakukan wawancara awal dengan beberapa calon jamaah haji. Mereka terdiri dari jamaah haji asal Sumatera Barat dan Bengkulu. Bersama jamaah haji asal Bengkulu, penulis berkesempatan mewawancarai mereka saat penulis mudik ke kampung halaman, sedangkan bersama jamaah asal Sumatera Barat pada saat penulis melakukan penyusunan penelitian ini di Padang.

hasil enkulturasi penuh masyarakat Minangkabau. Kenyataan ini menarik untuk dipelajari lebih lanjut; bagaimana masyarakat minang dalam menerima tayangan tersebut lalu diproses menjadi sebuah *state of mind* tentu tidak terlepas dari faktor-faktor kedaerahan. Asumsi tersebut membawa tulisan ini ke dalam sebuah penelusuran tentang bagaimana komunikasi (khalayak) memaknai pesan yang terpapar dari layar kaca mereka.

## 1.2 Rumusan Masalah

Tragedi Mina 2015 menelan ribuan korban jiwa dari berbagai negara di belahan dunia termasuk Indonesia.<sup>8</sup> Jumlah jamaah haji asal Indonesia yang menjadi korban tragedi Mina 2015 mencapai 129 jiwa. Tragedi Mina 2015 bukan merupakan kejadian yang pertama kali terjadi. Tayangan yang beberapa waktu lalu kita saksikan di televisi adalah tragedi yang kedelapan kalinya.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Jamaah haji asal Iran sebanyak 465 meninggal dunia. Mali kehilangan 254 orang. Nigeria kehilangan 199 orang. Kamerun kehilangan 76 orang, Niger kehilangan 72 orang, Senegal kehilangan 61 orang, dan Pantai Gading dan Benin kehilangan 52 orang. Kemudian, Mesir kehilangan 182 orang, Bangladesh kehilangan 137 orang. Indonesia kehilangan 129 orang. India kehilangan 116 orang. Pakistan kehilangan 102 orang. Ethiopia kehilangan 47 orang. Chad kehilangan 43 orang. Selanjutnya, Maroko kehilangan 36 orang. Aljazair kehilangan 33 orang. Sudan kehilangan 30 orang. Burkina Faso kehilangan 22 orang. Tanzania kehilangan 20 orang. Somalia kehilangan 10 orang. Kenya kehilangan delapan orang. Ghana dan Turki kehilangan tujuh orang. Myanmar dan Libya kehilangan enam orang. China kehilangan empat orang. Afghanistan kehilangan dua orang. Yordania dan Malaysia kehilangan satu orang (Muhaimin,2015).

<sup>9</sup> Kejadian pertama pada 2 Juli 1990, sebanyak 1426 jiwa meninggal dunia akibat tragedi ini. Selanjutnya, pada 23 Mei 1994, Mina kembali memakan korban sebanyak 270 jamaah haji tewas. Berlanjut empat tahun kemudian, yaitu pada 9 April 1998, sebanyak 118 korban mati syahid di Mina. Pada 5 Maret 2001, Mina kembali menelan korban 35 jamaah haji tewas. Kemudian pada 11 Februari 2003, sebanyak 15 orang meninggal dunia. Setahun setelahnya, pada tanggal 1 Februari 2004, 250 jamaah pelempar jumrah tutup usia di Tanah Suci. Sementara pada 12 Januari 2006, 364 orang tewas. Tahun ini, pada 24 September 2015, sedikitnya dilaporkan 2.110 orang meninggal dunia akibat tragedi ini (Adek, 2015).

Tragedi Mina 2015 memunculkan beragam pemberitaan media massa di Indonesia. Beberapa media massa memberitakan bahwa salah satu penyebab tragedi Mina 2015 diakibatkan karena jamaah haji yang tidak sabar dan tidak disiplin mengikuti jadwal dan jalur melempar jumrah yang telah ditetapkan oleh pemerintah, hal ini biasanya mereka lakukan demi mengejar waktu afdol pelemparan jumrah. Seperti yang dikatakan duta besar Arab Saudi untuk Indonesia Musthafa Ibrahim al Mubarak, “tragedi yang terjadi di Mina tak terlepas akibat sikap kurang disiplin dan teratur para jamaah haji”. Hal senada juga dikatakan Menteri Agama Republik Indonesia Lukman Hakim Saifuddin selaku Amirul Hajj (pemimpin rombongan haji Indonesia) yang dilansir dari portal resmi Kementerian Agama, bahwa korban insiden jamaah berdesak-desakan di Jalan 204 Mina terjadi di luar jadwal melontar jumrah jamaah haji Indonesia ([www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id)).

Tragedi Mina menarik perhatian para peneliti untuk dikaji. Salah satu yang meneliti tentang fenomena ini adalah pakar ilmu sosial komputasional ETH Zurich Swiss yang mempelajari dinamika kerumunan yaitu Dirk Helbing. Hasil Analisis Helbing (2015) menjelaskan, dalam kasus kepadatan manusia yang terlalu tinggi, gerakan tubuh akan mentransfer kekuatan untuk tubuh lainnya. Kekuatan tersebut bisa menambah dan menciptakan gerakan tak terkendali dalam sebuah kerumunan. Akibatnya, orang yang jatuh di tanah dalam kerumunan akan mudah terinjak-injak oleh orang lain, inilah yang terjadi pada Tragedi Mina. Tak heran Tragedi Mina menimbulkan banyak korban meninggal dunia. Hasil autopsi

sejauh ini menunjukkan ada kekuatan tekanan sampai 6,4 psi atau kekuatan tekanan per meter persegi pada dada jemaah haji.

Berita mengenai Tragedi Mina 2015 menjadi topik utama (*top news*) dihampir setiap media massa di Indonesia saat itu, khususnya televisi. Berita tragedi Mina 2015 bahkan terus diinformasikan hingga beberapa pekan setelah kejadian itu berlangsung. Tragedi Mina tahun 2015 menjadi perhatian dunia dan tidak terkecuali masyarakat Indonesia, sehingga media massa secara berkelanjutan menayangkan perkembangan informasi terkait tragedi tersebut. Televisi swasta nasional seperti Metro TV juga terus meng-*update* perkembangan terbaru mengenai jumlah korban Tragedi Mina 2015.<sup>10</sup> Bahkan Metro TV juga menjadikan Tragedi ini sebagai *breaking news* (berita sela) sebagai berita laporan utama terkait perkembangan Tragedi Mina. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari situs *metrotvnews.com* terdapat 39 tayangan berita terkait Tragedi Mina 2015 sejak hari pertama Tragedi Mina terjadi yakni 24 September 2015 hingga 16 Oktober 2015.

Dari beberapa tayangan yang muncul di televisi, sebagian merupakan video amatir tentang detik-detik tragedi. Video yang berdurasi kurang lebih

---

<sup>10</sup> PT Media Televisi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Metro TV merupakan anak perusahaan dari Media Group, sebuah kelompok usaha media yang dipimpin oleh Surya Paloh yang juga merupakan pemilik Surat Kabar *Media Indonesia*, *Lampung Post*, dan lain-lain. Metro TV memperoleh ijin penyiaran pada 25 Oktober 1999, dan pada tanggal 25 November 2000 mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran uji coba di tujuh kota. Awalnya Metro TV hanya siaran 12 jam dalam sehari, namun sejak 1 April 2001 mereka mulai tayang selama 24 jam. Setelah mengawali kiprah sebagai televisi berita, pada perkembangannya, Metro TV menawarkan banyak inovasi dalam metode penyiarannya yang melawan pakem pertelevisian yang umum di Indonesia. Inovasi ini merupakan bentuk adopsi dari model penyiaran televisi di Amerika seperti CNN, atau BBC London di Inggris.



selama 30 detik tersebut memperlihatkan jamaah haji yang saling berdesakan di area sekitar lokasi pelemparan jumrah, baik jamaah haji perempuan maupun laki-laki, jamaah haji tua maupun muda dari berbagai penjuru dunia. Tidak hanya itu, video tersebut juga memperlihatkan jenazah para korban berdesakan yang masih bertumpuk di lokasi kejadian serta korban luka yang memprihatinkan.

Teks visual yang ditangkap oleh masyarakat tentu menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam benak mereka. Seperti yang telah disampaikan pada bagian akhir latar belakang sebelumnya, bahwa sejatinya penerimaan pesan oleh setiap orang berbeda-beda. Calon jamaah haji asal kota Padang mengaku tidak takut, sementara calon jamaah haji asal Bengkulu mengaku takut setelah melihat tayangan-tayangan tragedi Mina 2015. Ini membuktikan bahwa penerimaan pesan selanjutnya menimbulkan efek tertentu. Efek tersebut lahir dari sebuah proses interpretasi pesan.

Jika kita lihat tayangan video yang disajikan televisi mengenai tragedi Mina 2015—bersimbah darah. Tubuh-tubuh berbaju putih-putih bergelimpangan di beton jalan. Jika harus mengasosiasikan, gambar-gambar itu termasuk ke dalam kelompok gambar yang menyenangkan atau menakutkan, kira-kira, lebih tepat bagian mana? Kecenderungan orang jelas mengategorikan gambar-gambar itu kedalam kelompok yang kedua. Namun begitu, calon jamaah haji asal Padang melihatnya sebagai hal yang biasa saja—tidak menakutkan, kematian dapat mendatangi manusia di mana dan kapan saja. Orang-orang itu terlihat sangat teguh memegang erat nilai-nilai kultural. Bahkan tidak mustahil jika ternyata

nilai-nilai itu merupakan perisai yang melindungi mereka dari efek sajian media khususnya televisi.

Penerimaan pesan media oleh calon jamaah haji asal Padang terkait pemberitaan tragedi Mina 2015 menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Lebih jauh lagi peneliti menaruh kecurigaan bahwa tragedi Mina 2015 dimanfaatkan bagi pemilik modal (pemilik media dan pengiklan). Dari penayangan tragedi Mina 2015 bukan hanya menumbuhkan rasa simpati massal dalam rangka menegakkan nilai kemanusiaan, melainkan terutama bagaimana tragedi tersebut dapat “dijual” yang kemudian mendatangkan keuntungan bagi para pemilik modal dan pemegang kuasa atas media dalam hal ini Metro TV.<sup>11</sup> Bahkan bisa saja peristiwa duka tersebut juga telah dimanfaatkan sebagai bisnis kaum kapitalis serta upaya-upaya media mengonstruksi realitas secara masif yang pada akhirnya melahirkan sebuah wacana dominan. Isu inilah yang akan penulis coba paparkan melalui tulisan ilmiah kualitatif ini dengan harapan dapat mengisi kekosongan aspek kajian bidang ilmu komunikasi dalam ranah pendekatan *cultural studies* melalui kajian analisis resepsi khalayak terkait tragedi Mina 2015.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah :

---

<sup>11</sup> Dimana Metro TV saat di bawah naungan PT. Media Televisi Indonesia (MTI), dan MTI merupakan anak perusahaan dari Lippo Grup yang dikuasai oleh pengusaha berketurunan Tionghoa (non muslim) James Riady. Selain itu, banyak dari para pemimpin redaksi Metro TV yang menentukan topik dan pemilihan tayangan berita pun non muslim (dari Andy F Noya, Don Bosco Selamun, Elman Saragih, Saur Hutabarat, hingga Putra Nababan).

1. Bagaimana resepsi calon jamaah haji asal Padang terhadap tayangan tragedi Mina 2015?
2. Bagaimana nilai-nilai budaya Minangkabau membentuk resepsi calon jamaah haji asal Padang terhadap tayangan tragedi Mina 2015?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerimaan pesan (resepsi) calon jamaah haji tahun keberangkatan 2016 asal kota Padang terhadap tayangan tragedi Mina tahun 2015 di media elektronik, khususnya televisi. Lebih jauh penelitian ini juga akan memaparkan nilai-nilai budaya Minangkabau membentuk penerimaan (resepsi) calon jamaah haji terhadap tayangan tragedi Mina 2015. Serta menganalisa secara kritis upaya hegemoni televisi (Metro TV) terkait penayangan Tragedi Mina 2015.



## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna serta bermanfaat secara praktis dan teoritis.

### 1. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada khalayak tentang kepentingan media dalam kegiatan mengkonstruksikan realitas. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas tentang sifat media yang tidak bebas nilai (berkepentingan/pamrih). Termasuk kepentingan politik dan ekonomi yang akan berpengaruh terhadap isi produk media. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan bagi industri-industri media cetak maupun elektronik di Indonesia dalam mempelajari khalayak yang merupakan komunitas penginterpretasi dari sajian-sajian media dimana media selayaknya dapat menjalankan fungsi informasi dan edukasi kepada khalayaknya di atas kepentingan lainnya (komersialisasi).

### 2. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis terutama dalam bidang kajian media dan khalayak di Indonesia, serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan.

