FPI on Terrorism Issues

Analysis of Media Political Economy in the Framing of Online Portals
Kompas.com and Detik.com

FPI dalam Isu Terorisme

Analisis Ekonomi Politik Media dalam Framing Portal Online Kompas.com dan Detik.com

Junaidi*¹
Udi Rusadi²

INSTITUTION

¹LP3I Pekanbaru

Kota Pekanbaru, Indonesia

²Institut Ilmu Sosial dan Politik
Jakarta, Indonesia

PHONE

-

EMAIL

junaidisjpku@gmail.com

DOI

[https://www.doi.org/
10.37010/prop.v1i2.319](https://www.doi.org/10.37010/prop.v1i2.319)

PAPER PAGE

90-101

PROPAGANDA is a

Journal of Communication
Studies which is publish twice
a year on January and July.

PROPAGANDA is a scientific
publication media in the form
of conceptual paper and field
research related to

communication studies. It is
hoped that PROPAGANDA

can become a media for
academics and researchers to
publish their scientific work
and become a reference source
for the development of science
and knowledge.

ABSTRACT

Kompas.com dan Detik.com mencoba untuk menghadapi persaingan di industri media *online* dalam bentuk komodifikasi berita. Komodifikasi secara singkat merupakan proses perubahan nilai guna (*use value*) sebuah produk, di mana nilainya tersebut ditentukan oleh seberapa besar kegunaannya dalam memenuhi individu atau sosial dalam bentuk produk-produk yang laku di pasar. Selain itu, Pemberitaan di media *online* dipengaruhi oleh ideologi dan ekonomi politik media yang terlihat dari *framing* berita yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com. Berita tentang terorisme merupakan salah satu isu yang dijual oleh Kompas.com dan Detik.com, meskipun berbeda pengambilan sudut pandangnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggambarkan keadaan sebenarnya untuk memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pokok permasalahan yang diteliti, yaitu memaparkan bagaimana komodifikasi pemberitaan FPI dengan isu terorisme pada media *online* Kompas.com dan Detik.com. Kompas.com dan Detik.com memanfaatkan isu terorisme sebagai informasi yang memiliki daya jual tinggi terlebih dengan memasukkan FPI di setiap beritanya bahkan beberapa menjadikannya sebagai sebuah *headline*. Hal tersebut ditunjukkan dari kemunculan berita mengenai kasus penangkapan teroris yang diduga sebagai anggota FPI, tidak hanya menjadi *breaking news* yang menyita waktu berjam-jam dalam pemberitaannya, melainkan kasus tersebut juga dapat dijual sebagai tayangan yang berisi informasi ringan yang mengacaukan perhatian masyarakat dari isu yang menegangkan menjadi isu yang layak dikonsumsi setiap hari. Terlebih menyebutkan FPI di dalamnya yang sebelumnya merupakan organisasi masyarakat yang memiliki banyak pengikut. Antusiasme masyarakat dalam mengikuti perkembangan berita seputar terorisme yang membuat program berita menjadi sebuah komoditas.

Kompas.com and Detik.com try to face competition in the online media industry in the form of news commodification. Commodification in short is the process of changing the use value of a product, where the value is determined by how much it is useful to meet individuals or social groups in the form of products that sell well in the market. In addition, news coverage in online media is influenced by the ideology and political economy of the media as seen from the news framing carried out by Kompas.com and Detik.com. News about terrorism is one of the issues sold by Kompas.com and Detik.com, even though the point of view is different. This study is a descriptive study that describes the actual situation to provide explanations and answers to the main problems studied, namely explaining how to commodify FPI reporting with terrorism issues on Kompas.com and Detik.com online media. Kompas.com and Detik.com take advantage of terrorism issues as information that has high selling power, especially by including FPI in every news story, some even make it a headline. This is shown by the appearance of news about the case of the arrest of a terrorist suspected of being a member of the FPI, not only being breaking news that takes hours to report, but the case can also be sold as a broadcast containing light information that distracts the public from stressful issues. become an issue worth consuming every day. Moreover, it mentions that FPI was previously a community organization that had many followers. The enthusiasm of the public in following news developments about terrorism has made news programs a commodity

KEYWORD

berita, terorisme, FPI, ekonomi politik media, komodifikasi

news, terrorism, FPI, media political economy, commodification

PENDAHULUAN

Pemberitaan FPI (Front Pembela Islam) selalu menjadi hal yang menarik untuk diangkat, di luar peliputannya yang tidak terlepas akan beberapa hal yang meresahkan masyarakat serta aksi-aksi dan kegiatan lainnya yang melibatkan masyarakat luas. Selain itu tindakan FPI pun tidak jarang dinilai sebagai sebuah tindakan yang melanggar hukum. Misalnya, kasus yang akhir-akhir ini terjadi soal *sweeping* tempat hiburan, terpidananya Pemimpin FPI Habib Rizieq Shihab, kasus penembakan laskar FPI. Bahkan yang paling anyar terkait dugaan aliran dana yang memiliki keterikatan ke dalam jaringan teroris. Selain semua hal tersebut, berbagai aksi yang dilakukan oleh kelompok FPI dipandang tidak mencerminkan nilai keislaman, padahal identitas FPI sendiri dikenal sebagai ormas Islam.

Baru-baru ini banyak yang menyangkut pautkan FPI dengan isu terorisme, salah satunya usai Densus 88 Antiteror Polri menangkap 60 teroris pasca terjadinya serangan bom bunuh diri di Katedral Makassar pada Minggu (28/3). Di mana tiga di antaranya mengaku pernah menjadi anggota FPI. Selain itu juga tertangkapnya Munarman yang sebelumnya mantan sekum FPI yang ditangkap oleh Densus 88 terkait kasus terorisme.

Dewasa ini, kita menyadari bahwa terorisme bukan lagi suatu masalah baru yang harus dihadapi. Isu ini sendiri telah menyita perhatian dunia setelah terjadinya tragedi 9/11, yang menghancurkan gedung *World Trade Center*, di New York. Amerika yang pada saat itu di bawah kepemimpinan Presiden George W. Bush, mendeklarasikan “*Global War Against Terrorism*”. Negara-negara diminta untuk memberikan dukungan untuk Amerika, dalam melakukan perang global untuk melawan para terorisme-terorisme tersebut. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Presiden Bush “*either you are with us, or against us*”, di mana Amerika sendiri dengan jelas tidak memberikan ruang lain kepada pemerintah di dunia selain ikut berpartisipasi dan mendukung implementasinya dalam memberantas para pelaku terorisme tersebut, atau dianggap bukan sebagai aliansi daripada Amerika dalam melawan teroris (Wuryandari, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara yang ikut memberikan dukungan untuk melakukan perlawanan terhadap aksi terorisme. Bagaimana tidak, Indonesia sendiri juga merupakan negara yang memiliki ancaman besar terhadap isu terorisme ini. Satu tahun setelah terjadinya serangan 1 September di New York, tepatnya pada tanggal 12 Oktober 2002, Indonesia mendapatkan serangan teror bom mematikan yang menimpa Legian, Bali. Tragedi bom Bali tersebut dilakukan oleh kelompok terorisme yang bernama Jemaah Islamiyah (JI). Kelompok terorisme inilah yang menjadi dalang daripada tragedi-tragedi besar terorisme di Indonesia, seperti teror bom Bali satu, teror bom bunuh diri di hotel JW. Marriot di tahun 2003, teror bom di Kedutaan Besar Australia, yang terjadi di tahun 2004, lalu ada juga teror bom Bali dua, yang kembali menggemparkan Bali pada tahun 2005, dan tragedi bom bunuh diri di Hotel Ritz Carlton dan JW. Marriot, pada tahun 2009 (Subhan, 2016). Maraknya aksi terorisme di Indonesia, menjatuhkan banyak korban jiwa dari mancanegara, yang mengakibatkan masalah teror di Indonesia, menjadi isu internasional (Morgan, 2004).

Selain dianggap sebagai negara yang memiliki angka ancaman terorisme yang besar, terkait peristiwa-peristiwa teror yang terjadi di Indonesia, juga dikarenakan banyak pemimpin kelompok terorisme Jemaah Islamiyah (JI) yang dipercaya terhubung langsung dengan Al-Qaeda, adalah orang Indonesia. Hal ini dibuktikan melalui tertangkapnya Amrozi, Mukhlas dan juga Imam Samudra, para pelaku bom Bali. Menurut laporan intelijen Singapura dan Malaysia, bahwa masuknya jaringan Al Qaeda ke dalam Asia Tenggara, adalah melalui kelompok teroris baru ini (JI) (Windiani, 2017).

“Media Massa adalah kelas yang mengatur” (Sudibyo, 2004). Media massa tidak lagi sekadar medium lalulintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam suatu masyarakat,

PROPAGANDA

tetapi juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi politik dominan. “Media Massa adalah kelas yang mengatur” (Sudibyo, 2004). Media massa tidak lagi sekadar medium lalulintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam suatu masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi politik dominan. Salah satu media massa yang tengah populer saat ini adalah media *online*.

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* yang didefinisikan sebagai media yang melaporkan fakta dan peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Romli, 2014). Media *online* adalah media yang terbit di dunia maya, tidak terbatas pada ruang dan waktu, dapat diakses kapan saja, di mana saja, asalkan ada jaringan internet. Media *online* bersifat *real time* dan aktual (Ready, 2016).

Kebutuhan masyarakat akan informasi pada saat ini, membuat masyarakat lebih memilih media *online* sebagai alat mencari informasi. Hal tersebut karena media *online* mudah dan cepat diakses untuk mendapatkan informasi. Di era digital saat ini, cukup menggunakan *smartphone* untuk mengakses informasi yang diinginkan. Salah satu media *online* yang digunakan untuk mencari informasi adalah situs berita. Situs berita atau portal berita, berisi informasi yang memungkinkan pengakses memperoleh aneka fitur fasilitas berita di dalamnya. *Content*-nya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi berita secara langsung. Terdapat layanan tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dan lain-lain. (Darminto, 2017).

Kehadiran situs berita memunculkan jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* merupakan “generasi baru” jurnalistik. Setelah jurnalistik dikenal secara konvensional, yaitu jurnalistik media cetak (surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism*) (Kurnia, 2005). Dalam jurnalistik *online*, proses penyampaian atau distribusi informasi dilakukan dengan menggunakan media internet. Perkembangan internet yang pesat telah melahirkan beragam bentuk situs berita *online*.

Sampai saat ini media *online* berlomba-lomba untuk membuat liputan berita tentang FPI seiring dengan tengah hangatnya untuk diangkat karena berkaitan pula dengan isu terorisme di dalamnya dari beberapa sudut pandang. Berita soal teroris selalu memiliki nilai berita tersendiri bagi sebagian masyarakat yang ingin mengetahui informasi terkait, utamanya bila menyangkut dengan FPI yang merupakan ormas Islam dengan jumlah yang tidak sedikit pengikutnya. Nilai berita secara objektif menjadi alasan dilakukannya peliputan soal FPI dalam isu terorisme. Berita tersebut dipandang bernilai berita karena memiliki cakupan yang luas, mendapat sorotan masyarakat, dekat dengan apa yang sedang diperhatikan oleh masyarakat, dan yang terakhir dapat mempengaruhi masyarakat.

Pemilihan *headline*, tema, kalimat, dan kata dalam sebuah berita yang disajikan media tersebut kepada khalayak sepenuhnya tidak bebas nilai. Kebijakan resmi redaksi terhadap suatu peristiwa bukan hanya tertuang dalam editorial atau tajuk rencana, tetapi juga pada pemilihan *headline* untuk menentukan arah berita. Oleh karena itu, pemilihan kosa kata dalam *headline* misalnya, bisa saja merepresentasikan bagaimana wartawan mengonstruksi realitas dalam sebuah berita. Tentunya dengan cara dan sudut pandang yang berbeda, tentang siapa dan *angle* apa yang ingin ditonjolkan dan dianggap penting oleh media itu sendiri (Suryawati dan Agustiar, 2018).

Dilihat dari sudut pandang ekonomi politik, pemberitaan FPI dengan terorisme merupakan komodifikasi ekonomi yang menguntungkan bagi pemilik media. Oleh karena itu berita-berita tentang hal tersebut terus dieksploitasi guna meningkatkan minat pembaca berita di media *online*. Pada bagian ini peneliti akan melihat dari perspektif ekonomi politik, yaitu bagaimana perspektif ini bekerja dalam membongkar upaya-upaya kapitalisme dalam mempengaruhi masyarakat lewat berita yang dikeluarkan oleh media *online*, sehingga akan timbul ketimpangan serta ketidakadilan dalam proses tersebut.

Teori ekonomi politik media adalah bagian daripada teori makro. Mc Quail (2011) memberikan definisi mengenai teori politik ekonomi. Teori tersebut menggunakan pendekatan kritis. Fokus utamanya adalah hubungan antara struktur ekonomi politik dengan dinamika industri media dan ideologi dari konten media. Teori tersebut mengatakan mengenai ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi politik. Teori ini juga mengarahkan perhatian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan media dan mekanisme kerja kekuatan pasar.

Menurut tinjauan teori ekonomi politik media, institusi media merupakan bagian dari sistem ekonomi yang bertalian erat dengan sistem politik. Barker (2009) mengatakan bahwa ekonomi politik media tidak lepas dari keterkaitannya dengan kekuasaan distribusi sumber daya ekonomi dan sosial. Siapa yang memiliki dan menguasai produksi media akan menguasai mekanisme distribusi media bersama dengan konsekuensi serta pola kepemilikan yang dapat mengendalikan konstruksi sosial kultural.

Sudut pandang teori ekonomi politik media dapat membongkar berbagai kejahatan sosial yang dilakukan oleh media terhadap masyarakat. Menurut teori ini, media saat ini telah menghambakan diri pada mekanisme kepentingan pasar daripada kepentingan khalayak. Media menjadikan acara kesukaan pembacanya sebagai komoditas atau barang yang dijualbelikan kepada para pengiklan untuk memperoleh keuntungan profit kapital. Dalam kajian ekonomi politik media, masyarakat memiliki sikap kritis dan mengetahui bahwa media saat ini adalah kapitalisme yang rakus.

Pada perkembangannya, teori ekonomi politik media mengaitkan aspek ekonomi seperti kepemilikan dan pengendalian media, dengan keterkaitan kepemimpinan dan aktor-faktor lain yang menyatukan industri media dengan industri lainnya, serta hubungannya dengan elit-elit politik, ekonomi, dan sosial. Menurut Phillip Elliot, kajian ekonomi politik media melihat bahwa isi dan maksud yang terkandung dalam pesan yang diproduksi media, ditentukan oleh dasar-dasar ekonomi dari organisasi media yang memproduksinya (Sudibyo, 2004). Dalam konsep politik ekonomi media ada tiga konsep penting yang diutarakan oleh (Mosco, 2009), yaitu: a). Komodifikasi (proses perubahan nilai suatu benda menjadi lebih bernilai saat ditukar); b). Spasialisasi (proses yang mengatasi hambatan yang diakibatkan oleh keadaan geografis); c). Strukturasi (proses yang berkaitan dengan penciptaan hubungan sosial).

Komodifikasi merupakan upaya mengubah apa pun menjadi komoditas atau barang dagangan agar mendapatkan keuntungan. Komodifikasi adalah perubahan nilai agar menjadi nilai tukar. Menurut (Mosco, 2009), komodifikasi adalah proses mengubah makna dari sistem fakta atau data. Perubahan tersebut terjadi karena memanfaatkan isi media sebagai komoditi atau barang yang dapat dipasarkan.

Menurut Mosco (2009), terdapat tiga bentuk komodifikasi dalam media: a). Komodifikasi Isi (proses mengubah pesan dan data-data ke dalam sistem makna sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan, b). Komodifikasi Khalayak (proses media menghasilkan khalayak sehingga dapat diserahkan kepada pengiklan, c). Komodifikasi Tenaga Kerja (proses pemanfaatan pekerja sebagai penggerak kegiatan produksi dan distribusi untuk menghasilkan komoditas barang dan jasa). Tiga bentuk tersebut adalah bentuk operasional praktik ideologi kapitalisme dalam kehidupan media dan budaya media sehari-hari, di mana komodifikasi media berlangsung.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Ekonomi Politik Media dari Vincent Moscow (2009), yaitu komodifikasi. Komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa, serta nilai gunanya menjadi komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Peneliti mencoba menggunakan pendekatan kritis untuk meneliti komodifikasi pemberitaan FPI dengan terorisme pada media *online* Kompas.com dan Detik.com.

PROPAGANDA

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian pustaka (*literature review*) yaitu suatu penelitian yang sumber datanya diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang relevan dengan persoalan yang diteliti (Nata, 2010). Sumber kepustakaan yang peneliti gunakan adalah berita terkait FPI dengan isu terorisme di dalamnya yang terdapat di media online *Kompas.com* dan *Detik.com*, beberapa buku, jurnal ilmiah, juga bahan rujukan lain dari situs internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

Objek kajian dalam penelitian ini adalah situs berita yaitu *Kompas.com* dan *Detik.com* yang mengulas tentang berita FPI yang dikatakan memiliki keterikatan dengan terorisme. Mulai dari berita mengenai FPI yang sejalan dengan Terorisme, Kaitan FPI dengan terduga Teroris yang terjadi di beberapa daerah, hingga penangkapan mantan petinggi FPI yang diduga memiliki keterkaitan dengan teroris. Terkadang, berita soal FPI sengaja dikaitkan dengan isu terorisme bahkan lebih luas lagi seperti kepada ISIS.

Pemberitaan seputar FPI yang disangkut pautkan dengan isu terorisme di Portal berita online *Kompas.com* dan *Detik.com* sebagai objek yang diteliti pada penelitian ini. Adapun berita-berita yang menjadi objek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berita *Kompas.com*
 - a. Ketika 35 anggota FPI dituding terlibat terorisme menjadi alasan pembubaran...
 - b. Profil Munarman, mantan sekum FPI yang ditangkap densus 88 terkait kasus terorisme
 - c. Polisi selidiki kaitan FPI dengan terduga teroris di Jakarta dan Bekasi
2. Berita *Detik.com*
 - a. Teroris yang ditangkap ngaku simpatisan FPI, pengacara HRS heran dikaitkan
 - b. Simpatisan FPI terduga teroris jelaskan baiat ke Al-Baghdadi di 2015

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dengan cara mengumpulkan data-data tertulis berbentuk teks berita dari Portal berita online *Kompas.com* dan *Detik.com*, yang kemudian dijadikan sampel sekaligus objek analisis. Berita yang dikumpulkan merupakan berita mengenai FPI dengan isu terorisme di dalamnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, penelitian deskriptif menggambarkan keadaan sebenarnya untuk memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pokok permasalahan yang diteliti, yaitu memaparkan bagaimana komodifikasi pemberitaan FPI dengan isu terorisme pada media online *Kompas.com* dan *Detik.com*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Teori Ekonomi Politik Media

Secara sempit ekonomi politik dapat diartikan sebagai sebuah kajian tentang relasi sosial khususnya relasi kekuasaan yang secara bersama-sama menjadi dasar produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya (Mosco, 1996). Lebih lanjut Mosco kemudian mengajukan 3 (tiga) konsep entri bagi penerapan teori ekonomi politik media dalam industri komunikasi, yakni komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*), dan strukturasi (*structuration*).

Komodifikasi mengacu kepada pemanfaatan barang dan jasa yang dapat dilihat dari kegunaannya yang kemudian ditransformasikan menjadi sebuah komoditas di mana nilainya

ditentukan oleh pasar. Adapun bentuk komodifikasi dalam komunikasi pada dasarnya ada 3 (tiga) jenis, yakni komodifikasi intrinsik (isi), komodifikasi ekstrinsik dan komodifikasi sibermetik

Komodifikasi Intrinsik (Isi) Media

Komodifikasi mengarah pada sebuah proses mengubah nilai guna (*use value*) sebuah produk di mana nilainya tersebut ditentukan oleh seberapa besar kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan individu atau sosial dalam bentuk produk-produk yang laku di pasar. Bentuk komodifikasi dalam komunikasi sendiri terdiri dari 3 (tiga) jenis, yakni: komodifikasi intrinsik atau *intrinsic commodification*, komodifikasi ekstrinsik atau *extrinsic commodification*, serta komodifikasi sibermetik (*cybernetic commodification*) (Mosco, 1996).

Komodifikasi intrinsik (isi) merupakan proses perubahan pesan dari sekelompok data ke dalam sistem makna dalam bentuk produk yang dapat dipasarkan (Mosco, 1996) seperti bagaimana wartawan menggunakan kemampuannya secara profesional mengemas berita, pemuatan artikel opini, iklan, atau tulisan seorang penulis dalam satu paket yang bisa dijual.

Di sini, proses komodifikasi merupakan proses timbal balik antara media, khalayak, dan pengiklan. Pembuatan program di media massa digunakan untuk mengonstruksi khalayak, dan pengiklan membayar ke perusahaan media untuk aksesnya ke khalayak, yang pada akhirnya khalayak tadi dijual kepada pengiklan.

Komodifikasi Konten Media

Menurut Mosco (2009), komodifikasi konten merujuk pada proses transformasi pesan dari hanya sekedar informasi menjadi sistem pemikiran penuh makna dalam bentuk produk yang dapat dipasarkan. Artinya, terjadi pengolahan konten media agar disukai oleh publik meski pada dasarnya konten tersebut tidak dibutuhkan oleh publik. Dalam pemberitaan FPI yang dikatakan memiliki keterkaitan dengan terorisme, komodifikasi konten dilakukan dengan cara menciptakan dramatisasi informasi mengenai FPI sehingga informasi yang sebenarnya tidak memiliki signifikansi bagi masyarakat dapat menarik minat publik untuk menyaksikan karena timbul rasa ingin tahu terhadap segala informasi mengenai hal tersebut, karena FPI sendiri memiliki pengikut yang tidak sedikit dan sebelumnya juga menjadi bagian dari organisasi masyarakat di Indonesia.

Hal tersebut menjadikan, bagaimana simbiosis konflik dalam hal ini kasus terorisme dikomodifikasi menjadi konten yang menarik dengan menambahkan FPI di dalamnya. Meskipun terdapat bukti di dalamnya, akan tetapi media bisa melihat jika sebuah pemberitaan dikaitkan dengan FPI akan lebih menguntungkan karena FPI sendiri memiliki pengikut serta aksi-aksi yang menuai pro kontra sebelumnya.

Konten media selalu mencerminkan kepentingan mereka yang membiayainya. Kenyataan ini dapat disimpulkan bahwa penguasa sumber-sumber media *online* adalah pengusaha. Ideologi dari aktivitas pengusaha adalah menjual sesuatu untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Tanpa keuntungan perusahaan akan ditutup. Selain itu, bisnis media, merupakan bisnis yang sangat menggiurkan.

Pesan yang disampaikan oleh media diatur sedemikian rupa karena setiap media memiliki kepentingannya sendiri. Misalnya saja teknik profesional media melibatkan perepresentasian berita melalui penggunaan skema naratif dan denotatif berulang. Asumsi yang diciptakan dari perepresentasian tersebut berupa objektivitas, kebenaran dan pengetahuan tentang pemirsa untuk menyerap versi tertentu mengenai dunia. Maka dari itu, media terkadang membuat kita menjadi stereotip terhadap sesuatu karena banyak sekali aspek-aspek tertentu yang media seleksi sebagai hal yang menurut mereka layak untuk diberitakan, sementara ada juga beberapa aspek-aspek lainnya yang dipisahkan karena tidak sesuai dengan skema naratif dan denotatif berulang.

PROPAGANDA

Logika Media

Theide dan Snow yang pertama kali menggunakan istilah logika media (*media logic*) untuk menangkap sifat alami sistem definisi yang telah ada sebelumnya dari jenis konten yang semacam apa untuk konten yang bagaimana. Kerja logika media melibatkan eksistensi „tata bahasa media“ yang mengatur hubungan bagaimana waktu sebaiknya digunakan, bagaimana konten seharusnya diurutkan dan alat apa dari konten verbal dan nonverbal yang sebaiknya digunakan. Banyak elemen dari logika media berasal dari model penarik perhatian atau publisitas. Bagaimanapun terdapat kontribusi yang mandiri yang diambil dari profesionalisme media (McQuail, 2011).

Jika dikaitkan dengan konten informasi, logika media menempatkan kedekatan sebagai hal yang istimewa, misalnya film atau foto ilustratif yang dramatis dalam tempo yang cepat dan komentar yang singkat (McQuail, 2011). Lebih lanjut lagi Mc Quail menyimpulkan prinsip-prinsip utama logika media adalah kebaruan, kedekatan, tempo yang tinggi, personalisasi, singkat, konflik, dramatisasi, orientasi pada pesohor.

Sehubungan dengan kapitalisme media massa, logika media adalah bagaimana proses produksi media menghasilkan keuntungan. Di dalam sebuah sistem kapitalis, media massa fokus pada satu tujuan yaitu kreasi produk yang akan menghasilkan keuntungan finansial. Orientasi laba ini merupakan penjelasan sosiologis media massa. Bagaimanapun juga mereka menyediakan konten di dalam sebuah media yang mana personil medianya yang memutuskan konten apa yang akan ditunjukkan (Croteasu, 2003).

Ciri-ciri khusus institusi media massa. Pertama, memproduksi dan mendistribusi pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya upaya tersebut merupakan respons terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu. Kedua, menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain, dari pengirim ke penerima, dari khalayak kepada anggota khalayak lainnya. Ketiga, media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik. Keempat, partisipasi anggota khalayak dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela tanpa adanya keharusan yang atau kewajiban sosial. Kelima, institusi media dikaitkan dengan industri pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan. Kelima, meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, tapi institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media dengan mekanisme hukum (McQuail, 1987).

Di antara ciri-ciri media massa tersebut, yang erat sekali hubungannya dengan topik pembahasan ini adalah keterikatan media massa dengan industri pasar secara lebih luas dengan sistem kapitalis dan kapitalisme. Bahasan tentang konsekuensi sistem kapitalisme terhadap media massa tidak lepas dari industri media massa itu sendiri dan prospek kebebasannya. Media massa berkembang di antara titik tolak kepentingan masyarakat dan negara sebelum akhirnya terimpit di antara kepegungan modal dan kekuasaan.

Pembahasan

Kini teknologi semakin berkembang pesat dan cepat. Membuat dunia ini semakin canggih setiap waktunya. Salah satunya sangat dirasakan oleh kehadiran dari media *online* yang semakin merebak. Meski demikian, akan selalu dibutuhkan sebuah trik serta cara khusus untuk memenuhi kebutuhan akan informasi bagi setiap pembacanya.

Salah satunya dengan melakukan sebuah komodifikasi. Dimana hal tersebut sangat berpengaruh dan berperan penting bagi setiap perusahaan tak terkecuali perusahaan media, termasuk media *online*. Karena selain sebagai salah satu cara untuk bertahannamun digunakan juga untuk menghemat pengeluaran dari sebuah perusahaan itu sendiri dalam memberikan informasi kepada pembacanya. Komodifikasi seperti dikatakan oleh Vincent Mosco

merupakan suatu proses yang menggambarkan bagaimana cara kapitalisme mendapatkan modal atau nilai yang real melalui transformasi nilai guna menjadi nilai tukar atau dapat dikatakan sebagai proses komunikasi telah menjadi komoditas barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan yang mencari keuntungan kepada konsumen.

Gagasan tentang media sebagai ‘agen pencerah’ sepertinya tidak lagi dijadikan tujuan utama. Bagi para pemilik modal, tujuan utama mereka adalah untuk bagaimana mencari keuntungan sebesar-besarnya. Ada harga pada berita (Burton, 2000). Berita pun kemudian menjadi sebuah komoditas. Hukum persaingan seakan menuntut media untuk dapat menampilkan informasi yang terbaru, yang tidak didahului oleh media lain.

Tidak boleh didahului media lain, tidak boleh terlambat, tinggalkan isu yang sudah lewat. Media pun pada akhirnya berlomba-lomba menyajikan berbagai berita yang ringkas dan menguntungkan. Terlebih untuk media *online*, yang secara penerapannya bersifat cepat. Oleh karenanya banyak media *online* yang menampilkan berita-berita yang spektakuler dengan harga apa pun sampai tidak jarang mengorbankan profesionalisme.

Media sejatinya merupakan sarana utama untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Peningkatan tingkat pendidikan tidak bisa dilepaskan dari sumbangan media. Ironisnya, hak publik untuk mendapatkan informasi yang benar sering tidak dijamin karena adanya pertarungan kepentingan dalam hal politik, ekonomi, ataupun budaya, sehingga Carry dalam Muslich mengatakan bahwa berita itu ibarat sebuah drama. Ia tidak menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena atau panggung pertarungan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. *“News is not information, but drama. It does not describe the world, but portrays an arena of dramatic forces and action; it exists solely in historical time; and invites our participation on the basis of our assuming, often vicariously, social roles within it”* (Muslich, 2008:155).

Sejalan dengan pemikiran Carry, Andrew Boyd menjelaskan bahwa unsur dramatik memiliki kekuatan tersendiri untuk memikat penonton. Kejadian-kejadian yang dramatis lebih kuat untuk menembus *headline* berita. Tembak-menembak dalam sebuah pengepungan, petualangan, konflik merupakan daya Tarik tersendiri bagi penulis berita. Dan bagi televisi gambar yang dramatis merupakan sesuatu yang diburu (Boyd, 2001).

Wartawan juga mendefinisikan siapa-siapa yang dianggap pahlawan (*hero*) dan siapa-siapa yang dianggap pengkhianat. Semua itu dikemas dalam berita bagaikan sebuah drama yang dipertontonkan kepada khalayak. Masyarakat pun disuguhi adegan berdasarkan frame media. Pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran sehingga tidak bisa lagi dibedakan antara realitas, representasi, simulasi, kepalsuan, dan hiperealitas. Ketika media mengandalkan operasinya pada pencitraan, akhirnya informasi hanya menjadi simulasi. (Haryatmoko, 2007).

Secara teknis, berita-berita sensasi tampak ditujukan untuk membangkitkan emosi publik pemirsa. Kusumaningrat dalam Widjanarko mengatakan bahwa berita harus menimbulkan keheranan, ketakjuban, dan kengerian. Singkatnya, ia harus mampu meluapkan berbagai macam perasaan dengan cara-cara yang sangat dramatis (Wijanarko, 2006).

Wacana terorisme saat ini oleh Kompas.co dan Detik.com dijadikan komoditas dalam arti barang dagangan. Bagi mereka isu mengenai terorisme sangatlah menguntungkan. media *online* lainnya berlomba-lomba menampilkan/menerbitkan informasi yang sama ke para pembacanya, meskipun redaksi-redaksi berita di media *online* tersebut belum melakukan proses verifikasi dengan benar. Dari kaca mata pembaca, apa yang disampaikan Kompas.com dan Detik.com melalui wawancara langsung wartawannya, tentang pemberitaan penangkapan teroris yang diduga sebagai anggota FPI memang menarik, terlebih FPI sendiri memiliki banyak pengikut meskipun ormas ini telah resmi dibubarkan oleh pemerintah. Akan tetapi, jika kita menempatkan diri, mencoba melihat dari kaca mata seorang jurnalis, bahwa ada kaidah jurnalistik yang tidak dijalankan, yakni disiplin verifikasi. Kedisiplinan dalam melakukan verifikasi lah yang akan membedakan jurnalisme dengan hiburan, propaganda, fiksi, atau seni.

PROPAGANDA

Thucydides (dalam Kovach, 2003) menuliskan “Sekalipun ada peristiwa faktual yang saya saksikan... saya berprinsip untuk tidak langsung menuliskan cerita pertama yang datang pada saya, dan bahkan tidak akan tergiring oleh kesan umum yang saya tangkap; baik saya hadir langsung di lokasi peristiwa yang saya gambarkan ataupun mendengar tentang peristiwa itu dari saksi mata yang laporannya saya periksa seteliti mungkin”.

Berita FPI yang terkomodifikasi

Komodifikasi adalah cara kapitalisme dalam melakukan akumulasi kapital. Dapat pula digambarkan, komodifikasi adalah perubahan nilai fungsi atau nilai guna menjadi nilai tukar. Banyak sekali bentuk komodifikasi yang muncul dalam perkembangan kehidupan manusia saat ini, termasuk pada konten media (Mosco, 2009).

Komodifikasi pada konten berita, merupakan komodifikasi isi media dan komodifikasi audiens. Berita-berita yang memuat gambar, tulisan, dan ulasan tentang FPI yang disangkut pautkan dengan isu terorisme sebagai sesuatu yang dicari-cari dimasyarakat, menjadi komoditas karena mempunyai nilai jual yang tinggi untuk khalayak atau audiens. Hal itulah yang dipaparkan menurut kerangka berpikir Mosco.

Pemberitaan soal FPI yang disertai dengan adanya isu terorisme pada pemberitaannya di media *online* Kompas.com merupakan bentuk komodifikasi isi dan komodifikasi khalayak, komodifikasi khalayak dalam hal ini yaitu konsumen yang mengonsumsi berita tersebut yang tersedia di Kompas.com. Komodifikasi isi di Kompas.com dilakukan dengan cara menampilkan berita-berita yang dikemas secara informatif bagi masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, utamanya FPI sendiri memiliki banyak pengikut sampai saat ini meski ormas Islam tersebut telah resmi dibubarkan oleh pemerintah pada 30 Desember 2020.

Data ke (1) Kompas.com, “*Keputusan pembubaran FPI dituangkan melalui Surat Keputusan Bersama (SKB) dengan nomor 220-4780 Tahun 2020, Nomor M.HH-14.HH.05 Tahun 2020, Nomor 690 Tahun 2020, Nomor 264 Tahun 2020, Nomor KB/3/XII/2020, dan Nomor 320 Tahun 2020*”.

Selain itu, berita yang membahas soal teroris dalam kaca mata ilmu Jurnalistik memiliki nilai berita yang tinggi seperti aktual, *magnitude*, konflik, *human interest*, *impact*, dan *information*, di mana mereka bisa mendapatkan informasi tentang topik keduanya secara lengkap di Kompas.com. Selain itu berita-berita tentang terorisme yang memiliki keterkaitan dengan FPI di Kompas.com dilakukan dengan frekuensi jauh lebih banyak daripada berita yang dimuat di media *online* lainnya. Hal tersebut tidak lepas dari praktik komodifikasi berita.

Dalam tesis industri budaya Adorno, disebutkan bahwa sebagai salah satu produk budaya, media menjadi suatu objek yang diperjualbelikan atau dianggap sebagai komoditas. Komodifikasi media tersebut diatur dalam prinsip nilai tukar, bukan nilai gunanya, sehingga apa yang paling bernilai untuk ditampilkan di media adalah yang paling mampu menarik masyarakat, bukan berdasarkan muatan apa yang paling berguna (Adorno, 1954). Sedangkan Vincent Mosco, dalam bukunya *The Political Economy of Communication* (2009), mendefinisikan komodifikasi sebagai proses mengubah nilai pada suatu produk yang tadinya hanya memiliki nilai guna kemudian menjadi nilai tukar (nilai jual) dimana nilai kebutuhan atas produk ini ditentukan lewat harga yang sudah dirancang oleh produsen. Begitupula halnya dengan tayangan *infotainment* yang menjadi salah satu komoditas media.

Gejala komodifikasi berita FPI dengan terorisme telah berlangsung di Indonesia secara intens, dan mencapai puncaknya pada akhir 2020 kemarin. Ketika 35 anggota FPI dituding terlibat terorisme, terduga teroris di Condet yang merupakan mantan FPI, sampai Munarman yang merupakan mantan Sekretaris Umum FPI yang ditangkap pasca dirinya memiliki keterkaitan dengan kasus terorisme.

Data ke (1) Kompas.com, *“ditemukannya 35 pengurus atau anggota FPI maupun yang pernah bergabung diduga terlibat dalam tindak pidana terorisme. Sebanyak 29 diantaranya telah dijatuhi pidana”*.

Terlebih, usai Tim Detasemen Khusus (Densus) 88 Antiteror Polri menangkap eks Sekretaris Umum FPI Munarman pada April 2021 lalu. Berdasarkan keterangan polisi, Munarman diduga telah melakukan tindak pidana terorisme dengan menggerakkan orang lain. Munarman juga telah menyembunyikan informasi mengenai tindak pidana terorisme dan telah bermufakat jahat untuk melakukannya. Munarman juga merupakan ketua YLBHI (Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia).

Data ke (2) Kompas.com, *“Dikutip dari Harian Kompas (25/9/2022), Munarman, mantan Ketua Dewan Pengurus Komisi untuk Orang dan Korban Tindak Kekerasan (Kontras), terpilih sebagai Ketua Dewan Pengurus YLBHI periode 2002-2007”*.

Selain itu, Kompas.com juga mengulik lebih dalam lagi soal FPI dalam isu terorisme. Di mana diperluas lagi dengan adanya dugaan teroris di Jakarta dan Bekasi. Data (3) berita Kompas.com.

“Yang ditanyakan apakah ada korelasinya dengan salah satu ormas terlarang yang sudah dinyatakan oleh pemerintah? Korelasinya seperti itu, ini memang ada beberapa kita temukan barang bukti di situ,” kata Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Yusri Yunus di Mapolda Metro Jaya.

Tim redaksi Detik.com pun ikut melakukan praktik komodifikasi untuk memenuhi tuntutan persaingan, antara lain dengan mengejar aktualitas dari sebuah peristiwa. Untuk mengejar sisi aktualitas ini, Detik.com melakukan upaya-upaya seperti melalui pesan singkat pada berita (4) Detik.com:

“Isu jualan teror ini karena membuktikan FPI dengan aksi teror saat ini adalah tidak mungkin karena FPI-nya sudah bubar. Kan yang bubarkan pemerintah zalim, yang bubarkan pemerintah zalim, masak minta tanggung jawab ke pihak yang sudah tidak eksis lagi sebagai sebuah entitas. Itu artinya sudah zalim, tambah dungu dan pandir pula,” kata Eks Wasekum Aziz Yanuar melalui pesan singkat, Minggu (4/4/2021).

Redaksi Berita Detik.com juga melakukan komodifikasi intrinsik dengan menggunakan pemilihan kata “gembong” dan “teroris” untuk lebih memberikan penekanan citra negatif yakni berbahaya dan menakutkan untuk FPI. Sebagaimana diungkapkan Eriyanto, *framing* merupakan metode untuk melihat bagaimana cara media dalam menceritakan suatu peristiwa. Bagaimana “cara media melihat” sebuah realitas yang kemudian dijadikan berita.

Framing juga dipakai untuk melihat bagaimana sebuah peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media, bagaimana wartawan mengonstruksi sebuah peristiwa dan menyajikannya kepada masyarakat. Penggunaan atau pemilihan kata pada pemberitaan seputar FPI dengan isu terorisme, penentuan nara sumber, pemilihan gambar juga merupakan salah satu contoh pembingkai berita oleh media. Sama dengan pemilihan kata “simpatisan” yang dipilih oleh Detik.com. bahkan Detik.com menyangkut pautkan FPI dengan Islamic State of Iraq and Syiria (ISIS) pimpinan Abu Bakar Al-Baghdadi. Dengan menampilkan Anzhar yang membuat pengakuan sebagai seorang simpatisan FPI. Data (5) Detik.com:

“2013 saya mulai bergabung di FPI dan mengikuti aksi (sweeping) miras, kalau video yang saya ikuti, cuma aksinya karena saya termasuk simpatisan bukan anggota. Dan saya mengikuti sweeping miras 3 kali” ujar Anzhar.

Pihak FPI memberikan bantahan soal pengakuan tersebut.

“Membantah keras pernyataan saudara AA yang menyatakan pernah terjadi baiat dukungan kepada ISIS yang dilakukan di berkas markas daerah laskar FPI Jalan Sungai Limboto Makassar” pernyataan FPI yang diberikan oleh pengacara FPI, Aziz Yanuar.

PROPAGANDA

Hal ini membuat, Logika waktu pendek yang menyebabkan media *online* seperti Kompas.com dan Detik.com terjebak dalam hal kecepatan. Yakni keinginan keduanya untuk tampil khas, yang tidak jarang justru menjerumuskan Kompas.com dan Detik.com ke dalam keseragaman. Sehingga menunjukkan bagaimana penting/tidaknya berita sering ditentukan oleh sejauh mana media-media lain dipacu untuk meliput.

PENUTUP

Salah satu kelebihan media *online* adalah kecepatannya dalam menyampaikan berita. Namun, terkadang kelebihan ini justru menjadi sandungan bagi kelengkapan penulisan berita di media *online*. Karena mengejar kecepatan penyampaian berita, situs berita *online* sering kali mengabaikan kaidah-kaidah penulisan artikel berita yang lengkap, misalnya kekurangan dalam melengkapi unsur 5W+1H yang menjadi syarat kelengkapan dalam penulisan artikel berita. Seharusnya, untuk melengkapi kekurangan pada berita sebelumnya, situs berita *online* memuat lebih dari satu artikel berita dalam satu hari untuk membahas topik yang sama dengan menyertakan informasi tambahan yang tidak sempat dimuat di artikel berita sebelumnya.

Kompas.com dan Detik.com memanfaatkan isu terorisme sebagai informasi yang memiliki daya jual tinggi terlebih dengan memasukkan FPI di setiap beritanya bahkan menjadikannya sebagai sebuah *headline*. Hal tersebut ditunjukkan dari kemunculan berita mengenai kasus penangkapan teroris yang diduga sebagai anggota FPI, hal tersebut tidak hanya menjadi *breaking news* yang menyita waktu berjam-jam dalam pemberitaannya, melainkan kasus tersebut juga dapat dijual sebagai tayangan yang berisi informasi ringan yang mengacaukan perhatian masyarakat dari isu yang menegangkan menjadi isu yang layak dikonsumsi setiap hari. Terlebih menyebutkan FPI di dalamnya yang sebelumnya merupakan organisasi masyarakat yang memiliki banyak pengikut.

Berita Kompas.com memperkuat bingkainya dengan memberikan citra negatif dengan terus menerus mengaitkan FPI dengan terorisme, mulai dari pemunculan beritanya dengan menguak 35 anggota FPI yang terlibat anggota teroris sehingga dibubarkannya FPI oleh pemerintah. Sampai dengan pemberitaan soal profil lengkap Munarman yang terkait kasus terorisme sekaligus dikaitkan kembali dengan masal lalunya sebagai mantan Sekretaris Umum FPI.

Sedangkan Detik.com memperkuat bingkai beritanya dengan meminimalisasi dari pemilihan narasumber. Dengan adanya sebuah bantahan usai pemberitaan FPI dalam isu terorisme yang diterbitkan. Namun *Kompas.com* dan *Detik.com* sama-sama menggunakan isu terorisme sebagai informasi yang memiliki daya jual tinggi. Karena terkesan dipaksakan meski belum ada bukti jelasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2009). *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism Techniques of Radio and Television News*. Oxford: Foscil Press.
- Burton, G. (2000). *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta.
- Croteau, D. dan Hoynes, W. (2003). *Media Society 3rd Edition*. California: Sage Publication.
- Darminto, R. P. (2017). Fungsi Media Online dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik (Studi Media Online di Lampung). *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

- Detik.com. Simpatisan FPI Terduga Teroris Jelaskan Baiat ke Al-Baghdadi 2015
<https://news.detik.com/berita/d-5364637/simpatisan-fpi-terduga-teroris-jelaskan-baiat-ke-al-baghdadi-di-2015>
- Detik.com. Teroris yang ditangkap Ngaku Simpatisan FPI , Pengacara HRS Heran Dikaitkan
<https://news.detik.com/berita/d-5519854/teroris-yang-ditangkap-ngaku-simpatisan-fpi-pengacara-hrs-heran-dikaitkan>
- Haryatmoko, DR. (2007). *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius
- Kompas.com. (April, 2021). Profil Munarman Mantan Sekum FP I yang ditangkap Densus 88
Terkait Kasus Terorisme
<https://amp.kompas.com/tren/read/2021/04/27/201500865/profil-munarman-mantan-sekum-fpi-yang-ditangkap-densus-88-terkait-kasus>
- Kompas.com. (Desember, 2020). Ketika 35 Anggota FPI dituding Terlibat Terorisme Menjadi Alasan Pembubaran.
<https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/12/31/08075211/ketika-35-anggota-fpi-dituding-terlibat-terorisme-menjadi-alasan-pembubaran>
- Kompas.com. (Maret, 2021). Polisi Selidiki Kaitan FPI dengan Terduga Teroris di Jakarta dan Bekasi
<https://amp.kompas.com/megapolitan/read/2021/03/31/05250051/polisi-selidiki-kaitan-fpi-dengan-terduga-teroris-di-jakarta-dan-bekasi>
- Kurnia, S. S. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa (Mass Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morgan, M. J. (2004). *The Origins of the New Terrorism*. Parameters.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication, LTD.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication 2nd ed*. London: Sage Publications.
- Muslich, M. (2008). Kekuasaan Media Massa Mengkonstruksi Realitas. *Jurnal Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Malang edisi Tahun 36, Nomor 2*.
- Ready, A. (2016). Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fisip*. 3(1): 1-16.
- Romli, A. S. M. (2014). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi, cet. 5*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subhan, M. (2016). Pergeseran Orientasi Gerakan Terorisme Islam di Indonesia (Studi Terorisme 2000-2015). *Journal of International Relations, Vol. 2, No. 4*
- Sudibyo, A. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LkiS.
- Suryawati, I. dan Agustiar, M. S. (2018). Komisi Pemberantasan Korupsi Dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Berita Putusan Sidang Praperadilan Pertama Setya Novanto di Tribunnews.com periode 30 September 2017). *Jurnal Audience Volume 1 No 2*.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/viewFile/2686/1580>
- Wijanarko. (2006). *Jurnalisme Antara Peristiwa Dan Ruang Publik*. Jakarta: LP3E
- Windiani, R. (2017). Peran Indonesia Dalam Memerangi Terorisme. *Jurnal Ilmu Sosial, Vol. 16, No. 02*.
- Wuryandari, G. (2014). Indonesian Foreign Policy Dealing with International Terrorism Issue. *Jurnal Penelitian Politik, Vol. 11, No. 2*.