

**Masyarakat Tontonan dalam Panggung Covid 19 di Indonesia  
(Penampilan Dokter Reisa Broto Asmoro dalam Pemberitaan KompasTV)**

**Spectacle Society in the Covid 19 Stage in Indonesia (Doctor Reisa Broto  
Asmoro's Appearance on KompasTV News)**

**Dudi Hartono<sup>1</sup>, Riki Arswendi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Mercu Buana

Jl. Meruya Selatan No. 1, Kembangan, Jakarta Barat

Email: <sup>1</sup>dudi.hartono@mercubuana.ac.id, <sup>2</sup>riki.arswendi@mercubuana.ac.id

Received : December 20, 2023 ; Revised: January 20, 2024; Accepted: February 5, 2024

***Abstract***

*Doctor Reisa Broto Asmoro's appearance as Spokesperson for the Covid-19 Task Force Communication Team attracted attention amidst the people's boredom and despair over the Pandemic situation which doesn't know when it will end. Reisa as a doctor as well as a celebrity has an attraction as a source of news in the midst of popular culture, or public viewing. This study uses the Fairclough Critical Discourse Analysis method which offers an analytical model; texts, discussion practice and social practice. As a knife analysis researcher using Guy Debord's Spectacle of the Society theory for the relationship between popular culture and media culture by analyzing Dr. Reisa Broto Asmoro, a spokesperson for the Indonesian government's work on COVID-19, uses a three-dimensional analysis. The focus is on the selection of themes and titles in news reports on Kompas TV. The results of this study explain that (a) Doctor Reisa's physical appearance and visual image play an important role in shaping perceptions, values, and identities associated with media products and popular culture, (b) the critical paradigm is used to dismantle and explore networks of power in the process of commodification on the appearance of Doctor Reisa Broto Asmoro emphasized that the news can be considered as part of a spectacle that creates experiences that are collectively generated and directed by economic and political interests, and (c) the visual appearance of Doctor Reisa Broto Asmoro has become a commodity that has a selling value or exchange value, and transformed into a culture of consumerism in the audience.*

***Keywords:*** *Celebrity; Covid 19; Dokter Reisa; Image; Spectacle*

***Abstrak***

Penampilan Dokter Reisa Broto Asmoro sebagai Juru Bicara Tim Komunikasi Gugus Tugas Covid 19 menarik perhatian di tengah kebosanan dan keputusasaan masyarakat atas situasi Pandemi yang tidak tahu kapan berakhir. Reisa sebagai seorang dokter sekaligus selebritas memiliki daya tarik sebagai narasumber berita di tengah budaya populer, atau masyarakat tontonan. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Wacana Kritis Fairclough yang menawarkan model analisis; teks, praktik diskursus dan praktik sosial. Sebagai pisau analisis peneliti menggunakan teori the Spectacle of the Society dari Guy Debord untuk hubungan budaya populer dengan budaya media dengan menganalisis penampilan media Dr. Reisa Broto Asmoro, seorang juru bicara untuk tugas COVID-19 pemerintah Indonesia, menggunakan tiga dimensi analisis. Fokusnya adalah pada pemilihan tema dan judul dalam laporan berita di Kompas TV. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa (a) penampilan fisik dan citra visual Dokter Reisa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, nilai, dan identitas yang terkait

dengan produk media dan budaya populer, (b) paradigma kritis digunakan untuk membongkar dan menelusuri jejaring kekuasaan dalam proses komodifikasi atas penampilan Dokter Reisa Broto Asmoro mempertegas pemberitaan tersesbut dapat dianggap sebagai bagian dari spektakel yang menciptakan pengalaman yang dihasilkan secara kolektif dan diarahkan oleh kepentingan ekonomi dan politik, dan (c) penampilan visual Dokter Reisa Broto Asmoro telah menjadi komoditi yang memiliki nilai jual atau nilai tukar, dan bertransformasi ke dalam budaya konsumerisme di tengah masyarakat penontonnya.

**Kata Kunci:** Covid 19; Citra; Dokter Reisa; Selebritas; Spectacle

## 1. Pendahuluan

Pemirsa televisi di Indonesia disuguhkan sosok cantik Reisa Broto Asmoro setiap kali menyaksikan pengumuman perkembangan penanganan Covid 19 di Indonesia. Sejak 8 Juni 2020 Dokter Reisa Broto Asmoro resmi menjadi bagian Tim Komunikasi Gugus Tugas Nasional Percepatan Penanganan Covid 19. Reisa didaulat sebagai Juru Bicara (Jubir) Covid 19 bersama Achmad Yurianto. Reisa merupakan anggota Bidang Kesekretariatan, Protokoler, dan Public Relations Pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia (PB IDI) periode 2018-2021.

Dalam Tim Gugus Tugas Covid 19, tugas utama Reisa adalah sebagaimana tugas pokok dan fungsi utama dokter Reisa sebagai Tim Komunikasi Publik yaitu menyampaikan edukasi *new normal* atau kenormalan baru kepada masyarakat. Sementara Achmad Yurianto bertugas menyampaikan data jumlah perkembangan masyarakat yang terpapar virus tersebut. Dengan pembagian ini durasi tampilnya Reisa di depan media sangat besar.

Sebelum resmi dilantik sebagai Jubir Covid 19, sosok Reisa Broto Asmoro sudah cukup dikenal publik melalui berbagai program kesehatan di televisi swasta nasional, di mana ia menjadi host dan narasumber acara-acara tersebut. Wajah cantik Reisa juga acap kali muncul dalam iklan-iklan komersial, terutama yang

menyangkut atau disangkut pautkan dengan masalah kesehatan seperti air mineral, cairan pembersihan suplemen. Menelusik latar belakang kariernya di luar profesi kedoterannya, saat mengikuti kontes Puteri Indonesia (2010) Reisa meraih juara Kedua melalui provinsi D.I. Yogyakarta, dan berhak menyandang gelar Puteri Indonesia Lingkungan 2010. Reisa pernah mewakili Indonesia dalam kontes Miss International 2011 di Chengdu, Tiongkok.

Pemberitaan media mengenai perkembangan Covid 19 beserta eksese yang ditimbulkannya telah membuat masyarakat berada dalam kekuatiran, kecemasan dan bahkan keputusan. Hal ini dikarenakan tidak adanya jaminan kapan pandemik global ini akan berakhir. Tampilnya Reisa dipanggung Covid 19 di Indonesia memberikan tontonan yang menarik di tengah kejenuhan masyarakat di tanah air.

Dengan parasnya yang cantik dan popularitasnya di mata pemirsa televisi nasional, dokter berusia 34 tahun itu diharapkan mampu memberikan kesegaran tontonandi panggung Covid 19. Hal inilah yang juga menjadi harapan Moeldoko, Kepala Staf Kepresidenan (KSP), dikutip dari laman *tribunnews.com* (17/06/20), mengakui pemilihan Reisa dilakukan sebagaiupaya pemerintah untuk mengatasi kebosanan masyarakat terkait laporan kasus Covid 19.

Pemberitaan mengenai Covid-19 tidak lagi hanya permasalahan kesehatan *an sich*, melainkan telah menyeruak ke dalam ranah budaya media. Dalam buku *Media, Culture, and Society: An Introduction* (2017) Hodgkinson menjelaskan budaya media merupakan cara kita mengonsumsi, memproduksi, dan menyebarkan informasi melalui media massa dalam kehidupan sehari-hari. Budaya media mencakup cara manusia menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, hiburan, dan edukasi, serta bagaimana berinteraksi dengan media dalam konteks sosial dan politik.

Dalam masyarakat industri media seperti sekarang di mana tontonan sudah menjadi keniscayaan publik sehari-hari, baik melalui media tradisional maupun baru, kehadiran selebriti seperti Reisa menjadi penting. Di mana citra dan tampilan visual dapat memengaruhi persepsi, aktivitas dan tindakan masyarakat secara umum. Citra dan tampilan visual yang dapat dilihat melalui tontonan di berbagai media merupakan bagian penting dalam budaya konsumerisme.

Reisa adalah representasi selebritas *cum* dokter. Selebritas seperti dikutip dari *Seeing Stars: Spectacle, Society and Celebrity Culture*, Pramond K. Nayar (2009), menjelaskan bahwa selebritis adalah individu atau peristiwa yang ditonton publik: seseorang atau sesuatu yang dikenali oleh banyak orang. Pada tingkat individu budaya selebriti adalah konsekuensi dari pengakuan publik atas beberapa kualitas yang dimiliki atau dianggap dimiliki seseorang.

Citra dan tampilan visual merupakan elemen kunci dalam konsep budaya media karena keduanya memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, nilai, dan identitas yang terkait dengan produk media dan budaya populer. Dalam budaya media, citra dan tampilan visual digunakan untuk menarik perhatian dan menciptakan pengalaman yang memikat bagi penonton dalam berbagai bentuk produk antara lain iklan, poster, sampul album, film, dan video

musik. Semuanya digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dan ide-ide yang terkait dengan produk media dan budaya populer tertentu, seperti artis, film, atau jenama.

Pendekatan tontonan dalam pemberitaan media, sebagaimana disampaikan Deboard dalam teorinya, dapat memberikan peluang adanya ketidakakuratan informasi karena adanya pembingkai dramatis melalui penampilan selebriti, dan tidak terfokus pada isu utamanya, yaitu perkembangan Covid 19. Dengan demikian kehadiran Reisa sebagai dokter *cum* selebriti memiliki potensi sebagaimana dikuatirkan Deboard dalam *the Spectacle of the Society*.

Kompas TV merupakan salah satu televisi berita di Indonesia yang memiliki program khusus *Up Date Corona* yang menginformasikan perkembangan Covid 19 setiap hari, dan ditayangkan setiap hari pada jam 15.00 WIB. Menurut Meirita Effendi, Produser *Up Date Corona* kehadiran Reisa sempat memberikan dampak signifikan pada *share* dan *rating* acara yang diproduserinya. Di pekan pertama penampilan Reisa *rating* dan *share* KompasTV sempat menyentuh angka 5-6, di atas rata-rata *rating* dan *share* mereka sebelumnya. Pernyataan Effendi ini mengkonfirmasi kehadiran Reisa sebagai tontonan.

Kompas TV merupakan salah satu perusahaan media di bawah naungan Kompas Gramedia Grup (KKG) yang merupakan raksasa media ternama di Indonesia. *Harian Kompas* merupakan media yang selama ini dianggap independent dalam pemberitaannya. Sebagai media yang berada dalam naungan KKG, Kompas TV juga menganut filosofi jurnalisme makna yang ditanamkan oleh Jacob Oetomo, salah satu pendirinya. Dalam jurnalisme makna menurut Jacob berita bukan sekadar informasi tentang makna, melainkan harus dapat menyajikan arti dan makna sebuah peristiwa. Caranya adalah dengan melakukan reportase mendalam, investigatif, dan responsif serta

bukan sekedar fakta menurut urutan kejadiannya, melainkan fakta yang mencakup latar belakang, proses dan riwayatnya.

Sepanjang penayangan program khusus *Up Date Corona* KompasTV menggelontorkan durasi penampilan Reisa sesuai dengan durasi aslinya saat memberikan keterangan pers. Dengan demikian redaksi KompasTV tidak melakukan pemotongan durasi terhadap penampilan Reisa. Kendati demikian Effendi menegaskan tidak ada perlakuan istimewa terhadap Reisa dibandingkan Yuri.

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang mengambil tema menyangkut the spectacle of the society (masyarakat tontonan) lebih banyak menyoroti peran media dalam menghadirkan masyarakat tontonan, seperti pada penelitian Sukma Ari Ragil Putri berjudul *Media dalam Perspektif Masyarakat Tontonan "Jokowi Spectacle"*. Dalam penelitiannya Putri menyebutkan media telah melahirkan Jokowi sebagai selebritas yang di dalamnya menyangkut aspek-aspek tontonan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Emil Edenbord dalam jurnal berjudul *Russia's spectacle of "traditional values": rethinking the politics of visibility*, Edenboard lebih banyak menyoroti peran negara untuk mendefinisikan dan melukiskan "rakyat," melibatkan produksi pengaturan visibilitas, mengatur apa yang dapat ditampilkan secara publik, berjenis kelamin, dan rasial di depan umum, dan bagaimana mereka dilihat; dan bahwa mereka yang menolak konsepsi hegemonik tentang komunitas berusaha untuk mengganggu dan mengatur ulang pengaturan visibilitas tersebut.

Sementara pada penelitian ini, penulis akan menganalisis lebih lanjut mengenai mengetahui bagaimana citra dan penampilan visual dr. Reisa Broto Asmoro dalam pemberitaan media Kompas TV, peneliti menggunakan metode Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, di mana keterkaitan antara bahasa, kekuasaan, dan

ideologi menjadi fokusnya. Fairclough mengajukan tiga tahapan analisis kritis: deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi yang akan peneliti implementasikan terhadap beberapa tayangan program *Up Date Corona* Kompas TV. Untuk membahas temuan tersebut peneliti menggunakan teori *Spectacle of the Society* dari Guy Deboard.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana citra visual Dokter Reisa Broto Asmoro telah dikomodifikasi melalui tontonan yang menciptakan pengalaman yang diarahkan oleh kepentingan ekonomi dan politik.

## 2. Kerangka Teori

Guy Debord adalah seorang filsuf dan teoretikus politik asal Prancis yang terkenal karena karyanya yang berjudul *"The Society of the Spectacle"* (Masyarakat Tontonan) yang diterbitkan pada tahun 1967.

Konsep "the spectacle" merujuk pada representasi yang dominan dalam masyarakat modern. Debord mengatakan, masyarakat modern telah berubah menjadi masyarakat yang didominasi oleh gambar-gambar, representasi, dan tontonan. Spektakel (tontonan) ini mengacu pada media massa, iklan, pertunjukan komersial, dan semua bentuk representasi visual yang ada di dunia modern.

Spektakel, menurut Debord, menciptakan pengalaman yang dihasilkan secara kolektif dan diarahkan oleh kepentingan ekonomi dan politik. Ia menyatakan bahwa spektakel mengaburkan batas antara realitas dan representasi, menghasilkan masyarakat yang teralienasi dan pasif. Individu-individu dalam masyarakat ini menjadi penonton pasif yang terjebak dalam konsumsi benda dan citra, sehingga kehilangan kemampuan untuk mengalami kehidupan secara langsung dan autentik.

Di sinilah kemudian, Debord mengkritik media massa, kapitalisme, dan budaya konsumerisme yang memperkuat dominasi spektakel dalam kehidupan sehari-hari. Debord berpendapat bahwa

spektakel tidak hanya menciptakan alienasi individu, tetapi juga mengendalikan politik dan menghancurkan potensi perubahan sosial yang radikal.

Debord mengajukan gagasan pembebasan dari dominasi spektakel melalui apa yang disebutnya sebagai "konstruksi situasi." Konstruksi situasi adalah upaya untuk menghadirkan momen-momen kehidupan nyata yang otentik dan pengalaman langsung yang melibatkan partisipasi aktif individu dalam merancang lingkungan dan kehidupan mereka.

Dalam konteks konsep "*the spectacle of the society*," Debord mengajak kita untuk mempertanyakan dominasi representasi, media massa, dan budaya konsumerisme dalam kehidupan kita. Debord mengajak kita untuk membebaskan diri dari pengaruh spektakel dan mencari cara-cara baru untuk mengalami kehidupan yang lebih langsung, autentik, dan penuh partisipasi.

Melalui *Spectacle*, Debord menjelaskan, bahwa saat realitas dimasukkan ke dalam citra-citra (*images*) dan kemudian menjadi tontonan, maka kehidupan *real* masyarakat modern mengalami kekaburan. Celakanya kemudian adalah manakala realitas dianggap muncul dari tontonan, dan di mana kemudian tontonan juga dianggap sebagai yang nyata. Inilah barangkali yang menjadi karakteristik penting dari *spectacle*, yaitu penuh dengan konstruksi dan penipuan-penipuan. Sehingga kata Debord, dalam kekacauan realitas karena tumpang tindih dengan tontonan "kebenaran" hanyalah momen dari kepalsuan-kepalsuan (Debord, 2018).

Dalam Masyarakat Tontonan (*the society of the spectacle*) citra memainkan peranan signifikan. Seperti dijelaskan Debord dalam *the Society of the Spectacle* (1995) tontonan bukanlah kumpulan gambar, tetapi hubungan sosial di antara orang-orang yang dimediasi oleh citra (Debord, 2018).

Dengan demikian tahap pertama dominasi ekonomi terhadap kehidupan sosial menyebabkan degradasi nyata akan

mengada (*being*) menjadi memiliki (*having*) – pemenuhan manusia tidak lagi sama dengan siapakah seseorang, tetapi menjadi apa yang seseorang miliki. Tahap sekarang dimana kehidupan sosial telah sepenuhnya didominasi oleh akumulasi produksi ekonomi, membawa perubahan umum dari memiliki menjadi muncul (*concept of appearing*) – semua "memiliki" kini harus mendapatkan langsung gengsinya, dan tujuan utamanya dari penampilan (Debord, 2018).

Selebritas seperti dikutip dari *Seeing Stars: Spectacle, Society and Celebrity Culture*, Pramond K. Nayar (2009), menjelaskan bahwa selebritis adalah individu atau peristiwa yang ditonton publik: seseorang atau sesuatu yang dikenali oleh banyak orang. Pada tingkat individu budaya selebriti adalah konsekuensi dari pengakuan publik atas beberapa kualitas yang dimiliki atau dianggap dimiliki seseorang.

Media bertindak sebagai agen transformatif dalam mengubah selebriti menjadi "dapat dilihat". Jadi menurut Nayar, *Spectacles*, yang sebenarnya merupakan aspek paling vital dalam menampilkan keselebritian. Konsekuensinya "tubuh selebriti" sangat penting dalam memproyeksikan kesehatan dan kebugaran mereka. Kepribadian fisik mereka sangat penting "bagi budaya, penggemar. Dalam arti bahwa "tubuh (...harus) selalu terlihat fit untuk dilihat dalam kesempurnaannya." (Nayar; 65, 2009).

Harold D. Laswell mengatakan televisi mempunyai tiga fungsi, di mana setiap fungsi tidak berdiri sendiri melainkan akan saling menunjang, yaitu: (1). Media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu akan memberikan berbagai informasi atas hal-hal yang tidak dapat terjangkau khalayak. (2). Media massa sebagai gate keeper artinya lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak. (3). Media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai

dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya, atau dapat dikatakan sebagai media pendidikan.

Selain itu dalam bukunya, Effendy menjelaskan bahwa televisi siaran untuk umum menayangkan acaranya secara universal, tetapi fungsi utamanya adalah tetap hiburan, meskipun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, hanya sebagai pelengkap saja dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis sebagai upaya untuk membongkar dan menelusuri jejaring kekuasaan dalam proses komodifikasi atas penampilan Dokter Reisa Broto Asmoro. Paradigma kritis pada dasarnya merupakan paradigma ilmu pengetahuan yang meletakkan epistemologi kritik Marxisme dalam seluruh metodologi penelitiannya. Marx mengajarkan bahwa cara-cara produksi dalam masyarakat menentukan sifat dari masyarakat; oleh karena itu, ekonomi adalah dasar dari semua struktur sosial. Namun hakekatnya teori kritik atau sering dinamakan sebagai neo-marxis ini justru mengkritisi postulat dasar Marx yang menitikberatkan determinasi ekonomi. Kelompok ini yang dikenal sebagai Mazhab Frankfurt menolak menafsirkan pemikiran Marx tersebut terlalu mekanistik. Kendati tidak menolak postulat Marx tersebut, tapi kelompok ini melihat aspek kehidupan sosial lainnya juga berperan sebagai penggerak perkembangan masyarakat. Tidak hanya determinasi ekonomi semata.

Teori kritis merupakan teori yang secara terbuka mendukung nilai-nilai tertentu dan menggunakan nilai-nilai ini untuk mengevaluasi dan mengkritik *status quo*, menyediakan cara-cara pengganti untuk menafsirkan peran sosial media massa (Baran dan Davis, 2010:252).

Fairclough (1989:110-164; 1995:98) membagi analisis wacana ke dalam tiga dimensi: teks, praktik wacana, dan praktik

sosiokultural. Kerangka analisis yang dikembangkan oleh Fairclough terdiri dari analisis teks, analisis praktik wacana dalam bentuk produksi dan konsumsi teks, dan analisis praktik sosio-kultural. Metode yang dikembangkan meliputi deskripsi linguistik teks dari segi bahasanya, interpretasi hubungan antara berbagai proses produksi dan konsumsi teks dan teks itu sendiri, dan penjelasan hubungan antara proses diskursif di atas dan proses sosial. (1). Analisis teks (deskripsi) merupakan tahap pertama dimana teks dianalisis secara linguistik dengan melihat kosakata, tata bahasa, dan struktur kalimat. Unsur-unsur yang dianalisis ini digunakan untuk mengamati tiga hal, yaitu *experiential* (pengalaman), *relational* (relasional), dan *expressive* (ekspresif). (2). Nilai eksperiensial digunakan untuk melacak bagaimana dunia direpresentasikan dalam pandangan produser teks. Nilai pengalaman ini berkaitan dengan pengalaman dan keyakinan pembuat teks. (3). Nilai relasional menelusuri hubungan sosial apa yang dimunculkan melalui teks dalam wacana. (4). Nilai ekspresif digunakan untuk menemukan evaluasi produser teks terhadap realitas yang terkait.

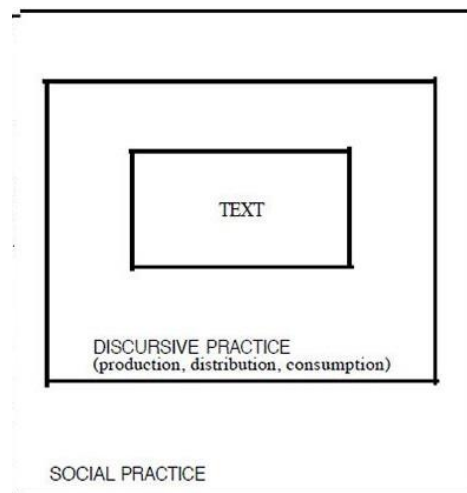
Untuk melakukan analisis tersebut Fairclough mewujudkannya dalam tiga dimensi, yaitu analisis tekstual terhadap teks (ucapan, tulisan, gambaran visual, atau gabungan ketiganya), praktik diskursif (penafsiran teks yang mencakup produksi dan konsumsi teks), dan praktik sosial budaya (situasi, kelembagaan, dan sosial).

Prinsip utama di balik penggunaan model ini adalah bahwa sebuah teks hanya dapat dipahami dalam kaitannya dengan jaringan teks lain dalam konteks sosial. Artinya, teks tidak pernah dapat dipahami secara terpisah (Eriyanto, 2001; 5-12). Sedangkan menurut Fairclough (2001:20-21) pengertian wacana lebih mengarah pada penggunaan bahasa sebagai praktik sosial yang berimplikasi pada hal-hal berikut. (1). Wacana adalah bentuk tindakan. Hal itu berarti bahwa wacana sebagai bentuk interaksi. Orang berbicara

bukan untuk diri sendiri, melainkan untuk berinteraksi dengan orang lain. Pandangan tersebut membawa konsekuensi pada perseptif terhadap wacana, yaitu wacana sebagai tindak penggunaan bahasa dengan tujuan tertentu dan penggunaan bahasa tersebut diekspresikan secara sadar dan terkontrol. (2). Konteks merupakan bagian penting pembangun wacana. Oleh sebab itu, AWK (Analisis Wacana Kritis) sangat mempertimbangkan konteks wacana, seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Wacana diproduksi, dipahami, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Sesuai dengan pandangan itu, Fairclough (2001:20) mengutarakan bahwa AWK melibatkan teks, proses produksi, dan interpretasi. Konteks mencakup semua situasi di luar teks yang mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti pemeran serta, situasi di tempat wacana diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya. (3). Salah satu aspek penting untuk memahami wacana adalah menempatkan wacana dalam konteks historis. Karenanya, pada waktu melakukan analisis perlu tinjauan untuk memahami mengapa wacana yang berkembang seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu, dan seterusnya. (4). Kekuasaan. AWK juga mempertimbangkan elemen kekuasaan (power) dalam analisisnya. Dalam hal ini, setiap wacana yang muncul tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar, netral, tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. (5). Ideologi juga merupakan pusat perhatian dalam AWK. Hal itu disebabkan teks, percakapan, dan lainnya merupakan bentuk praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu.

Norman Fairclough sebagaimana disampaikan Haryatmoko (2019) bahwa AWK harus memberi perhatian kepada tiga dimensinya, yaitu: (1). Teks yaitu semua yang mengacu ke wicara, tulisan, grafik, dan kombinasinya atau semua bentuk linguistik teks (khasanah kata, gramatika, syntax, struktur metafora, retorika). (2). Praktik diskursif, yaitu semua bentuk produksi dan konsumsi teks. Dalam

dimensi ini ada proses menghubungkan produksi dan konsumsi teks atau sudah ada interpretasi. Fokusnya diarahkan pada cara pengarang teks mengambil wacana dan genre yang ada dengan memerhatikan bagaimana hubungan kekuasaan dimainkan. (3). Praksis sosial biasanya tertanam dalam tujuan, jaringan dan praksis budaya sosial yang luas. Dalam dimensi ini, sudah mulai masuk pemahaman intertekstual, peristiwa sosial di mana kelihatan bahwa teks dibentuk oleh dan membentuk praksis sosial. Model tiga dimensi analisis wacana kritis digambarkan Fairclough seperti di bawah ini.



**Gambar 1.** Model Tiga Dimensi Fairclough untuk Analisis Wacana Kritis

Sumber: M.W Jorgensen & L.J Philips, 2007

Analisis Fairclough merupakan model analisis yang fleksibel, dan dapat digunakan sesuai kebutuhan analisis teks-teks khusus. Gambaran langkah-langkah pada penjelasan sebelumnya adalah gambaran ideal. Akan tetapi pada prakteknya, suatu kajian bisa tidak mengikuti kerangka dengan cara linier, melainkan dapat bergerak maju dan mundur di antara tingkatan-tingkatan dimensi wacana tersebut beberapa kali, berulang-ulang, maupun berputar dan berbenturan satu sama lain (M.W Jorgensen & L.J Philips, 2007, 149).

#### **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**



Sejak ditetapkan sebagai Tim Komunikasi Gugus Tugas Nasional Percepatan Pengangan Covid 19 pada tanggal 8 Juni 2020 silam, Dokter Reisa Broto Asmoro secara rutin tampil dalam pemberitaan program khusus UpDate Corona di Kompas TV setiap pukul 15.30 -16.00 WIB. Sampai kemudian masa tugasnya selesai satu tahun kemudian Dokter Reisa telah tampil sekira 365 episode.



**Gambar 2.** Salah satu pemberitaan dr. Reisa Broto Asmoro di Kompas TV (8 Juni 2020)  
Sumber: Youtube Kompas TV

Dalam melakukan analisis terhadap subjek penelitian ini, penulis menggunakan metode yang diberikan yaitu meliputi teks, diskursus dan praktek sosial. Pada dimensi teks, penelitian ini lebih memfokuskan pada pemilihan judul atau tema yang pemberitaan Dokter Reisa di Kompas TV. Sebagaimana disampaikan Haryatmoko (2019), teks dapat mengacu ke wicara, tulisan, grafik, dan kombinasinya atau semua bentuk linguistik teks seperti di Gambar 2.



**Gambar 3.** Salah satu pemberitaan dr. Reisa Broto Asmoro di Kompas TV (23 Juni 2020)  
Sumber: Youtube Kompas TV

Teks meminjam perspektif semiotika merupakan eks diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki makna dan dapat diinterpretasikan sebagai simbol atau tanda-tanda yang membawa pesan. Dengan demikian tanda-tanda yang tampak dalam gambar atau video dalam pemberitaan Reisa Broto Asmoro menjadi sebuah teks yang dapat diinterpretasi penonton Kompas TV. Fairclough (1995, 4) menegaskan bahwa analisis tekstual bukan hanya berdasar pada isi teks, melainkan analisis tersebut juga tidak boleh mengabaikan tekstur dari teks terkait seperti di gambar 3.



**Gambar 4.** Salah satu pemberitaan dr. Reisa Broto Asmoro di Kompas TV (28 Juni 2020)  
Sumber: Youtube Kompas TV

Dengan demikian bisa dielaborasi bahwa pemilihan busana, tata rias dan penampilan Reisa secara keseluruhan menjadi unit analisis yang dilakukan. Dalam hal ini Reisa menampilkan citra dirinya sebagai sosok perempuan cantik dengan penampilan modis sebagaimana halnya seorang selebritas. Citra dan tampilan visual memang menjadi elemen kunci dalam konsep budaya media karena keduanya memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, nilai, dan identitas yang terkait dengan produk media dan budaya populer.

Dimensi kedua, yaitu praktik diskursus meliputi proses produksi, distribusi dan konsumsi teks, atau dalam hal ini adalah berita atau pemberitaan Dokter Reisa Broto Asmoro. Sebagaimana disampaikan Meirita Effendi, Produser Program Up Date



Corona Kompas TV, penampilan Dokter Reisa telah memberikan peningkatan rating dan share secara signifikan di beberapa episode awal. “Dua hari pertama naik cukup signifikan di angkat 4 sampai 5. Meskipun di pekan-pekan berikutnya kembali melandai tapi cukup stabil.”

Kehadiran Dokter Reisa diakui Effendi tidak banyak mengubah kebijakan redaksi dalam memproduksi berita-berita mengenai perkembangan kasus Covid 19, terutama di program khusus Up Date Corona. Kompas TV dalam program tersebut hanya menampilkan siaran langsung dari Tim Komunikasi Gugus Tugas Nasional Percepatan Penanganan Covid 19 apa adanya. Hanya saja pada pemberitaan-pemberitaan lainnya profil Dokter Reisa sempat ditampilkan.

Dengan popularitas dan tampilan fisiknya yang menarik Dokter Reisa memang memberikan tontonan yang menyegarkan sebagai mana disampaikan Moeldoko di media massa. Selebriti seperti dikutip dari Nayar, selebritas merupakan individu atau peristiwa yang ditonton publik: seseorang atau sesuatu yang dikenali oleh banyak orang. Pada tingkat individu budaya selebriti adalah konsekuensi dari pengakuan publik atas beberapa kualitas yang dimiliki atau dianggap dimiliki seseorang.

Merujuk pengertian yang disampaikan Nayar, Dokter Reisa Broto Asmoro memiliki kualifikasi yang disebutkan tersebut. Selain berprofesi sebagai dokter, Dokter Reisa adalah bintang iklan yang cukup laris di televisi, terutama mengiklankan produk-produk yang berkaitan dengan masalah kesehatan.

Sebagai seorang yang familiar dengan sorot kamera televisi penampilan Dokter Reisa saat menyampaikan informasi perkembangan Covid 19 dinilai lebih baik daripada Achmad Yurianto, Jubir Utama tim tersebut. Reisa tidak terlihat seperti sedang membaca teks yang tertera dimonitor, sehingga dinilai lebih natural dalam penyampaian. Tampil dengan riasan wajah yang sederhana dipadukan

dengan pemilihan blazer dengan warna-warna yang cerah membuatnya lebih terlihat ketimbang Yurianto yang berbalut batik lengan panjang.

Seperti disampaikan Nayar bahwa media bertindak sebagai agen transformatif dalam mengubah selebriti menjadi “dapat dilihat”. Di sini Dokter Reisa telah menjadikan dirinya untuk dapat dilihat sebagai tontonan. Aspek tontonan yang ada pada penampilan Dokter Reisa sebagaimana dijelaskan Nayar tadi pada dasarnya adalah bagaimana mengkomodifikasikan tubuhnya dalam sebuah penampilan yang enak ditonton. Dalam hal ini, Nayar menyampaikan, *spectacles* atau tontonan, yang sebenarnya merupakan aspek paling vital dalam menampilkan keselebritian. Konsekuensinya “tubuh selebriti” sangat penting dalam memproyeksikan kesehatan dan kebugaran mereka (Nayar; 65, 2009).

Dengan demikian dalam konsep tontonan (*spectacle*) penampilan fisik menjadi lebih penting daripada nilai berita atau informasi itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan citra diri yang ingin dibangun oleh selebritas itu sendiri, dalam hal ini adalah Dokter Reisa Broto Asmoro. Citra sebagaimana disampaikan Debord dalam *the Society of the Spectacle* (1995) memainkan peran yang signifikan, sehingga tontonan bukanlah kumpulan gambar, tetapi hubungan sosial di antara orang-orang yang dimediasi oleh citra (Debord, 2018).

Melalui media, baik secara perorangan maupun kolektif dapat membangun persepsi kepada penonton. Selain sebagai medium untuk menyampaikan berita, citra, atau gambaran umum mengenai banyak hal, media juga dapat berperan sebagai institusi yang mampu membentuk opini publik, bahkan menjadi kelompok penekan (*pressure group*) atas suatu gagasan yang harus diterima pihak lain (Sobur, 2009:31). Atau dalam bahasa berbeda Hall mengatakan media memiliki andil besar dalam menjelaskan peristiwa dan bagaimana peristiwa itu dimaknai dan dipahami oleh masyarakat (Hall, 2007:31).

Namun demikian Kompas TV sebagai sebuah media pemberitaan memiliki kebijakan redaksional tersendiri. Kebijakan redaksional sebagaimana disampaikan Abdullah (1995:33) adalah "sikap "politik" media dalam memandang suatu permasalahan juga aturan keredaksian dan kewartawanan yang diterapkannya". Dengan demikian kebijakan redaksional adalah ketentuan yang disepakati oleh redaksi media massa tentang kriteria berita atau tulisan yang boleh dan tidak boleh dimuat atau disiarkan, juga kata, istilah, atau ungkapan yang tidak boleh dan boleh dipublikasikan, sesuai dengan visi dan misi media.

Dalam bukunya mengutip Dean M. Lyle Spencer (*News Writings*) George Fox Mott (*New Survey Journalism*) menjelaskan pengertian berisa sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca. Hal yang tidak jauh berbeda disampaikan Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III (1975;44) bahwa berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas (Iskandar, 2008;2).

Dalam kaitan tersebut, Kompas TV, sebagaimana disampaikan Meirita, Kompas TV menghindari sensasi pemberitaan yang dapat menimbulkan bias pemberitaan. Sehingga dalam melakukan pemberitaan perkembangan Covid 19 selalu mengedepankan fakta dan aktualitas.

Dimensi praktik sosial merupakan tahapan di mana pencarian penjelasan atas penafsiran dengan merujuk kepada kondisi sosiokultural di mana teks diproduksi. Kondisi sosiokultural ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: (1). Situasional, yaitu situasi unik ketika sebuah teks diproduksi. (2). Institusional, yaitu pengaruh institusi organisasi terhadap teks yang dihasilkan. (3). Sosial, yaitu melihat pada hal-hal makro dalam masyarakat, seperti sistem politik, ekonomi, atau kulutral.

Merujuk pada situasional ketika teks diproduksi, berita atau pemberitaan Dokter Reisa ditulis atau diproduksi di tengah situasi masyarakat yang dicekam kekhawatiran mengenai ancaman Covid 19, dan ketidakjelasan kapan berakhirnya pandemi tersebut. Pada titik inilah Reisa ditampilkan sebagai Juru Bicara mengingat latar belakangnya sebagai dokter sekaligus selebritas. Sehingga kehadiran Reisa dapat memberikan prespektif yang lebih positif sebagaimana harapan Moeldoko, Kepala Staf Kepresidenan RI.

Pada bagian institusional, Kompas TV sebagai bagian dari perusahaan media Kompas Gramedia Grup, dinilai memiliki komitmen dan integritas tinggi terhadap jurnalistik yang mengedepankan fakta dan independensi. Di sini berita yang menampilkan Dokter Reisa lebih banyak mengikuti apa yang sudah diproduksi oleh Tim Komunikasi Gugus Tugas Covid 19. Kompas TV hanya melakukan distribusi dan pemberian judul. Kendati beberapa kali Kompas TV juga melakukan pemberitaan sendiri mengenai Dokter Reisa seperti pada pemberitaan berjudul *Reisa Broto Asmoro Masuk Tim Komunikasi Gugus Tugas Covid 19 pada 8 Juni 2020*.

Dalam konteks sosial, kedudukan selebritas di tengah masyarakat Indonesia menempati posisi yang relatif "terhormat". Sebagai individu yang ditonton publik: seseorang atau sesuatu yang dikenali oleh banyak orang (Nayar, 2009). Dengan demikian seperti disampaikan Leslie (2011) Seseoragn dapat menjadi selebritas eksposur media massa. Suatu aktivitas seseorang harus diliput oleh media, sehingga masyarakat luas bisa mengenal dirinya dan menjadikan mereka sebagai selebritas. Sebagai sosok yang ditonton, penampilan menjadi fackor kunci bagi selebritas dalam membangun citranya di mata publik. Karena selebriti acapkali dijadikan role model oleh publik, dalam hal ini adalah para penggemarnya.

Berdasarkan konsep *the spectacle of the society* seperti yang ditawarkan Debord bahwa representasi yang dominan dalam

masyarakat modern melalui tontonan media massa telah mengubah masyarakat menjadi didominasi oleh gambar-gambar, representasi, dan tontonan. Dalam konteks pemberitaan Dokter Reisa Broto Asmoro yang diberitakan Kompas TV, kehadiran Reisa tetap menjadi penting, terutama menyangkut isu-isu berkaitan dengan literasi kesehatan di tengah Pandemi Covid 19.

Dalam masyarakat tontonan citra Dokter Reisa sebagai seorang selebritas yang cantik sekaligus memiliki latar belakang pendidikan yang baik (seorang dokter) menghadirkan konstruksi realitas tersendiri melalui gambaran citra-citra selebriti yang serba cantik dan wangi. Representasi tersebut pada ujungnya, dalam konteks konsep "*the spectacle of the society*," melahirkan dominasi representasi budaya konsumerisme dalam kehidupan masyarakat melalui citra selebritas yang direpresentasikan oleh Dokter Reisa Broto Asmoro.

Masyarakat Tontonan (*Spectacle of the Society*) menurut Debord merupakan masyarakat yang di dalamnya, setiap sisi kehidupannya menjadi komoditi dan setiap komoditi tersebut menjadi tontonan. Dari sini kemudian Debord memandang, relasi komoditas telah mengalami perluasan melalui media massa (televisi) yang bisa menghadirkan tontonan yang dipandang sebagai tempat spektakuler bagi para spektatornya (selebriti) menjadi objek di depan pemirsa. Inilah yang oleh Debord disebut sebagai *spectacle* (tontonan).

Dalam konteks pemberitaan Dokter Reisa yang menampilkan penampilan fisik, baik kecantikan, fashion (pakaian), riasan maupun aksesoris yang dikenakan Reisa saat diberitakan tersebut. Masyarakat yang menontonnya kemudian akan mengikuti penampilan Reisa karena beranggapan bahwa apa yang ditampilkan Dokter Reisa sebagai sebuah realitas. Inilah yang kemudian disampaikan Debord sebagai "*The real consumer becomes a consumer*

*of illusions. The commodity is this factually real illusion, and the spectacle is its general manifestation*". Kehidupan nyata kemudian dinegasikan dengan bungkus tontonan yang menawarkan antusiasme dan bahkan sensasi bagi penontonnya.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis teks, diskursus, dan praktik sosial, pemberitaan tentang Dokter Reisa Broto Asmoro dalam program khusus Up Date Corona di Kompas TV dapat dikaitkan dengan konsep spektakel dalam teori *The Spectacle of the Society*, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Penampilan fisik dan citra visual Dokter Reisa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, nilai, dan identitas yang terkait dengan produk media dan budaya populer. Meskipun Kompas TV mengedepankan fakta dan aktualitas dalam pemberitaannya, penampilan Dokter Reisa tetap menjadi daya tarik utama dalam program Up Date Corona. (2). Paradigma kritis digunakan untuk membongkar dan menelusuri jejaring kekuasaan dalam proses komodifikasi atas penampilan Dokter Reisa Broto Asmoro. Oleh karena itu, pemberitaan tentang Dokter Reisa Broto Asmoro dalam program khusus Up Date Corona di Kompas TV dapat dianggap sebagai bagian dari spektakel yang menciptakan pengalaman yang dihasilkan secara kolektif dan diarahkan oleh kepentingan ekonomi dan politik. (3). Penampilan visual Dokter Reisa Broto Asmoro telah menjadi komoditi yang memiliki nilai jual atau nilai tukar, dan bertransformasi ke dalam budaya konsumerisme di tengah masyarakat penontonnya.

### **Daftar Pustaka**

#### **Buku**

- Abdullah, A. (1995). Kebijakan Redaksional Media Massa. PT Raja Grafindo Persada.
- Charnley, M. V. (1975). Reporting. McGraw-Hill.
- Debord, G. (1995). The Society of the Spectacle. Zone Books.
- Hall, S. (2007). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications.
- Iskandar, D. (2008). Teori dan Praktik Jurnalistik. Kencana.
- Mott, G. F. (1941). New Survey Journalism. University of Missouri Press.
- Nayar, P. K. (2009). Seeing Stars: Spectacle, Society and Celebrity Culture. Sage Publications.
- Sobur, A. (2009). Semiotika Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya.
- Spencer, L. (1940). News Writings. Houghton Mifflin.

#### **Jurnal**

- Edenbord, E. (2020). *Russia's spectacle of "traditional values": Rethinking the politics of visibility*. International Feminist Journal of Politics.
- Paramita, S. (2014). *Komunikasi Media dan Budaya Melahirkan Spectacle Society*. Jurnal Komunikasi, 6(1).
- Putri, S. A. R. (2015). *Media dalam Perspektif Masyarakat Tontonan "Jokowi Spectacle"*. The Messenger, 7(1).
- Tamari, T. (2019). *Star Architects, Urban Spectacles, and Global Brands: Exploring the Case of the Tokyo Olympics 2020*. International Journal of Japanese Sociology.
- Teurling, J. (2013). *From the society of the spectacle to the society of the machinery: Mutations in popular culture 1960s–2000s*. European Journal of Communication, 28(4), 409-424.
- Umarela, F.H., Dwityas NA, dan Zahra DR (2020), Representasi ideologi supremasi kulit putih dalam iklan televisi, ProTVF, Volume 4, No. 1, 2020, hlm. 64-84