

**KOMODIFIKASI KEMATIAN
DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA**
(Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite
San Diego Hills *Memorial Park* Karawang, Jawa Barat)



SKRIPSI

FaruzaArkan
NIM 1312264024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2018

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA (Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite San Diego Hills Memorial Park Karawang, Jawa Barat) diajukan oleh Faruza Arkan, NIM 131 2264 024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui tim pembina Tugas Akhir pada 15 Februari 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn.
NIP. 19671116 199303 1 001

Pembimbing II / Anggota

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.
NIP. 19821113201404 1 001

Koordinator / Anggota

Drs. M. Umar Fadi, M.S.
NIP. 19580814 198503 1 001

Ketua Program Studi / Anggota

Indira Marlina, S.Sn., M. Sn.
NIP. 19720909 200812 1 002

Ketua Jurusan Desain / Ketua

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315 200212 1 005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 1959082 198803 2 002

Penelitian ini dipersembahkan untuk kedua orang tua saya. Dan juga untuk
Nenek yang sudah berpulang kepada-Nya.



*“Death is not the greatest loss in life.
The greatest loss is what dies inside us while we live”*

-Norman Cousins



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan nama:

Nama : Faruza Arkan
Nomor Mahasiswa : 1312264024
Fakultas : Seni Rupa
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tugas akhir pengkajian yang berjudul: **KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA (Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite San Diego Hills Memorial Park Karawang, Jawa Barat)** yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi ataupun instansi manapun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Februari 2018

Faruza Arkan
NIM 1312264024

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan sehingga, pengkajian Tugas Akhir dengan judul “KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA (Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite San Diego Hills *Memorial Park* Karawang, Jawa Barat)" dapat terselesaikan tanpa kekurangan suatu apapun. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan meraih gelar Sarjana Seni, pada program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta. 15 Februari 2018



Faruza Arkan
NIM. 1312264024

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari keterbatasan akan pengetahuan dan kemampuan dalam menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas kehendaknya yang telah membantu peneliti dalam berikhtiar.
2. Bapak Prof. Dr.M. Agus Burhan, M. Hum., selaku Rektor ISI Yogyakarta.
3. Ibu. Dr. Suastiwi, M. Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
4. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan arahnya selama pengerjaan skripsi ini.
7. Mas Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing II atas masukan, bimbingan dan arahnya selama pengerjaan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Andy Haryanto, M.Sn. selaku Dosen Wali atas dukungannya.
9. Bapak Daru Tunggal Aji, S.Sn., M.A. atas kritik dan saran yang diberikan.
10. Seluruh Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
11. Seluruh staff dan karyawan di Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
12. Ibu, Ayah, Adik, dan Simbah yang sudah mendukung dan dengan sabar membimbing peneliti menjadi pribadi yang lebih dewasa.
13. Keluarga Jambi yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis.
14. Keluarga di Jakarta, Mama Nining, Mas Cahya, Mbak Is, Mbak Ida, Mas Anis, dan Mas Kris yang telah menampung penulis selama melakukan penelitian.
15. Inkara Brand Consulting dan Danton Sihombing, Laras Wasrapita, Anggia Larasati, dan Dany Rizky Widodo yang telah bersedia menjadi responden.

16. Vanya Nabiella Firdhausya atas dukungan dan waktu yang diberikan.
17. Klub Madam Viki, Viki Rebel, Maria Uthe, Agung Budi, Arief Wibisono, serta ratusan *quotes* motivasi.
18. Teman-teman seperjuangan DKV 2013 Pensil Kayu.
19. Teman-teman House of Fine.
20. Teman-teman LocalTobacco, Bian Pratama, WidyosenoSuyud, Dimas Fajrul, Medelina Christy, Agatha Nesya, David Rafka, dan Elrepyan.
21. Kepada semua pihak yang tak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir pengkajian ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Demikianlah yang bisa penulis haturkan, semoga tugas akhir pengkajian ini dapat memberi inspirasi dan wawasan bagi banyak pihak. Mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir Pengkajian ini. Terimakasih.



LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Nama : Faruza Arkan
Nomor Mahasiswa : 1312264024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni Rupa
Jenis : Tugas Akhir Pengkajian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada perpustakaan UPT ISI YOGYAKARTA, karya tugas akhir pengkajian yang berjudul **KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA (Analisis Wacana Kritis Website Pemakaman Elite San Diego Hills Memorial Park Karawang, Jawa Barat)**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkandala bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan benar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Februari 2018

Faruza Arkan
NIM. 1312264024

KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA

(Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite

San Diego Hills *Memorial Park* Karawang, Jawa Barat)

Oleh: Faruza Arkan

ABSTRAK

World wide web (www) atau yang dikenal dengan sebutan *website* merupakan salah satu media komunikasi global yang bergerak pada ruang maya. Hasil dari proses komunikasi tersebut melahirkan sebuah wacana. Penggunaan wacana tersebut dapat dilakukan dengan berbagai macam model tergantung pada pengguna bahasanya. Penelitian ini hendak meneliti penggunaan wacana sebagai strategi yang belangsung melalui media *website* dan pada aspek yang sentimental. San Diego Hills *Memorial Park* adalah salah satunya yang menggunakan wacana sebagai strategi untuk mengkonstruksi konsep-konsep pemakaman modern. Untuk mengetahui konsep atau ideologi yang dibangun, penelitian dengan metode analisis wacana kritis Teun A. van Dijk yang memiliki tiga dimensi ini digunakan untuk memahami praktik wacana tersebut. Ketiga dimensi tersebut adalah dimensi teks, dimensi kognisi sosial, dan dimensi konteks sosial. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan adanya praktik komodifikasi kematian yang termanifestasi ke dalam dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Praktik komodifikasi tersebut berlangsung pada tataran ideologis atau konsep-konsep mengenai kematian serta di dalamnya adalah praktik kapitalisme dan ketimpangan kelas sosial.

Kata Kunci : Media Komunikasi, *Website*, Pemakaman Elite, San Diego Hills *Memorial Park*, Analisis Wacana Kritis, Ekonomi Politik, Komodifikasi Kematian.

KOMODIFIKASI KEMATIAN DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA

(Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite

San Diego Hills *Memorial Park* Karawang, Jawa Barat)

by: Faruza Arkan

ABSTRACT

World wide web or known as website is one of global communication media that moves in virtual spaces. The communication process resulted a discourse. The use of such discourse can be done with a variety of models depending on the language users. This research aimed to examine the use of discourse as strategy that last through the media website and on the sentimental aspects. San Diego Hills Memorial Park is one example that uses discourse as a strategy to constructs modern funeral concepts. To examine the concept or ideology that was built, research with critical discourse analysis method by Teun A. van Dijk which has three dimensions is used to understand the practice of the discourse. These dimensions are the dimension of text, the dimension of social cognition, and the dimension of social context. This research is a descriptive research with qualitative approach.

This research results show that there is a commodification of death practice that manifested into dimension of text, social cognition, and social context. This commodification takes place at the ideological level or concepts of death, within it is the practice of capitalism and social class imbalance.

Keywords: *Communication media, website, elite funeral, San Diego Hills Memorial Park, critical discourse analysis, political economy, death commodification.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HAKAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Pembatasan Masalah.....	6
F. Asumsi.....	7
G. Metode Penelitian.....	7
H. Definisi Operasional.....	8
I. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Pembahasan Teoritis.....	12
1. Ekonomi Politik.....	12

2. Komodifikasi	12
a. Analisis Wacana	13
b. Analisis Wacana Kritis	13
c. Konsep Utama Analisis Wacana Kritis	14
d. Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk	16
e. Iklan	27
f. Media Massa	28
g. Website	28
h. Elemen Website	29
i. User Interface	32
j. Brand Identity	32
k. Copywriting	32
l. Tata Letak (<i>layout</i>)	33
m. Ilustrasi Fotografis	33
3. Pemakaman Elite San Diego Hills Memorial Park	35
a. Brand San Diego Hills Memorial Park	39
b. Website San Diego Hills Memorial Park	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian	54
B. Obyek Penelitian	44
C. Sumber Data	55
1. Data Primer	55
2. Data Sekunder	55
D. Teknik Pengumpulan Data	55
1. Observasi	55
2. Penelitian Kepustakaan	56
3. Dokumentasi	56
4. Wawancara	56
E. Metode Analisis Data	57
1. Dimensi Teks	58
2. Dimensi Kognisi Sosial	58

3. Dimensi Konteks Sosial	59
F. Langkah-langkah Analisis Data	60
G. Sistematika Penelitian	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	62
A. Analisis Elemen Website	62
1. Logo dan Pengaplikasiannya	62
a. Logo San Diego Hills Memorial Park	62
b. Logo PT. Lippo Karawaci Tbk	71
2. Navigasi	74
3. Search Bar	77
4. Image Slider	80
a. Konten 1 "We Can't turn Back Time"	80
b. Konten 2 "New Product, Serenity Mansion"	85
c. Konten 3 "Promosi San Diego Suites 1"	92
d. Konten 4 "Promosi Edisi Valentine"	97
e. Konten 5 "Promosi San Diego Suites 2"	80
f. Konten 6 "New Product Al Jalil Mansion"	103
g. Konten 7 "New Product, Peony Mansion"	107
h. Konten 8 "New Product, Bongpay Mansion"	110
i. Konten 9 "Promosi Biaya Pemakaman"	114
5. Ikon Media Sosial	117
6. Informasi Jaringan Komunikasi	120
7. Emergency Call	122
8. Plan Ahead	124
9. Burial Service	127
10. More Service	130
11. Testimoni	132
12. Konsep San Diego Hills Memorial Park	136
13. Side Bar	140
14. Footer	145
B. Pembahasan Hasil Analisis Elemen Website	146

BAB V PENUTUP.....	162
A. Kesimpulan	162
B. Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN.....	167



DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Gambar 2.1 Model analisis wacana kritis Teun A. vanDijk	2
2. Gambar 2.2 Gambaran struktur teks	18
3. Gambar 2.3 Gambar uraian struktur elementeks.....	19
4. Gambar 2.4 Contoh produk dari San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	38
5. Gambar 2.5 Contoh produk dari San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	38
6. Gambar 2.6 Contoh produk dari San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	38
7. Gambar 2.7 Rancangan <i>site architecture</i> dari <i>website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	43
8. Gambar 2.8 Tampilan <i>header website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	44
9. Gambar 2.9 Tampilan <i>navigation website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	44
10. Gambar 2.10 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	44
11. Gambar 2.11 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	45
12. Gambar 2.12 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	45
13. Gambar 2.13 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	45
14. Gambar 2.14 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	45
15. Gambar 2.15 Tampilan <i>hero website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	46
16. Gambar 2.16 Tampilan ikon media sosial <i>website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	46
17. Gambar 2.17 Tampilan informasi konsep <i>website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	46
18. Gambar 2.18 Tampilan informasi layanan <i>burial website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	47
19. Gambar 2.19 Tampilan testimoni <i>website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	47
20. Gambar 2.20 Konten gambar pada tampilan <i>hero</i>	48
21. Gambar 2.21 Konten gambar pada tampilan <i>hero</i>	48
22. Gambar 2.22 Konten gambar pada tampilan <i>hero</i>	49
23. Gambar 2.23 Konten gambar pada tampilan <i>hero</i>	49
24. Gambar 2.24 Konten gambar pada tampilan <i>hero</i>	49

25. Gambar 2.25 Kontengambar pada tampilan <i>hero</i>	50
26. Gambar 2.27 Kontengambar <i>plan ahead</i>	50
27. Gambar 2.28 Kontengambar konsep San Diego Hills <i>Memorial park</i>	51
28. Gambar 2.29 Tampilan <i>sidebar</i>	51
29. Gambar 2.30 Tampilan <i>footer</i>	52
30. Gambar 2.31 <i>Home page website</i> San Diego Hills <i>Memorial Park</i>	52
31. Gambar 4.1 Logo San Diego Hills <i>Memorial Parks</i> saat ini	62
32. Gambar 4.2 Analisis logo San Diego Hills	63
33. Gambar 4.3 Tampilan Pengaplikasian logo pada <i>header</i>	64
34. Gambar 4.4 Tampilan Pengaplikasian logo pada <i>footer</i>	65
35. Gambar 4.5 Logo Forest Lawn <i>Memorial Parks and Mortuaries</i>	65
36. Gambar 4.6 Logo San Diego Hills yang diinformasikan oleh pihak <i>Inkara Brand Consulting</i>	66
37. Gambar 4.7 Logo PT. Lippo Karawaci Tbk	71
38. Gambar 4.8 Analisis logo PT. Lippo Karawaci Tbk	72
39. Gambar 4.9 Tampilan navigasi menu	74
40. Gambar 4.10 Tampilan <i>search bar</i>	77
41. Gambar 4.11 Tampilan <i>image slider 1</i>	80
42. Gambar 4.12 Analisis <i>image slider 1</i>	82
43. Gambar 4.13 Tampilan <i>image slider 2</i>	85
44. Gambar 4.14 Analisis <i>image slider 2</i>	82
45. Gambar 4.15 Contoh patung Daud	89
46. Gambar 4.16 Tampilan <i>image slider 3</i>	92
48. Gambar 4.17 Analisis <i>image slider 3</i>	94
49. Gambar 4.18 Visi dan misi San Diego Suites	94
50. Gambar 4.19 Tampilan <i>image slider 4</i>	97
51. Gambar 4.20 Tampilan <i>image slider 5</i>	100
52. Gambar 4.21 Tampilan <i>image slider 6</i>	103
53. Gambar 4.22 Tampilan <i>image slider 7</i>	107
54. Gambar 4.23 Tampilan <i>image slider 8</i>	110
55. Gambar 4.24 Tampilan <i>image slider 9</i>	114
56. Gambar 4.25 Tampilan ikon media sosial	117

57. Gambar 4.26	Pengaplikasian ikon media sosial.....	118
58. Gambar 4.27	Tampilaninformasijaringankomunikasi.....	120
59. Gambar 4.28	Tampilanpengaplikasianinformasijaringankomunikasi.....	120
60. Gambar 4.29	Tampilan <i>emergency call</i>	122
61. Gambar 4.30	Tampilankonten <i>plan ahead</i>	124
62. Gambar 4.31	Tampilan <i>burial service</i>	127
63. Gambar 4.32	Tampilan <i>more service</i>	130
64. Gambar 4.33	Tampilantestimonial.....	132
65. Gambar 4.34	Analisistampilan testimonial.....	133
66. Gambar 4.35	Tampilankontenkonsep San Diego Hills.....	136
67. Gambar 4.36	Tampilankonten <i>side bar</i>	140
68. Gambar 4.37	Tampilankonten <i>footer</i>	145
69. Gambar 4.38	Bagan pengguna internet di Indonesia.....	156
70. Gambar 4.39	Opinipublikdalamkomentar Facebook.....	157
71. Gambar 4.40	Opinipublikdalamkomentar Facebook	157
72. Gambar 4.41	Opinipublikdalamkomentar Facebook	158
73. Gambar 6.1	Proses wawancara dengan Danton Sihombing.....	177
74. Gambar 6.2	Fotobersama Danton Sihombing.....	177
74. Gambar 6.3	Karya poster hasilpenelitian.....	178
74. Gambar 6.4	Poster pameran.....	178
74. Gambar 6.10	Karyabukuhasilpenelitian	179
74. Gambar 6.5	Fotosaatpresentasihasilpenelitian.....	179
74. Gambar 6.6	Fotobersamapenguji.....	180
74. Gambar 6.7	Fotodi depankaryasetelahsidang.....	180
74. Gambar 6.8	Display karya.....	181
74. Gambar 6.9	Detail display karya.....	181
74. Gambar 6.11	Fotopengunjungpameran.....	182
74. Gambar 6.12	Fotopengunjungpameran.....	182

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Tabel Skema Penelitian.....	61
--------------------------------	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era dimana kita berada di bawah pengaruh politis ekonomi media dan kapitalisme, semakin banyak konten-konten media yang menyita perhatian kita, termasuk konten kedukaan seperti jasa pemakaman. Pemakaman dalam KBBI diartikan sebagai tempat mengubur jenazah seseorang yang sudah meninggal. Makam merupakan sebuah ruang yang disediakan khusus untuk memberikan penghormatan terakhir bagi mereka yang sudah mendahului kita.

Jika dalam peraturan Islam, seseorang meninggal (kecuali mati syahid), mayatnya harus dimandikan agar bersih, kemudian dibungkus dengan kain kafan yaitu kain putih yang tidak dijahit. Setelah diberi shalat Al-jinazah, mayat itu dikuburkan di tempat yang sudah ditentukan. Setelah selesai dilakukan upacara sampai hari ke-1000 biasanya makam diperkuat dengan tambahan *kijing* atau *jirat* (bangunan dari batu) dan nisan (Soekmono, 1993: 82).

Pemakaman merupakan sebuah tempat yang dinilai memiliki dampak emosional yang tinggi. Kedukaan dan kesedihan mendalam merupakan dampak emosional yang sangat terasa terutama bagi orang-orang terdekat. Sebagai penghormatan terakhir, biasanya dilakukan proses-proses sakral sesuai adat istiadat yang berlaku. Kemudian pemakaman ditata dan dikelola sedemikian baik sebagai wujud rasa sayang dari orang yang ditinggalkan.

Sebelum melakukan prosesi pemakaman, pemilihan lokasi makam pun menjadi suatu hal yang penting. Jarak dan tingkat kenyamanan menjadi faktor yang sering dipertimbangkan untuk menentukan lokasi pemakaman. Bahkan di beberapa kota besar, fasilitas pemakaman sudah menjadi hal yang paling dicari. Baik jika ingin memberikan fasilitas terbaik untuk mereka yang sudah berpulang, namun ternyata fasilitas yang dicari tidak hanya untuk menunjang

jenazah, namun juga fasilitas yang menunjang para peziarah atau malah jauh diluar kebutuhan tersebut.

Seiring dengan telah berubahnya menjadi komoditi, pemakaman pun turut meramaikan industri media komunikasi. Seperti apa yang pernah dituliskan oleh Idi Subandy Ibrahim dan Bacharuddin Ali Akhmad (2014) mengenai komodifikasi kematian yang baru marak kurang dari satu dekade terakhir. Bagaimana di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung mulai banyak reklame atau spanduk yang mengiklankan tempat yang dianggap paling eksotis, asri, dan hijau untuk pemakaman elite bergengsi yang ditujukan untuk kelas menengah ke atas.

Salah satu pemakaman elite yang juga merupakan pemakaman elite terbesar di Indonesia adalah San Diego Hills *memorial park*. San Diego Hills *memorial park* merupakan pemakaman elite yang infrastrukturnya sudah dibangun sejak tahun 2006 dan mulai dipasarkan setahun kemudian. Dengan mengadaptasi konsep dasar dari pemakaman terkemuka di dunia Forest Lawn *Memorial Parks and Mortuaries* di California Amerika Serikat, San Diego Hills mengembangkannya dengan menjadikan dirinya kawasan pemakaman pertama di dunia yang menawarkan kelengkapan fasilitas dengan luas area 500 Ha.

Dalam kemunculannya, San Diego Hills cukup menyita perhatian dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan seperti *jogging track*, *wedding area*, *helipad*, restoran Italia, kolam renang, *camping ground*, danau, *bicycle track*, gedung pertemuan, dan *forest chapel* yang gencar dipromosikan melalui media komunikasinya. Salah satu media komunikasi utama yang digunakan adalah *website*. Segala informasi baik verbal maupun visual terangkum dalam *websitenya*. Mulai dari penjelasan tentang San Diego Hills, tipe pemakaman, fasilitas, sampai dengan *emergency call*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan percepatan informasi, berarti juga semakin cepat untuk orang mendapatkan, mencerna, dan membagikan informasi. Dengan berkembang pesatnya media massa seperti *website*, orang semakin sering mengakses informasi yang sangat beragam

bentuknya dari berbagai belahan dunia sampai sulit untuk membedakannya. Mana yang berita dan mana yang iklan melebur menjadi satu padahal memiliki tujuan dan sifat yang berbeda. Hal-hal yang tabu untuk diiklankan, dapat dikonstruksi menjadi sebuah rangkaian teks berita yang terkesan netral dan edukatif. Karena memiliki sifat yang massal maka informasi tersebut akan diakses secara massal pula. Media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang persebaran serta aksesibilitasnya massal (Bungin, 2014: 72).

Dengan karakter media *website* yang dapat menampung banyak informasi, kegiatan promosi yang menjadi tujuan utama San Diego Hills pada akhirnya lebur dengan wacana lain sesuai dengan apa yang ingin diberitakan untuk membangun citra. Dalam *websitenya*, pemakaman yang kental dengan mitos-mitos mistis dan syarat akan kesedihan dan kedukaan sudah tidak nampak sama sekali. Hal-hal yang selama ini dianggap menjadi sesuatu yang tabu, dikemas dan diwacanakan kembali dengan impresi yang berbeda.

Dalam *website* San Diego Hills, komunikasi yang digunakan lebih mengarah pada *soft sale*. Iklan dalam *website* San Diego Hills terlihat sangat implisit. Kemunculannya dibalut dengan teks berita yang banyak mewacanakan persoalan di luar produk. Teks berita justru lebih eksplisit daripada teks iklan. Teks berita yang dimaksudkan adalah bagaimana San Diego Hills tidak semata-mata membicarakan produk yang umumnya digunakan pada sebuah iklan.

Seperti yang terdapat pada salah satu teks yang seharusnya menjelaskan tentang sebuah tipe pemakaman, namun malah konten mengenai zakat yang menjadi bahasan dari awal sampai akhir. Informasi mengenai tipe pemakaman tersebut sama sekali tidak terlihat. Namun terindikasi informasi dengan format edukasi dalam teks tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa teks-teks promosi yang dalam *website* tersebut telah dicampuri dengan bentuk-bentuk teks lain untuk menarik perhatian audiensnya.

Salah satu bentuk teks yang digunakan adalah teks berita. Teks berita merupakan sebuah teks yang seharusnya netral, menyampaikan informasi

berupa fakta tanpa ada usaha untuk mengurangi dan menyisipi dengan ideologi tertentu. Namun, sedikit kemungkinannya untuk sebuah bisnis melakukan hal tersebut. Karena tujuan mengiklan sebetulnya adalah pokok utama yang ingin dilakukan sebagaimana mestinya sebuah perusahaan. Keuntungan tentunya menjadi tujuan yang utama—dan melalui jalur media komunikasi beserta strategi yang dilakukan, hal tersebut dapat terwujud.

Media komunikasi *website* yang digunakan oleh San Diego Hills merupakan produk bahasa yang berperan memproduksi dan mereproduksi bahasa sebagai tanda yang diwacanakan kepada khalayak. Melalui paradigma kritis, bahasa di sini tidak dipahami sebagai medium yang netral yang terletak di luar diri si pembicara. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya (Eriyanto, 2001: 6).

Setiap bahasa baik visual maupun verbal, bukan diproduksi tanpa adanya kesadaran. Desainer, agensi atau pihak San Diego Hills yang mengerjakan media ini tentu dalam kesadaran penuh ketika memproduksi dan mem-*publish*nya. Maka dari itu fenomena yang terjadi dalam konteks sosial (makro) yang disebabkan oleh penggunaan bahasa (mikro) tentu dibarengi dengan ideologi tertentu dalam proses produksinya.

Paradigma kritis yang menjadi dasar penelitian ini adalah analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk yang istilahnya sudah diganti sendiri olehnya dengan istilah *Critical Discourse Studies* karena studi ini tidak hanya melibatkan analisis kritis, tetapi juga teori kritis dan penerapan-penerapannya secara kritis (Haryatmoko, 2017: 77). Van Dijk menyampaikan bahwa dalam modelnya memiliki tiga dimensi yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sebagai acuan untuk membongkar sebuah praktik wacana. Proses produksi wacana yang sangat khas van Dijk, melibatkan suatu proses yang disebut kognisi sosial.

Model analisis van Dijk masih memiliki beberapa lapisan lagi yang mana saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Seperti dalam dimensi teks yang masih terbagi lagi menjadi tiga struktur saling berkaitan untuk

memperdalam dan mempertajam penelitian. Salah satu aspek yang terdapat dalam struktur tersebut yang juga dapat digarisbawahi dalam studi wacana kritis model van Dijk adalah adanya skematik dalam dimensi teks. Skematik ini merupakan alur pembacaan dari awal sampai akhir. Dalam penelitian ini, *website* merupakan media komunikasi yang memiliki sistem hierarkisasi yang terintegrasi dari satu *page* ke *page*, dari satu navigasi ke navigasi lain, dan seterusnya. Sistem yang disebut dengan *web flow* ini juga mengakomodasi alur pembacaan dari keseluruhan teks yang diwacanakan oleh San Diego Hills.

Salah satu sifat analisis wacana kritis adalah pandangannya terhadap posisi peneliti sebagai subjek yang tidak bebas nilai. Penelitian kritis biasanya berangkat dari nilai tertentu yang diyakini peneliti (Newman, 78-79, dalam Eriyanto, 2001: 59). Dalam penelitian ini peneliti juga berangkat dari sebuah nilai mengenai praktik komodifikasi serta melihatnya melalui perspektif ketimpangan kelas sosial yang disebabkan oleh praktik komodifikasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini mengusung topik yang berjudul "Komodifikasi Kematian dalam Media Komunikasi Massa (Analisis Wacana Kritis *Website* Pemakaman Elite San Diego Hills Karawang, Jawa Barat)". Karena yang hendak dibuktikan adalah adanya praktik komodifikasi, maka Analisis Wacana Kritis pantas dipakai karena fungsinya adalah untuk membongkar bahasa melalui praktik kekuasaan ekonomi, politik, dan sosial yang ada di masyarakat.

Ketika objek Analisis Wacana Kritis adalah semua sumber data dan wacana itu sendiri yang menurut N. Fairclough (2010: 233), M. Bloor dan Thomas (2007: 1-2) adalah praksis sosial dalam bentuk interaksi simbolis yang bisa terungkap dalam pembicaraan, tulisan, gambar, diagram, film, atau musik (Haryatmoko 2017: 4), maka media komunikasi (*website*) juga termasuk di dalamnya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana menganalisis wacana yang terkandung dalam media komunikasi *website* pemakaman elite San Diego Hills *Memorial Park* Karawang, Jawa Barat?
2. Bagaimana praktik komodifikasi kematian dalam media komunikasi *website* pemakaman elite San Diego Hills *Memorial Park* dibentuk melalui wacana teks, kognisi sosial, dan konteks sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Melakukan analisis terhadap elemen-elemen desain dalam media komunikasi *website* San Diego Hills *memorial park* sebagai sebuah wacana komunikasi menggunakan studi wacana kritis Teun A. van Dijk.
2. Membuktikan terjadinya praktik komodifikasi kematian melalui wacana yang terbagun dari teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam media komunikasi *website* pemakaman elite San Diego Hills *Memorial Park*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memahami dengan baik struktur bahasa yang diwacanakan melalui peran media komunikasi yang ditinjau dari dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosialnya.

2. Bagi Lembaga

Menjadi material informasi bagi kalangan akademik memahami teks dan konteks di balik komodifikasi yang terjadi dan kaitannya dengan wacana ekonomi politik.

3. Bagi Masyarakat

Turut mengontrol dan menjadi bahan informasi untuk mengkaji bagaimana praktek komodifikasi dan wacana ekonomi politik dapat ditanggapi lebih bijak dan turut menjadi khalayak yang lebih kritis.

E. Pembatasan Masalah

Objek penelitian dibatasi hanya pada media komunikasi *website*. Pembatasan dilakukan untuk tujuan menghindari bias dari media komunikasi lain yang tidak diketahui sumbernya. *Website* tersebut juga menampilkan informasi secara lengkap baik informasi verbal maupun visualnya. Selain itu, dalam penelitian terhadap objek *website* pemakaman elite San Diego Hills ini juga dibatasi pada kondisi terakhir *website* tersebut yaitu tanggal 25 Mei 2017 dikarenakan media *website* sangat memungkinkan untuk terjadi *update* konten maupun tampilannya ataupun bermasalah dengan *server*. Setelah itu, pembatasan selanjutnya yaitu penelitian ini dicukupkan pada halaman beranda (*home*). Pembatasan ini dilakukan karena pada halaman beranda sudah terdapat informasi yang cukup untuk merepresentasikan wacana yang dibangun oleh pemakaman elite San Diego Hills *Memorial Park*.

F. Asumsi

Menjawab rumusan masalah di atas, dapat diasumsikan bahwa melalui peran media komunikasinya (*website*) wacana dibangun melalui teks berita yang secara implisit bertujuan untuk mengiklankan atau mempromosikan (*soft selling*). Bahasa iklan melebur dalam struktur teks berita yang mewacanakan hal-hal di luar pembahasan mengenai pemakaman, sehingga segala hal yang dianggap tabu terkesan ditutupi untuk menggiring pemikiran masyarakat ke arah citra makam yang baru.

Selain itu, asumsi selanjutnya mengenai terjadinya proses komodifikasi yang berlapis sehingga membentuk sebuah komodifikasi kematian dalam media komunikasi (*website*) San Diego Hills *memorial park*. Komodifikasi-komodifikasi tersebut terjadi pada aspek-aspek komunikasi visual dalam *website* San Diego Hills *memorial park*. Melalui *website* tersebut, San Diego Hills *memorial park* berupaya menjamah masyarakat dan membentuk pasarnya. Karena bagaimana pun kematian adalah suatu hal yang pasti, dan dalam balutan ekonomi politik, kematian akhirnya menjadi objek yang perlu di modifikasi untuk mendatangkan keuntungan.

G. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada objek yang bersifat alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011: 7-9).

H. Definisi Operasional

1. Media Komunikasi (*website*) Pemakaman elite San Diego Hills merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan kepada para komunikator yang merupakan para *customer* dari San Diego Hills. *Website* milik San Diego Hills merupakan jenis *website* 2.0 yang merupakan *websitestatis* dimana *user* atau *customer* dapat berinteraksi dengan *website* seperti melakukan *comment* ataupun berinteraksi dengan media sosial milik San Diego Hills.
2. Studi Wacana Kritis Teun A. van Dijk merupakan salah satu model analisis wacana kritis yang digunakan untuk membedah teks berita. Analisis konsep van Dijk ini memiliki tiga dimensi yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks. Inti dari analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada dimensi kognisi sosial, dipelajari dan diinterpretasikan proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari

bangunan wacana yang sedang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah (Eriyanto, 2001: 224).

3. Komodifikasi merupakan salah satu cabang dari studi ekonomi politik. Komodifikasi berasal dari dua kata yaitu komoditas dan modifikasi. Marx (1976a: 125) mengatakan bahwa komoditas terbentuk karena adanya berbagai kebutuhan antara tubuh fisik dan kultural (Mosco, 2009: 129). Sedangkan modifikasi adalah sebuah usaha untuk merubah atau mentransformasi. Jadi komodifikasi adalah usaha mentransformasi komoditas yang semula dinilai karena nilai gunanya (*use values*) menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar (*exchange values*) (Mosco, 2009: 129).

I. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN: Bab ini berisi pendahuluan dari penelitian. Diawali dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi, metodologi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: Bab ini akan memaparkan penelitian terdahulu mengenai komodifikasi dan analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk. Selanjutnya akan diuraikan konsep analisis wacanan dan Analisis Wacana Kritis, serta teori-teori lain yang mendukung penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: Menjelaskan mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian dimulai dari jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, metode penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, menjelaskan variabel-variabel penelitian, langkah analisis data, dan sistematika penelitian.

BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA: Laporan disajikan secara deskriptif dengan melampirkan objek penelitian dan disertai hasil analisis. Analisis dilakukan dengan memisahkan elemen-elemen *website* dan membedah makna dari tiap elemen tersebut.

BAB V PENUTUP: Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang bersifat memberikan hasil atau capaian penelitian yang dilakukan. Selain itu bab ini

juga berisi saran yang bertujuan untuk sebagai evaluasi penelitian dan untuk bahan pertimbangan penelitian lanjutannya.

