JURNAL DEWAN PERS
VOL. 21 JUNI 2020

PERS DAN DINAMIKA POLITIK INDONESIA

PERS DAN DINAMIKA POLITIK INDONESIA

JURNAL DEWAN PERS

Edisi **21**

PENGARAH
Mohammad NUH
Hendry Ch Bangun

PEMIMPIN REDAKSI/ PENANGGUNGJAWAB
Ahmad Djauhar

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI
Jamalul Insan,
Asep Setiawan,
Arif Zulkifli

PENYUNTING
Winarto

SEKRETARIAT
Syaefudin
Deritawati
Sri Lestari
Watini

DESAIN & TATA LETAK
Sudarwanto BR
(IG: Iwhan Gimbal)

© 2019 DEWAN PERS
ISSN 2085-6199

SEKRETARIAT DEWAN PERS
Gedung Dewan Pers, Lt. 7–8
Jl. Kebon Sirih No. 32-34
Jakarta Pusat
Telp. (021) 3504874, 3504875, 350487477
Faks. (021) 3452030

Website
www.dewanpers.or.id
www.presscouncil.or.id

E-mail
sekretariat@dewanpers.or.id

Twitter
@dewanpers

DAFTAR ISI

(hal. 04)
KATA PENGANTAR
PERS DAN DINAMIKA POLITIK DI INDONESIA
Oleh: **MOHAMMAD NUH**

(hal. 06)
EDITORIAL
KELINDAN PERS DAN POLITIK
Oleh: **AHMAD DJAUHAR**

UTAMA

(hal. 08)
INDEPENDENSI RUANG REDAKSI (CATATAN TAYANGAN BERITA PILPRES DI TV)
Oleh: **JAMALUL INSAN**

(hal. 17)
INDEPENDENSI REDAKSI: MEMBANDINGKAN KASUS DI INGGRIS, AS, DAN INDONESIA
Oleh: **ASEP SETIAWAN**

(hal. 26)
PERS PARTISAN, BOLEHKAH?
Oleh: **ATMAKUSUMAH**

(hal. 33)
PERS DAN PEMILU SERENTAK DI BALI: HILANGNYA AGENDA LOKAL DAN DAYA KRITIS PERS
Oleh: **Dr. NI MADE RAS AMANDA GELGEL**

(hal. 45)
DEMOKRASI, MEDIA, DAN TEKNOLOGI
Oleh: **IMAM WAHYUDI**

(hal. 60)
RESENSI BUKU
JURNALISME INVESTIGATIF DI ERA DIGITAL
Oleh: **WINARTO**

(hal. 68)
RISET
KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAPPERS PERLU DIKAJI
Oleh: **WINARTO**

PERS DAN DINAMIKA POLITIK DI INDONESIA

Oleh: **MOHAMMAD NUH** Ketua Dewan Pers

Pers memiliki peran penting dalam proses demokratisasi kehidupan masyarakat dan negara. Pers bisa menjadi jembatan yang menjumbuhkan berbagai kepentingan, khususnya kepentingan pemegang kekuasaan negara (pemeintah) dengan kepentingan masyarakat (publik). Bagi pemerintah pers merupakan media penyebaran informasi tentang program-program dan kebijakan-kebijakan pemerintah yang perlu diketahui dan dipahami publik. Di sisi lain bagi masyarakat pers merupakan sarana penyampaian pesan dan aspirasi publik yang patut didengar dan ditanggapi pemegang kekuasaan negara. Idealnya, pers bisa menempatkan kepentingan publik sebagai titik pijak dalam menjalankan peranannya sebagai jembatan penghubung pemerintah dengan masyarakat. Atas dasar itu pers melaksanakan kontrol atas kekuasaan di satu sisi dan menjadi media pencerahan bagi publik.

Dalam sejarah pers di Indonesia hubungan antara pers, negara dan masyarakat mengalami gelombang pasang dan surut. Pada masa Orde Baru kekuasaan negara sangat kuat, penguasa sangat ketat mengontrol kehidupan politik termasuk kehidupan pers. Dengan berbagai sarana penguasa mengendalikan media pers antara lain melalui lembaga perizinan yang mengharuskan perusahaan pers mendapat Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Institusi pers yang dinilai tidak sesuai dengan kepentingan pemerintah dicabut SIUPP-nya atau dibredel. Sehingga isi media pers pada waktu itu lebih didominasi oleh kepentingan penguasa, sedangkan kepentingan publik tertekan dan terabaikan.

Setelah pemerintahan Orde Baru ambruk pers memperoleh kebebasan besar. Melalui UU Nomor 40/Tahun 1999 tentang Pers, kebebasan pers dijamin dan ditegaskan sebagai hak asasi warga negara. Untuk mendirikan perusahaan pers tidak diperlukan izin khusus SIUPP seperti pada masa Orba. Negara tidak lagi melakukan kontrol atas pers dan tidak ada lagi pembredelan pers. Sejak itu ada ribuan perusahaan pers didirikan, baik yang berskala nasional maupun lokal di berbagai daerah. Publik tentu berharap, dengan kebebasannya yang cukup besar pers bisa lebih menyuarakan kepentingan publik dan menjadi pilar ke empat demokrasi.

Namun, apa yang kemudian terjadi ternyata belum seperti yang diharapkan. Dari banyak media pers yang baru didirikan, hanya sebagian saja yang mampu bertahan hidup. Kompetisi yang cukup ketat, terlebih dengan berkembangnya teknologi

informasi digital (internet) yang mendorong menjamurnya media *online*, membuat banyak perusahaan media pers yang baru lahir tidak berumur panjang. Hingga sekarang media pers yang mampu bertahan dan berkembang adalah media pers yang ada dalam kelompok-kelompok perusahaan besar. Merlyna Lim (2011) menyatakan di Indonesia ada 13 kelompok korporasi yang mendominasi bisnis media mencakup media cetak, televisi dan radio, serta situs *online*. Konten sebagian besar media karenanya tidak lepas dari kepentingan kelompok-kelompok korporasi besar tersebut. Harapan bahwa dengan kebebasannya media akan memberi perhatian lebih kepada kepentingan publik belum sepenuhnya terealisasi. Karena kepentingan bisnis media sendiri kerapkali lebih menonjol dan mengalahkan kepentingan publik.

Persoalannya menjadi lebih rumit ketika sebagian pemilik media masuk arena politik praktis dengan penjadi pendukung atau berafiliasi dengan partai politik, bahkan menjadi ketua partai dan kandidat presiden atau kepala daerah. Media menjadi sangat partisan, *bias* membela kepentingan politik pemilik perusahaan. Kepentingan publik, sekali lagi, menjadi kian terpinggirkan.

Persoalannya menjadi lebih rumit ketika sebagian pemilik media masuk arena politik praktis dengan penjadi pendukung atau berafiliasi dengan partai politik,

Kemunculan dan perkembangan teknologi digital sebenarnya menjanjikan harapan akan berkembangnya media digital yang bisa menjadi alternatif dari media *mainstream* dan menjadi saluran kepentingan publik. Namun, alih-alih menjadi media alternatif sebagai kaunter terhadap isi media arus utama yang lebih mementingkan bisnis dan politik sendiri, banyak media *online* yang hanya menjadi bagian dari kepentingan elite politik baik di pusat maupun di daerah. Sebagian bahkan menjadi penyebar hoaks. Kondisi seperti di atas memunculkan beberapa pertanyaan yaitu masih adakah media yang independen? Bagaimana menjaga independensi ruang redaksi? Apakah media pers partisan diperkenankan?

Pertanyaan-pertanyaan seperti itulah yang coba dijawab melalui sejumlah artikel dalam *Jurnal Dewan Pers* edisi kali ini. Artikel pertama, *Independensi Ruang Redaksi*: *Catatan Tayangan Berita Pilpres di TV*, ditulis oleh Jamalul Insan. Yang berikutnya, tulisan Asep Setiawan berjudul *Independensi Redaksi: Beberapa Kasus di Inggris, AS, dan Indonesia,* melengkapi bahasan tentang independensi ruang redaksi dengan membandingkan kasus di luar negeri dan di Indonesia. Sedangkan Atmakusumah menghadirkan tulisannya, *Pers Partisan, Bolehkah?,* merunut sejarah pers di Indonesia sejak masa awal kemerdekaan RI. Sementara, Ni Made Ras Amanda Gelgel, memaparkan kondisi pers terkait dinamika politik lokal di daerah Bali, melalui artikelnya, *Pers dan Pemilu Serentak di Bali: Hilangnya Agenda Lokal dan Daya Kritis Pers.* Imam Wahyudi menulis *Demokrasi, Media dan Teknologi* yang menyorot perkembangan teknologi, pengaruhnya terhadap peran dan fungsi media dalam pengembangan demokrasi.

Selain itu, *Jurnal Dewan Pers* edisi 21/Tahun 2020 ini juga menyuguhkan ulasan sebuah buku cukup menarik yang membahas urgensi jurnalisme investigatif di era digital. Ulasan buku berjudul "*Menjadi Wartawan Investigasi*" (Penerbit: Tempo Institute, 2019) itu disajikan oleh Winarto. Sebagai tulisan penutup, dihadirkan sebuah laporan hasil penelitian yang diselenggarakan Dewan Pers bersama Universitas Moestopo (Beragama) berjudul *Kepercayaan Publik terhadap Media Arus Utama*. Selamat membaca dan menikmati.

) Mohammad Nuh, Ketua Dewan Pers

KELINDAN PERS DAN POLITIK SEBAGAI AMALGAMASI

Oleh:
AHMAD DJAUHAR
Ketua Komisi Penelitian, Pendataan & Ratifikasi Pers

Kalimat sakral ini terukir dengan tinta emas dalam sejarah jurnalisme di Amerika Serikat. Kalimat yang diucapkan oleh Thomas Jefferson, presiden ketiga Amerika Serikat, pada 1787 tersebut sekaligus menjadi suluh bagi tradisi jurnalistik dunia, hingga kini.

Kalimat sakral tersebut melayangkan pesan betapa pentingnya jurnalisme, dan hal itu terbukti berabad-abad kemudian ketika jurnalisme menjadi bagian penting dari sistem demokrasi bagi negara yang mempraktikkan kebebasan penuh, bukan negara kedikatatoran ataupun otoritarian.

Jurnalisme menjadi bagian dari penegakan sistem *check-and-balances*, sehingga jurnalisme dan pers bebas dinisbahkan sebagai pilar keempat demokrasi — melengkapi konsep *Trias Politica* John Locke dan Montesquieu yakni eksekutif, legislatif, dan yudikatif — sebagai *sakaguru* sistem demokrasi modern. Bahkan, peran jurnalisme dianggap begitu penting dan signifikan dalam ikut menegakkan sistem kenegaraan yang kuat, mengingat perannya dalam menjalankan fungsi *social control* tersebut.

Di negara Skandinavia — terutama Swedia dan Finlandia, praktik jurnalisme merdeka yang ditandai dengan undang-undang kebebasan informasi, telah dilembagakan sejak 1766 — satu dekade sebelum kemerdekaan Amerika Serikat diproklamirkan. Produk hukum tersebut kini berusia lebih dari seperempat milenium, tepatnya 254 tahun. Dengan adanya jaminan kebebasan informasi tersebut, negara-negara Skandinavia terbukti mampu menjadi entitas demokrasi sejati, dan kini senantiasa menduduki peringkat tertinggi dalam hal pemaknaan kehidupan yang benar-benar demokratis.

Sejak saat itu pula, lebih dari 90 negara — termasuk Indonesia — juga membuat/memiliki undang-undang yang memberi hak kepada setiap warga negara untuk memperoleh informasi sebagai bagian dari upaya memajukan diri sendiri maupun masyarakat. Karena, pada hakikatnya, setiap individu di negara merdeka harus bebas memperoleh informasi yang mereka inginkan untuk modal pengembangan diri, yang pada gilirannya dapat memajukan masyarakat secara keseluruhan.

Sudahkah pers nasional mampu menjamin dan menjaga tugas mahaberat tersebut? Tidak mudah untuk menjawabnya tentu. Namun, sebagai idealisme, seharusnyalah pers sebagai golongan masyarakat pengusung konsep utama jurnalisme mampu dan mau memikul beban tersebut. Karena, media sosial yang kini kian menggejala dan memasuki hampir seluruh sendi kehidupan masyarakat, ternyata tidak mampu memikul beban ini.

Apa pasal? Media sosial bukanlah pengusung jurnalisme, melainkan sekadar penyalur informasi. Tidak ada disiplin verifikasi terhadap informasi yang digelontorkan kepada masyarakat. Media sosial hanya sekadar penyampai informasi *as is*, padahal agar informasi itu memiliki kejernihan dan bernilai kesahihan, terhadap informasi itu harus diwarnakan jurnalisme — yang menjadikannya informasi sahih dan teruji kebenarannya. Sehingga bermanfaat bagi masyarakat.

Ke depan, juralisme harus senantiasa mampu memerankan hal tersebut. Pers harus beramalgamasi dengan politik menjadi sebuah sumber kekuatan sekaligus inspirasi kebijakan untuk menjamin terjadinya kehidupan berbangsa dan bernegara yang lebih demokratis dan mampu menjamin hak-hak rakyat, sekaligus menjadi unsur 'pemaksa' masyarakat untuk melaksanakan kewajiban berbangsa dan bernegara.

Tidak lama lagi rakyat Indonesia akan ditenggelamkan dalam hiruk-pikuk pilkada guna menjaring pemimpin tingat daerah yang harus cakap dan mampu membawa masyarakat menuju kondisi perikehidupan yang lebih baik atau bahkan terbaik. Karena itulah, masyarakat harus pintar-pintar memilih calon pemimpin yang bernar-benar mampu memimpin, bukan sekadar obral janji yang sulit dipenuhinya.

> *Basis pemerintah kita terletak pada opini masyarakat, kewajiban yang paling utama adalah tetap mempertahankan hak rakyat ini. Andaikata saya disuruh memilih pemerintah tanpa jurnalisme atau jurnalisme tanpa pemerintah, saya akan memilih yang terakhir"*

Pers dengan prinsip jurnalisme yang diusungnya itu hendaknya mampu menjadi *guidance* bagi masyarakat untuk membantu memilihkan pemimpin yang cakap tersebut, sehingga mampu membawa perubahan positif bagi masyarakat untuk menggapai kehidupan yang lebih baik, bukan justru menjerumuskan demi kepentingan sesaat yang merupakan hasil *hanky-panky* kandidat pemimpin daerah dengan rombogan media bermental abal-abal itu, sehingga yang terpilih nantinya justru pemimpin berkualitas rombengan.

Pers punya tanggung jawab, bukan hanya moral, melaikan dunia-akhirat, karena ini menyangkut peningkatan kualitas kehidupan manusia. Karena itu, dalam meng-*guide* masyarakat memilih pemimpin yang tepat ini, pers seharusnya tidak main-main.

INDEPENDENSI RUANG REDAKSI

(CATATAN TAYANGAN BERITA PILPRES DI TV)

Oleh: **JAMALUL INSAN***)

Seorang kawan jurnalis senior pernah berseloroh, menurutnya independensi ruang redaksi (newsroom) saat ini tidak terlalu berbeda dari saat Orde Baru, karena sama-sama ada yang mengendalikan.

Perbedaannya hanya terletak pada siapa yang mengendalikan ruang redaksi. Bila pada masa sebelum reformasi pemerintah sangat kuat mengintervensi ruang redaksi, kini para pemilik medialah yang memiliki kekuasaan penuh mengarahkan arah kebijakan ruang redaksi.

Penilaian tersebut mungkin tidak sepenuhnya salah. Terbukti, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pernah memberikan teguran kepada sejumlah media televisi yang dituding melakukan kampanye politik terselubung. Beberapa media televisi swasta dituding telah melakukan pelanggaran penyiaran baik dalam tataran norma, etika maupun prinsip penyiaran. Seperti mengemas sebuah program acara dalam media untuk kepentingan politik praktis (pencitraan) si calon, memberitakan partai dan tokoh tertentu dengan intensitas dan durasi yang dinilai berlebihan.

Dewan Pers pun tidak pernah lelah mengingatkan, baik secara langsung ke media tertentu ataupun melalui surat edaran tentang pentingnya pers menjaga independensi. Ketua Dewan Pers (2010 – 2016) Prof. Bagir Manan menegaskan tiga kriteria yang harus dimiliki media massa atau pers, sehingga dapat dikatakan pers sehat. Pertama, pers harus merdeka atau bebas dari intervensi, karena inilah yang menjadi prinsip kebebasan pers. Kedua, pers harus profesional, dengan selalu menjaga integritas, meningkatkan pengetahuan dan kompetensi, serta menaati nilai-nilai kode etik jurnalistik. Ketiga, media massa atau pers harus berkomitmen terhadap sifat alamiah sebagai institusi sosial yang selalu mengedepankan kepentingan publik.

Pertama, pers harus merdeka atau bebas dari intervensi, karena inilah yang menjadi prinsip kebebasan pers.

INILAH KEBEBASAN PERS INDONESIA

Tidak dapat disangkal, sejak refomasi 1998 rakyat Indonesia menikmati kebebasan dalam banyak hal, termasuk kebebasan pers. Pada masa Orde Baru, penguasa sangat ketat mengontrol kehidupan politik termasuk kehidupan pers. Melalui lembaga perizinan, pendirian media atau pers diwajibkan memiliki Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Sementara bila ada institusi pers yang dinilai tidak sesuai dengan kepentingan pemerintah, SIUPP-nya dapat dicabut alias media tersebut dibredel. Akibatnya isi media pers pada waktu itu harus selalu sejalan dengan kepentingan penguasa, sedangkan kepentingan publik nyaris terabaikan.

Setelah 22 tahun pemerintahan Orde Baru runtuh, sejalan dengan lahir dan berlakunya Undang Undang Nomor 40/Tahun 1999 tentang Pers, pers Indonesia memperoleh kebebasan. Untuk mendirikan perusahaan pers tidak diperlukan lagi SIUPP, sehingga saat ini puluhan ribu perusahaan pers berdiri, baik yang berskala nasional maupun lokal di berbagai daerah. Harapan publik tentu saja dengan tumbuhnya ribuan media pers dengan segala kebebasannya dapat lebih memberikan ruang kepada masyarakat, dan sekaligus meneguhkan fungsi pers sebagai pilar ke empat demokrasi.

Namun perjalanan waktu menunjukkan, tidak semua harapan baik menjadi kenyataan. Kebebasan yang dijamin UU Pers yang memberikan kebebasan munculnya media-media pers baru tidak sepenuhnya menjalankan fungsinya seperti fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi kontrol sosial. Banyak media baru yang muncul justru hanya menjadi usaha ekonomi semata artinya media dibangun hanya untuk mengeruk pendapatan dan menjadi mata pencaharian. Sehingga bukan menjalankan fungsinya sebagai media pers tetapi justru menjadi beban sosial baru. Keadaan ini dikeluhkan oleh sejumlah lembaga pemerintah dan pemerintah daerah terkait banyaknya media yang beroperasi, tetapi tidak menjalankan fungsi media yang baik, melainkan hanya mengejar kue APBD.

Besarnya semangat sejumlah orang untuk membuat media tanpa diimbangi dengan modal dan idealisme yang kuat, menyebabkan ribuan media pers baik media cetak atau media *online* yang baru didirikan, hanya sebagian saja yang mampu bertahan hidup. Seleksi alam menyaring hanya media pers yang mampu bertahan dan berkembang adalah media pers yang ada dalam kelompok-kelompok perusahaan besar. Seperti yang diungkapkan Merlyna Lim (2011) di Indonesia ada 13 kelompok korporasi yang mendominasi bisnis media meliputi media cetak, televisi dan radio, serta situs *online*.

DARI PENGUASA KE PEMILIK MEDIA?

Kenyaaan bahwa bisnis media di Indonesia hanya dikuasai oleh segelintir kelompok korporasi seakan menjadi jawaban seloroh kawan jurnalis di awal tulisan ini. Terbukti memang konten sebagian besar media tersebut tidak lepas dari kepentingan kelompok korporasi besar tersebut. Bahkan masalahnya bertambah rumit ketika sebagian pemilik media terjun ke arena politik praktis, baik hanya sebagai pendukung atau berafiliasi dengan partai politik, atau justru menjadi pengurus hingga ketua partai, menjadi kandidat kepala pemerintahan pusat atau kepala daerah. Akibatnya media menjadi sangat partisan.

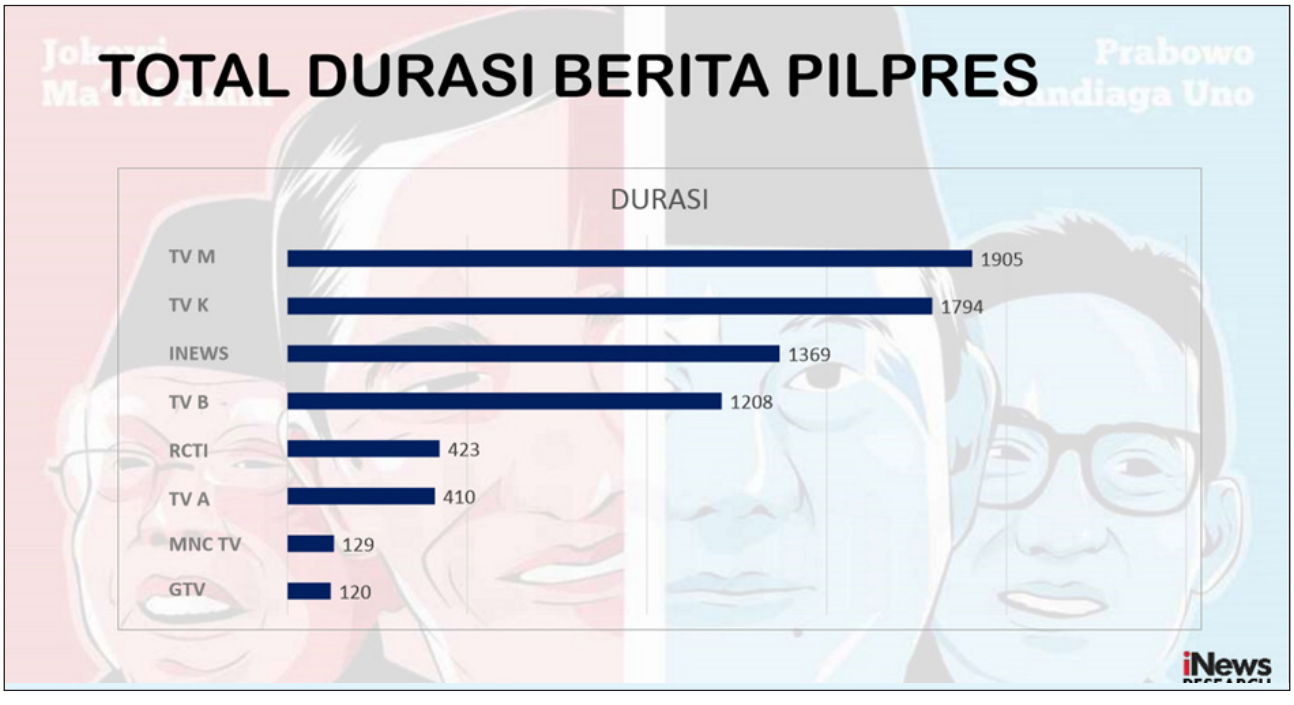
Keadaan ini tentu akan melahirkan jurnalisme yang menurut Kovach dan Rosenstiel dalam bukunya *Blur* dikenal dengan istilah jurnalisme pengukuhan dan jurnalisme kaum kepentingan. Jurnalisme pengukuhan yakni jurnalisme yang memberitakan apa yang ingin didengar oleh audiensnya dan bukan apa yang sebenarnya terjadi. Ideologi bagi jurnalisme pengukuhan adalah ceruk pasar atau bertujuan ekonomi "Model ekonominya berdasarkan pada pengiriman produk berita yang memperkeras prasangka audiens" (hal. 47). Sementara jurnalisme kaum kepentingan memiliki tujuan politik. Dalam konteks Indonesia, kita bisa melihat dalam Pilpres 2014 munculnya tabloid *Obor Rakyat* dan pada Pilpres 2019 beredarnya tabloid *Barokah*. Contoh dua tabloid itu menggambarkan pendekatan 'jurnalisme kaum kepentingan' yang jelas-jelas dibuat untuk menjatuhkan lawan politik. Sayangnya, meski keduanya dinilai Dewan Pers bukan sebagai produk pers, hanya tabloid *Obor* yang diproses secara hukum, sedangkan penerbitan tabloid *Barokah* tidak ditangani pihak kepolisian.

> *Kedua, pers harus profesional, dengan selalu menjaga integritas, meningkatkan pengetahuan dan kompetensi, serta menaati nilai-nilai kode etik jurnalistik.*

Dalam dunia penyiaran, praktik 'jurnalisme kaum kepentingan' dapat kita saksikan dalam stasiun televisi yang pemiliknya terafiliasi dengan partai politik, bahkan cenderung partisan, yang secara terang terangan hanya memberikan ruang kepada calon atau partai tertentu, atau setidaknya memberikan durasi dan intensitas pemberitaan yang lebih besar dibanding calon atau patai lain. Dalam perspektif lain *tone* pemberitaannya juga berbeda, calon atau partai tertentu dengan *tone* positif, sedangkan calon dan partai lain diberitakan dengan *tone* yang cenderung negatif.

Kondisi ini tidak terlepas dari relasi ekonomi dan politik dalam operasi media di tengah pergulatan kepentingan dan ideologi dalam konteks kepemilikan (ekonomi) dan kekuasaan (politik).

GRAFIK DURASI Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)



Vincent Mosco mengemukakan tiga konsep penting menjelaskan relasi ekonomi politik media, yakni: komodifikasi (*commodification),* spasialisasi *(spatialization*) dan strukturasi *(structuration).* (Mosco, 1996: 139). Komodifikasi yakni wartawan dan pekerja media lainnya memproduksi dan mendistribusikan konten media ke konsumen. Spasialisasi berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya bagi khakayak dalam batasan ruang dan waktu.

INTEGRITAS JURNALIS

Bila kita berkeyakinan konten media sangat tergantung kepada pemilik media, maka asumsi itu tidak sepenuhnya benar. Karena dalam kenyataannya, meski pemilik media sebagai pemodal memiliki kewenangan keberlangsungan medianya, namun tidak sepenuhnya berwenang mengontrol konten medianya. Konten media sangat tergantung kepada integritas para jurnalisnya, baik yang bertugas di lapangan maupun yang berada di dalam ruang redaksi (*newsroom*).

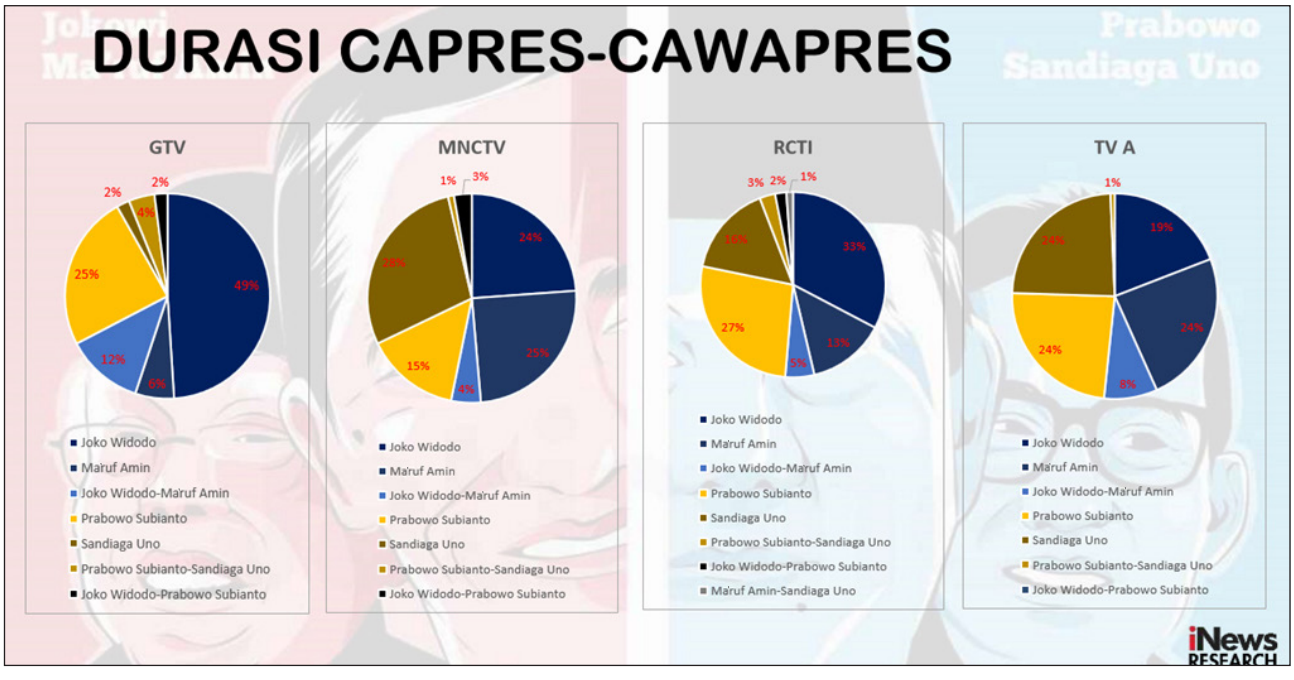
Profesi wartawan mempunyai tugas antara lain mengubah pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik dan maju melalui informasi. Wartawan atau jurnalis berkontribusi penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai implementasi dari salah satu makna konten media bagi khalayak (Ishak, 2014: 303). Karena itu, informasi yang dikonstruksi dan didistribusikan kepada masyarakat harus dijamin objektivitasnya melalui nilai faktualitas dan imparsialitas.

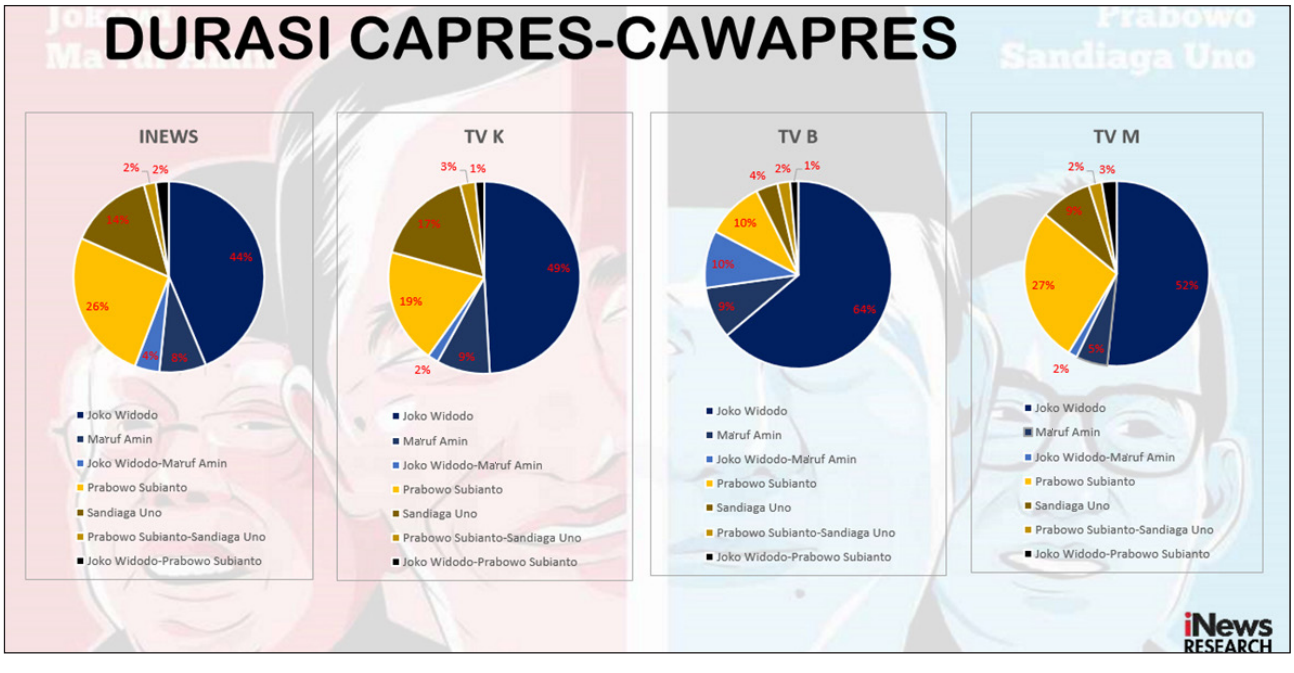
Namun demikian, banyak kalangan meyakini profesionalisme jurnalis juga dipengaruhi oleh medianya. Sebagai lembaga yang mempekerjakan wartawan tentu menuntut kontribusi pekerjanya ikut mendukung pemenuhan kepentingan ekonomi dan politik lembaga.

Karena itu, lagi lagi dituntut kepiawaian sang jurnalis menerjemahkan tanggung jawab profesionalitasnya, dengan tetap berupaya menyeimbangkan kepentingan komersial, sosial dan poltik lembaga medianya.

Dalam konteks ini kita bisa melihat bagaimana media televisi menyajikan berita pemilihan presiden tahun 2019. Data pemantauan satu bulan da-

GRAFIK DURASI Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)



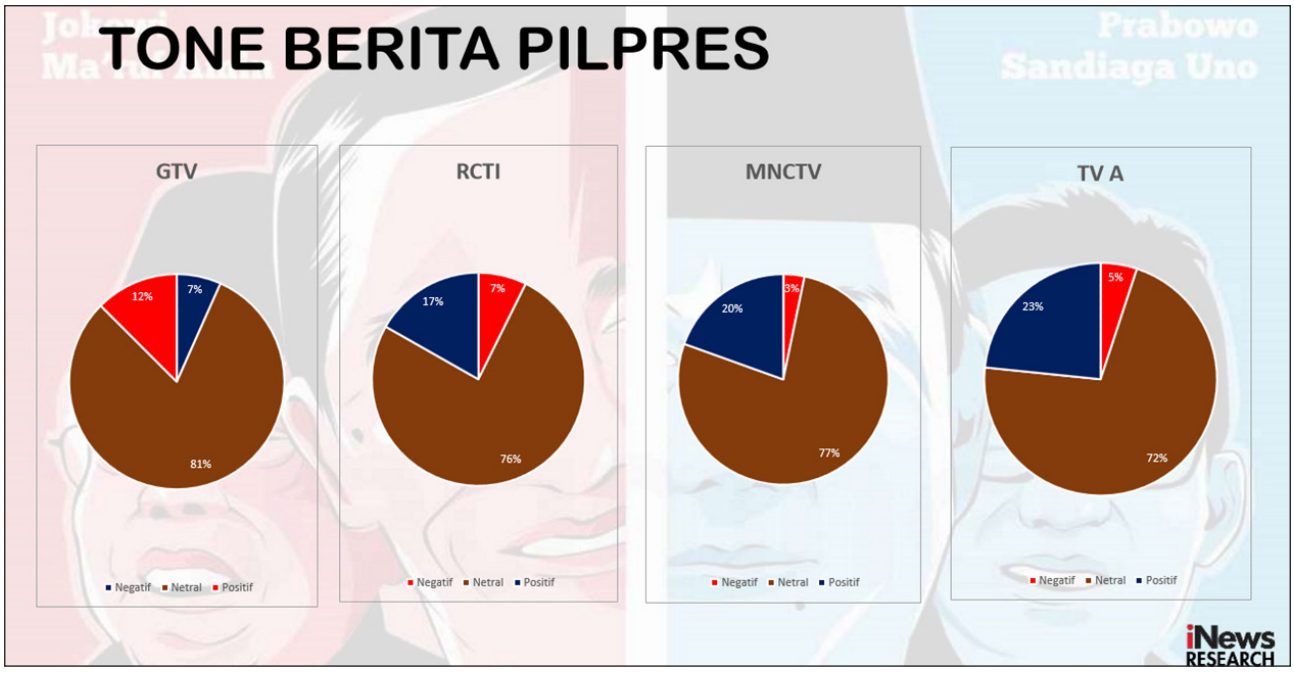


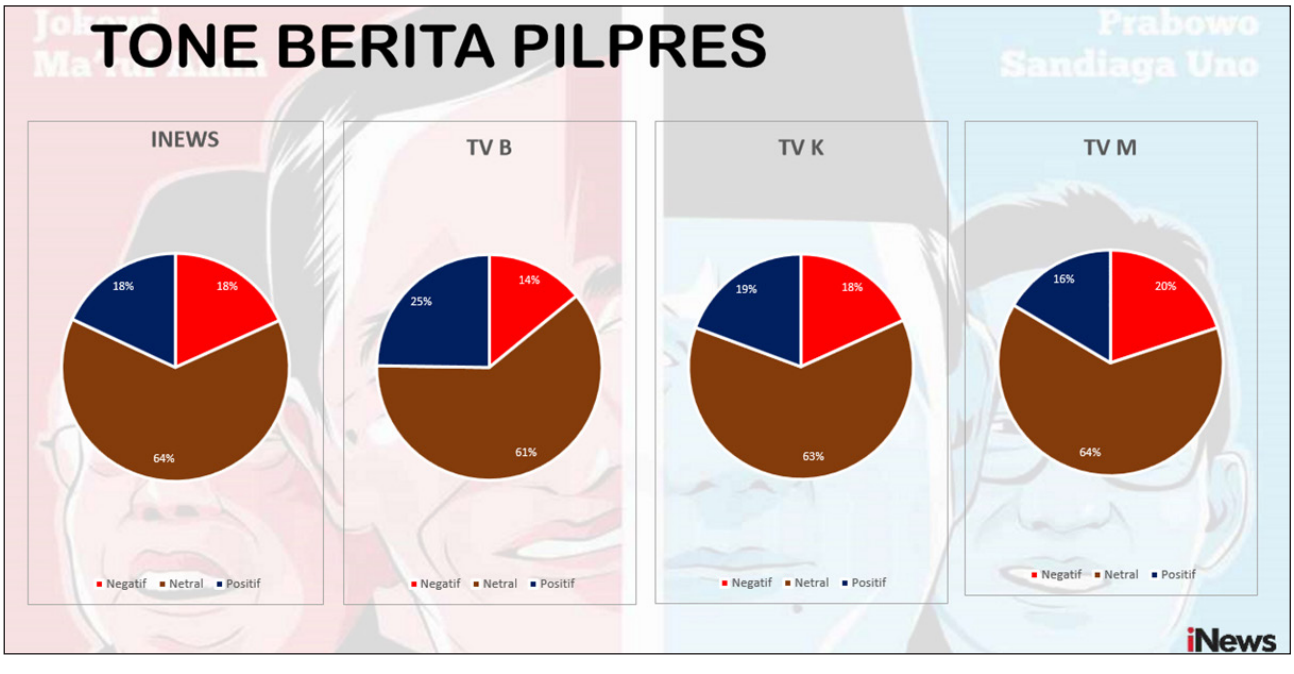
lam masa kampanye ini banyak menggambarkan bagaimana hasil interaksi di ruang redaksi yang muncul di layar kaca.

Setiap ruang redaksi memiliki kebijakan memberikan durasinya untuk masing masing calon presiden dan wakil presiden. Ada yang secara sadar membagi durasi untuk masing-masing calon dengan agak berimbang, namun ada juga yang secara gamblang memberikan durasi pemberitaanya lebih besar hanya untuk calon tertentu.

Data di atas tentu saja tidak dapat menjawab apakah yang tampil di layar itu merupakan hasil interaksi para pengelola ruang redaksi dengan pemilik media, namun yang pasti inilah hasil interaksi di ruang redaksi yang melibatkan tanggung jawab dan integritas para jurnalisnya.

GRAFIK TONE Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)



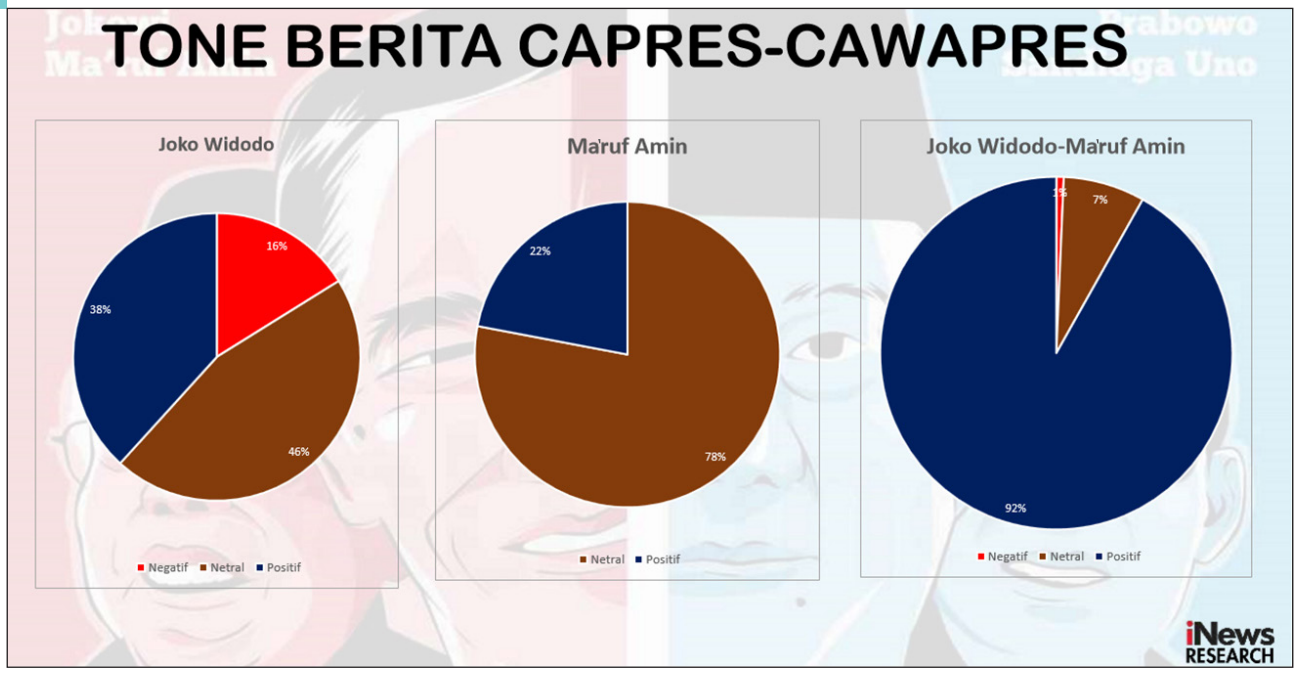


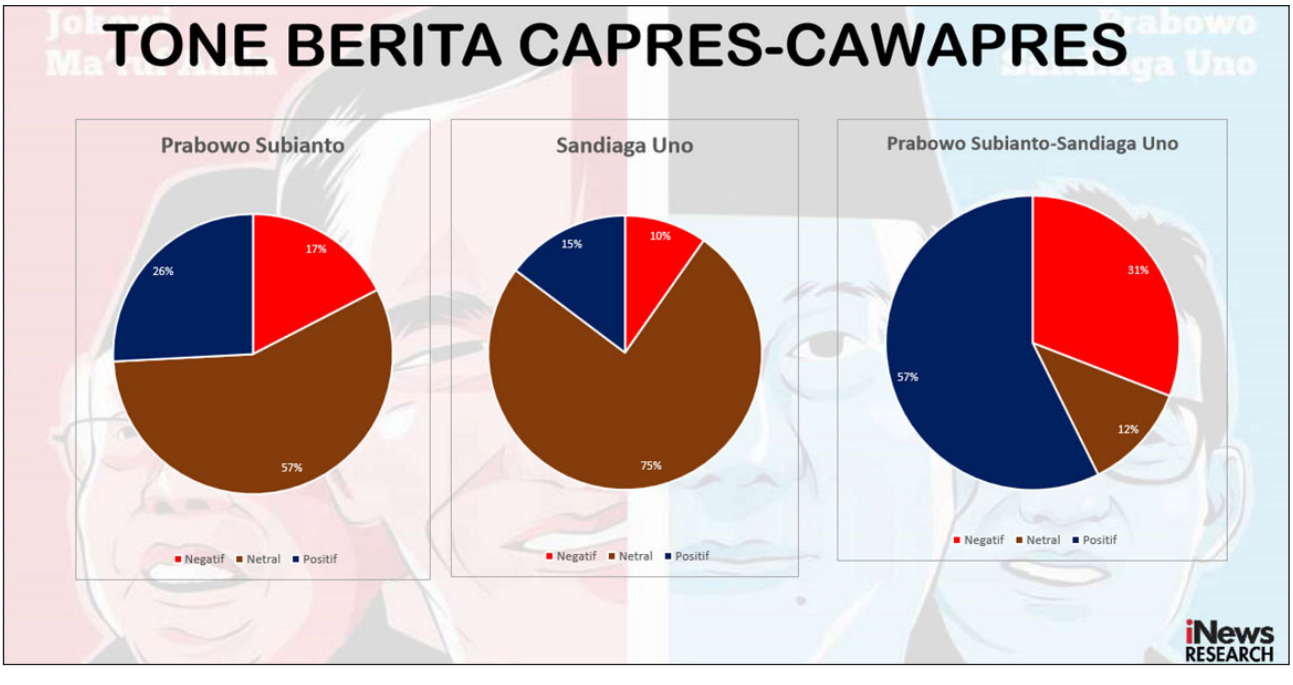
Begitu pula bagaimana para pengelola ruang redaksi memberikan *tone* positif dan negatif dalam pemberitaanya terhadap para Capres dan Cawapres Pemilihan Presiden RI 2019.

Ilustrasi grafik *tone* pemberitaan Capres Cawapres di atas juga menunjukkan sikap dan kebijakan redaksi (*news policy*) setiap *newsroom*. Artinya apapun alasan dan pertimbangannya, itulah yang disajikan kepada publik. Silakan publik menikmati dan menilai.

Karena itu, literasi untuk meningkatkan kecerdasan publik khususnya pemirsa TV dan penikmat media untuk bisa memilah dan memilih media mana yang layak dijadikan acuan harus terus dilakukan. Di samping peran para pemantau media harus secara intens dan berkesinambungan

GRAFIK TONE Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)



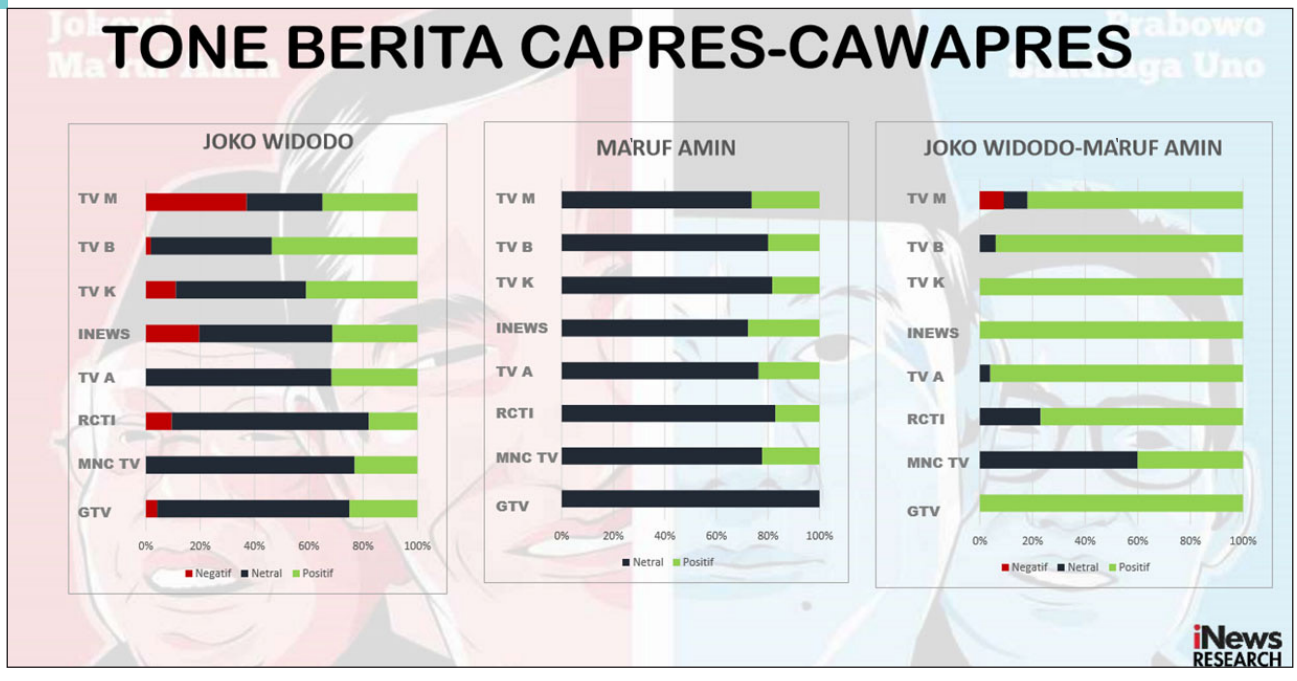


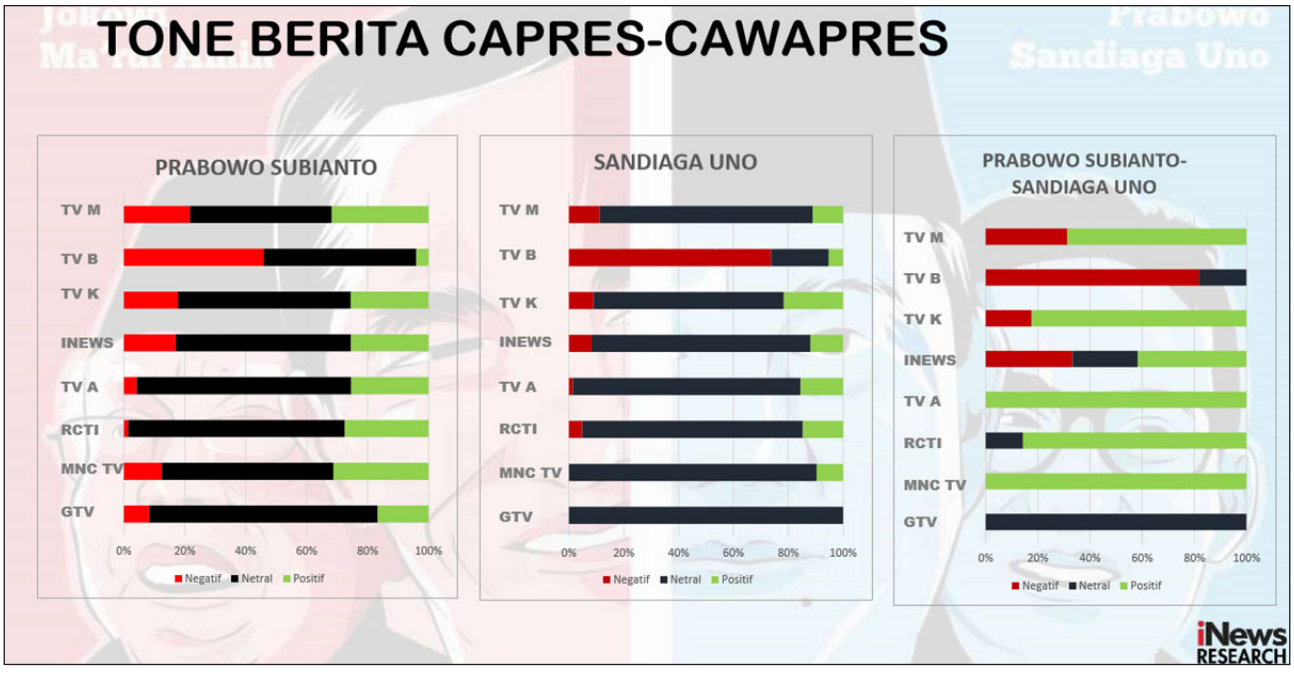
"meluruskan" media yang dianggap melenceng dari fungsi dan tugas mulia media dan pers.

Meski kita juga telah menyaksikan bagaimana respons masyarakat di media sosial yang secara terbuka menyatakan berhenti membaca dan menonton media tertentu. Bahkan kita temukan di media sosial ada yang secara berani mengatakan mulai hari ini menghilangkan *channel* tertentu dari layar televisinya. Inilah fakta bahwa publik bisa melakukan penghukuman sendiri terhadap media tertentu yang dinilainya tidak layak atau tidak cocok untuknya.

Hari ini, jurnalisme memang menghadapi situasi pertarungan antara idealisme-profesional dan realisme pragmatis kepentingan ekonomi-politik. Artinya para jurnalis setiap saat harus menjaga "kewarasannya" agar semua produk jurnalistiknya tetap berdasarkan idealisme dan

GRAFIK TONE Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)





profesionalisme demi memenuhi kepentingan publik.

Dalam konteks ikut membangun demokrasi, peraktik jurnalisme harus mendorong kecerdasan publik untuk berpartisipasi membangun bangsa dengan segala keragaman dan keunggulannya. Sebaliknya jurnalisme harus mencegah terjadinya keseragaman pandangan tanpa memberi ruang perbandingan yang cukup.

Dunia pers kita pernah mengalami sejarah kelam, yang selalu dipaksakan dengan "narasi tunggal" dari penguasa. Situasi tersebut selayaknya tidak tumbuh lagi, bila secara sadar para jurnalis menolak praktik jurnalisme partisan yang gejalanya mulai tampak kembali.

Sangat kontra-produktif bila media TVRI dan RRI jadi lembaga penyiaran publik, media lain justru secara perlahan menjadi partisan.

GRAFIK TONE Pemberitaan Capres Cawapres di TV (Feb. 2019)

CONTOH TONE POSTIF DAN NEGATIF

CAPRES	POSITIF	NEGATIF
JOKO WIDODO	Laporan Utama (Jokowi "Dihantui"Isu PKI) (wwc: Adi Prayitno, Pengamat politik + Adi: **Isu PKI tidak menggerus elektabilitas Jokowi**)	Perang Pernyataan Prabowo - Jokowi (Jakarta: SOT: Joko Widodo, Capres nomor urut 01 + **Jokowi meledak ledak tanggapi pernyataan Prabowo + Jokowi dinilai panik elektabilitasnya turun**)
MA'RUF AMIN	Silaturahmi Ma'ruf Amin (Semarang, Jateng: Ma'ruf Kunjungi Ponpes Bugen Al-Itqon + **Kedatangan KH Ma'ruf Disambut Para Santri Dan Ulama** + Ma'ruf Turut Mendoakan Kelancaran Pilpres 2019)	
JOKO WIDODO-MA'RUF AMIN	Dukungan Terhadap Jokowi- KH Ma'ruf Amin (Jakarta: **Jari 98 Dukungan Jokowi-KH Ma'ruf Amin** + Purworejo, Jawa Tengah: Deklarasi Dukungan Jokowi 2 Periode)	Heboh Sang Pembawa Pesan (Dialog Jansen Sitindaon, Wakil Ketua BPN Prabowo-Sandi + Tidak ada sub CG: **Tidak benar Tim 01 berada di atas angin**)
PRABOWO SUBIANTO	Prabowo Ikuti Jalan Sehat (Jakarta: Ribuan **Warga ikuti jalan sehat bersama Prabowo** + Sapa para pendukung, Prabowo enggan minta dukungan+ SOT Prabowo Subianto, Calon Presiden Nomor Urut 02)	Debat Capres 2019-**Prabowo Dinilai Tidak Menguasai Debat**
SANDIAGA UNO	Sandiaga Jenguk Ahmad Dhani - **Sandiaga temui ribuan pengusaha muda**, Surabaya - SOT: Calon Wakil Presiden RI	Safari Sandiaga Uno (Banyuwangi, Jatim: **Kehadiran Disambut Pendukung Capres Cawapres 01**)
PRABOWO SUBIANTO-SANDIAGA UNO	Rapat Pimpinan BPN (SoT: Sandiaga Uno, Cawapres Nomor Urut 02 + Karanganyar, Jateng: **Elektabilitas Prabowo Sandi Di Jateng Alami Kemajuan Pesat** + Wwc: Dahnil Azhar Simanjuntak, Jubir BPN Prabowo-Sandi)	Siapa Bermain Propaganda? (Dialog-Wwc Lukman Edy, Wakil Direktur TKN Jokowi-Ma'ruf + **02 Memiliki Ciri-ciri yang Sama Dengan Konsultan Asing**)

Ketiga, media massa atau pers harus berkomitmen terhadap sifat alamiah sebagai institusi sosial yang selalu mengedepankan kepentingan publik.

PENUTUP

Berdasarkan paparan di atas dapat kita simpulkan beberapa hal :

1. Independensi di ruang redaksi dengan segala "keterbatasannya" tetap berjalan, baik di era Orde Baru maupun di masa reformasi.
2. Integritas jurnalis menjadi syarat utama untuk tetap dapat diterapkannya independensi di ruang redaksi.
3. Data pemberitaan seputar Capres dan Cawapres pemilihan prediden 2019 yang terpantau selama satu bulan menunjukkan bahwa masing-masing ruang redaksi televisi memiliki kebijakan redaksi yang berbeda. Ini tergambar di layar, bagaimana setiap redaksi memberikan durasi yang berbeda untuk Capres dan Cawapres. Begitu pula *tone* pemberitaan yang muncul di layar, apakah positif atau negatif hadir berdasarkan perspektif dan kepentingan masing-masing redaksi dan medianya. Namun sejauh mana keterlibatan pemilik media dalam menentukan kebijakan redaksi yang menjadi tampilan di layar kaca tersebut, tentu saja perlu penelitian lain.
4. Untuk terus menjaga adanya independensi di ruang redaksi perlu dukungan dari luar redaksi, baik masyarakt umum maupun lembaga atau organisasi pemantau pers. Dewan Pers, KPI dan media watch harus lebih intensif memantau dan mengingatkan media/pers.
5. Literasi masyarakat agar lebih cerdas dalam memilih media/pers yang layak dipercaya harus terus ditingkatkan. Masyarakat harus dirangsang untuk secara aktif dapat memberi apresiasi "*reward*" kepada media/pers yang baik, sebaliknya juga tidak ragu untuk "menghukum" media yang pasrtisan dan mengabaikan kepentingan publik.

INDEPENDENSI REDAKSI: MEMBANDINGKAN KASUS DI INGGRIS, AS, DAN INDONESIA

Oleh: **ASEP SETIAWAN**
(Anggota Dewan Pers 2019-2022)

PENDAHULUAN

Hubungan antara pemilik media dan independensi redaksi telah menjadi perhatian sejumlah pakar komunikasi. Hubungan ini sifatnya beraneka ragam bisa sifatnya politik, hukum atau organisasional. Hubungan ini juga dapat dalam bentuk pengaruh satu pihak yakni eksternal dan internal terhadap redaksi. Ini menunjukkan bahwa kerja redaksi tidak bebas dari pengaruh baik internal maupun eksternal. Lingkungan di mana redaksi itu bekerja pada umumnya dipengaruhi berbagai faktor mulai dari sistem pers di negara tersebut sampai dengan sistem pemilikan media.

Kajian tentang relasi pemilik media dengan redaksi di Indonesia dilakukan antara lain oleh Merlyna Lim (2011) [1]Nugroho etal (2012) [2], Ross Tapsell (2017)[3], Ishadi (2019)[4]. Terdapat panda-

ngan yang kuat bahwa kepemilikan media yang terungkap juga secara konglomerasi ikut memberi dampak terhadap konten redaksi di Indonesia, terutama ketika berlangsung pemilu. Beberapa kajian menunjukkan, ketika pemilu 2014 sangat tampak bahwa beberapa media mengikuti orientasi pemiliknya untuk mendukung pasangan tertentu dalam pemilihan presiden.

Survei Indeks Kemerdekaan Pers sampai tahun 2019 juga mengungkap hubungan antara pemilik media dengan redaksi. Bahkan di dalam beberapa bagian yakni intervensi juga terungkap adanya hubungan yang jelas. Independensi media skalanya berubah-ubah dari waktu ke waktu. Situasi ketika pengaruh pemilik kuat maka independensi media untuk memperjuangkan informasi berdasar kepentingan publik akan berkurang. Sebaliknya semakin kuat independensinya, maka redaksi dapat memuat informasi yang bernilai tinggi bagi kepentingan publik lebih luas.

Artikel ini akan membahas hubungan kepemilikan media massa dengan independensi ruang redaksi dalam tiga bagian. Pertama, memetakan hubungan seperti apa yang terjadi secara konseptual. Kedua, studi kasus independensi media seperti BBC di Inggris dari intervensi pihak eksternal termasuk pemerintah. Ketiga, intervensi pemilik atau pemerintah terhadap media di beberapa negara termasuk di Indonesia.

INDEPENDENSI MEDIA

Sebagian besar kajian mengungkapkan adanya hubungan yang kuat Antara pemilik media dan kebijakan redaksi. Seperti dipaparkan Hanitzsch dan Mellado, sejumlah studi mengenai konsekuensi pemilikan media secara konglomerasi terhadap pemberitaan menjadi perhatian Stetka (2012) dan Tunstall and Palmer (1991). Sedangkan kajian konsekuensi pemilikan media oleh partai politik terhadap redaksi dilakukan oleh Hadenius (1983) Hamilton (2004). Negara sebagai pemilik media dan konsekuensinya terhadap produk dari redaksi dikaji oleh Besley and Prat (2006) dan Curran dkk (2009). Sedangkan Stetka (2012) mengkaji pemilikan media oleh perusahaan multinasional.

Bentuk pengaruh pemilik terhadap para pekerja media (jurnalis, editor dan manajer) menjadi salah satu perhatian. Hanitzsch dan Mellado menjelaskan enam domain pengaruh pemilik terhadap redaksi.[5]

1) Pengaruh politik terdiri dari sumber dalam konteks politik, termasuk pejabat pemerintah, politisi dan sensor tetapi juga mereka yang mewakili kepentingan bisnis di pembuatan kebijakan ekonomi.

2) Pengaruh ekonomi memiliki konsekuensi langsung terhadap lembaga media tempat jurnalis bekerja, termasuk perkiraan laba perusahaan media, iklan, kebutuhan pemasang iklan serta riset pasar dan audiens.

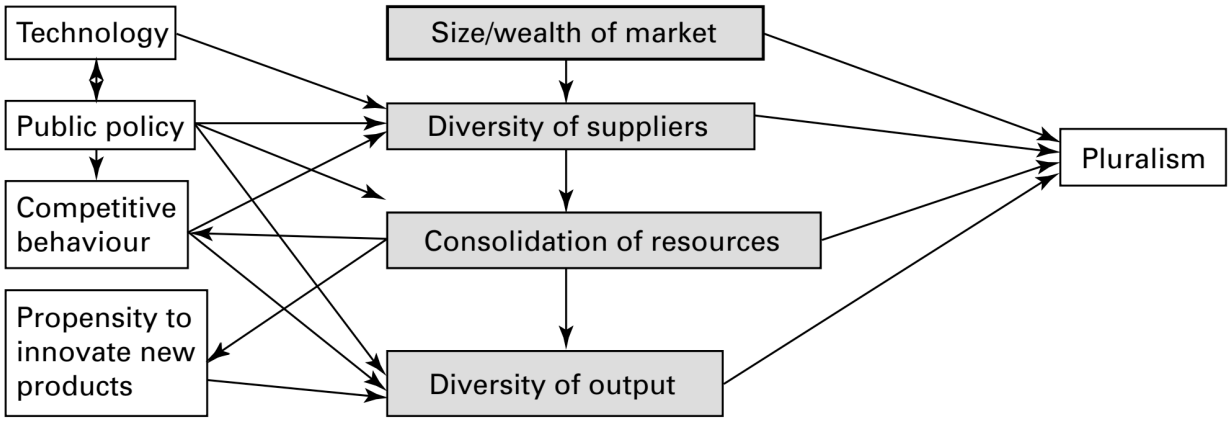
3) Pengaruh organisasional merujuk kepada pembuatan keputusan redaksi dan manajemen, karena itu meliputi sumber pengaruh yang muncul dari berbagai level: mulai dari ruang redaksi (penyelia dan editor utama) dan dari dalam organisasi media (manajemen dan pemilik).

4) Pengaruh prosedural mewakili berbagai hambatan operasional yang dihadapi jurnalis dalam pekerjaan sehari-hari, yang utama berkaitan dengan sumber-sumber terbatas ruang dan waktu serta menentukan kerja pemberitaan standar dan rutin.

5) Pengaruh profesional merujuk kepada kebijakan, konvensi dan kebiasaan kalangan profesional jurnalis seara umum dan khususnya terhadap ruang redaksi tempat para jurnalis bekerja. Dalam dimensi ini termasuk pengaruh perundangan media massa.

6) Kelompok referensi terdiri dari dimensi terpisah yang memasukkan berbagai sumber yang

Gambar 1: **DETERMINAN KEMAJEMUKAN MEDIA**



Sumber: Gillian Doyl (2002)[6]

berpengaruh meliputi berbagai domain profesional (kolega di media lain, lembaga mediayang berkompetisi dan audiens) serta yang bersifat pribadi (sahabat, teman dankeluarga).

Dari paparan konsep Hanitzsch dan Mellado tersebut tampak bahwa masuknya pengaruh pemilik media dapat melalui berbagai cara dan proses. Pengaruh itu bisa bersifat politik dan ekonomi, juga melalui proses secara organisasional dan bahkan profesional.

Dalam konteks ketika media mampu hidup secara beragam yang bermakna dengan sistem pers yang sudah bebas dan terbuka, pengaruh terhadap keberagaman media dan pemilik dapat disimak dalam bagan berikut (Gambar 1: Determinan Kemajemukan Media)

Gambar tersebut menyatakan bahwa keberagaman di dalam media karena sistem media yang sudah terbuka tergantung kepada penguasaan teknologi, kebijakan media di suatu negara, perilaku kompetisinya dan tingkat inovasi produk. Aspek-aspek itu akan memengaruhi media mulai dari sifatnya apakah konglomerasi, kemudian terjadi keberagaman pemasok berita, tingkat konsolidasi sumber daya dan diversifikasi produk informasinya. Semua aspek itu mempengaruhi kemajemukan dalam pers. Apabila pasar dikuasai sebagian kecil konglomerat media, maka keberagaman juga akan rendah. Namun kebijakan publik yang mengendalikan konglomerasi media akan memberikan ruang untuk terbentuknya keberagaman media. Demikian juga kebijakan media massa yang memberikan ruang terjadinya kompetisi akan membuka peluang tidak adanya dominasi dari sekelompok kecil pemilik media yang dapat pula memperkecil keberagaman produk pers.

KASUS INDEPENDENSI BBC

Secara konseptual seperti dijelaskan di atas sebagian besar media massa di dunia ini dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal termasuk pemilik media. Dalam konteks itu pemilik seperti dijelaskan bisa negara, sekelompok penguasa, pengusaha, partai politik dan bahkan perusahaan multinasional. Artinya para pemilik itu memiliki kepentingan dengan media massa termasuk dengan redaksi baik dari sisi politik atau ekonomi.

British Broadcasting Corporation (BBC) di Inggris termasuk salah satu media yang berakar dari dari masa lalu yang unik. BBC dibentuk berdasarkan sebuah *Royal Charter* dengan misi tertentu

dan dengan pendanaan yang didukung publik melalui iuran setiap tahun (*licence fee)* bagi pemilik televisi sekitar 130 poundsterling atau sekitar Rp 2,5 juta. Dengan demikian akuntabilitas produk jurnalistik BBC langsung kepada publik bukan kepada pemerintah. Ini artinya, tidak seperti lembaga penyiaran publik di negara lain, "pemilik" BBC itu adalah publik sehingga kalau berbicara intervensi, campur tangan atau pengaruh lebih banyak berasal dari pemilik kepentingan politik seperti pemerintah atau pemilik kepentingan ekonomi seperti para pengusaha.

Untuk menjaga independensinya, para jurnalis yang bekerja juga telah dibekali nilai-nilai independensi BBC seperti tampak dalam *editorial guidelines*. Di dalamnya dijelaskan bahwa

"The BBC's Royal Charter specifies the BBC's Mission, which is to act in the public interest, serving all audiences through the provision of impartial, high-quality and distinctive output and services which inform, educate and entertain. It also establishes our independence from government, guarantees our editorial and artistic freedom and safeguards the licence fee, the unique funding arrangement which enables the BBC to pursue a distinctive mission."[7]

Posisi itulah yang kemudian melahirkan independensi dalam pemberitaan termasuk dari pengaruh pemerintah manapun sejak dibentuknya BBC tahun 1922. Independensi ini ditegaskan bahwa[8]

The BBC's reputation and the strength of its brand in the UK and around the world are based upon its fundamental values of editorial integrity, independence and impartiality. In order to achieve that, our impartiality, editorial integrity and independence must not be compromised by outside interests and arrangements. We must maintain independent editorial control over our content.

Sejumlah cara digunakan dalam praktiknya untuk menjaga independensi ini dengan komersial, *product placement*, *trade mark*, hubungan pribadi, materi terkait program dan masukan dari konsumen. Dalam setiap bentuk informasi yang diudarakan atau disampaikan secara *online* tidak boleh ada tabrakan dengan nilai-nilai yang sifatnya mulai komersial, individual, pribadi bahkan dengan masukan dari publik jadi bahan pertimbangan.

Dari penjelasan itu tampak bahwa kepentingan publik menjadi acuan utama dengan menegakkan independensi dari pihak manapun termasuk pemerintah. Kepentingan publik ini termasuk di dalamnya kebebasan berekspresi, menyediakan informasi bagi masyarakat agar dapat memberikan keputusan lebih baik, mencegah salah tafsir dari pernyataan individual atau lembaga. Kepentingan publik di sini juga termasuk untuk mengungkap kejahatan, korupsi dan ketidakadilan.

Untuk menegakkan independensi itu redaksi BBC menegakkan etika yang tetap menjaga dari pengaruh eksternal yang tidak sesuai dengan misi BBC. Jurnalis yang bekerja di dalamnya juga diminta memegang nilai-nilai editorial itu mulai dari perencanaan, pertemuan-pertemuan, peliputan sampai dengan penayangan melalui televisi, radio dan *online*.

Di tingkat operasional harian, jurnalis di bawah supervisi kepala bagian, regional, divisi dan seterusnya. Bahkan sejak dalam rapat redaksi yang berjenjang mulai tingkat di bagian seksi sampai dengan tingkat nasional. Di dalam operasional harian misalnya, pada pagi hari terjadi rapat di setiap bagian/negara lalu antar negara berdasarkan kawasannya (Misalnya, Asia Timur, Afrika, Amerika Latin) kalau di BBC World Service yang didahului rapat *newsroom central* di mana redaksi berita kantor pusat melakukan perencanaan dan eksekusi setiap pemberitaan.

Meskipun independensi redaksi itu dijaga melalui nilai-nilai editorial yang sudah ditetapkan di BBC serta supervisi internal, tekanan dari eksternal

Gambar 2: **Direktur Jenderal BBC Mundur** (Sumber: BBC[11])

tidak pernah berhenti. Dalam perjalanan sejarahnya berbagai pemerintahan di Inggris berusaha melakukan intervensi, campur tangan atau bahkan tekanan karena sering merasa terganggu dengan pemberitaannya. Namun karena tradisi untuk menjaga kepentingan public, hampir sulit pihak eksternal mempengaruhi imparsialisme BBC dalam pemberitaan.

Salah satu kasus terkenal adalah tekanan dan campur tangan pemerintahan PM Tony Blair terhadap media saat terjadi invasi ke Irak tahun 2003 ketika pemerintah Inggris memutuskan ikut Amerika Serikat. Seorang wartawan BBC Andrew Gilligan menulis dalam surat kabar dalam kapasitas sebagai wartawan BBC bahwa penyerbuan itu ilegal karena Irak tidak memiliki senjata pemusnah massal setelah 10 tahun diembargo. Info itu dia dapat dari wawanara dengan Dr David Kelly, ahli senjata biologi Inggris, anggota tim PBB yang diduga merangkap sebagai agen intelejen Inggris. Nara sumbernya yakni Dr Kelly tidak disebutkan dalam tulisan Gilligan namun kantor PM Inggris, Downing Street berang karena jika dinyatakan tidak ada senjata pemusnah massal yang jadi alasan perang Irak 2003, maka serbuan Inggris ke Irak itu illegal dan PM Tonny Blair bisa didakwa sebagai penjahat perang.[9]

Terjadilah tekanan kepada BBC dan ketika Dr Kelly diberitakan bunuh diri pemerintah Inggris menyalahkan BBC. Dibentuk tim independen yang disebut *Hutton Inquiry* dan BBC dinyatakan bersalah dengan rekomendasi semua jurnalis harus dididik ulang karena Gilligan tidak memiliki rekaman wawancara atau catatan.[10] Namun tahun 2005 setelah invasi, PM Blair mengaku memang Inggris tidak memiliki alasan menyerbu Irak kecuali ingin menjatuhkan Presiden Saddam Hussein.

Di sini jelas terjadi tekanan hebat dari pemerintah terhadap redaksi BBC dan karena tim penyelidik independen ini kemudian menganggap BBC salah dalam pemberitaan maka semua stafnya diminta training ulang.[12] Setelah itu BBC kembali tetap menjaga independensinya, tidak tunduk kepada kekuatan kabinet Inggris pasca PM Blair. Namun Menurut Tom Mill, upaya untuk campur tangan politik terhadap BBC masih dilakukan

Gambar 1: **PEMILIK MEDIA DI INGGRIS**

Company	*2002*		*2008*	
	Daily	Sunday	Daily	Sunday
News International the *Sun*, the *News of the World*, *The Times*, *The Sunday Times*	32	39	34	39.6
Mirror Group *Daily Mirror/Daily Record*, *People*, *Sunday Mirror*	21	27	17	18.5
Associated Newspapers *Daily Mail*, *Mail On Sunday*	19	17	20	22
Northern & Shell *Daily Express*, *Sunday Express*, *Star*, *Sunday Star*	12	6	13	9
Hollinger the *Telegraph*, the *Sunday Telegraph*	8	6	8	8.5
Guardian Media Group the *Guardian*, the *Observer*	3	3	3	3
Financial Times Ltd the *Financial Times*	4	-	1.3	-
Indepependent Group the *Independent*, the *Independent On Sunday*	1.2	2	1.7	1.6

Sumber: Brian McNair (2009)[14]

melalui penunjukan pejabat-pejabat senior yang disebutnya belum melalui sistem yang demokratis.[13]

Independensi ruang redaksi BBC berbeda dari redaksi berbagai media cetak di Inggris seperti *The Sun* yang manakala pemilihan umum sering pindah-pindah haluan dukungan. Ketika Tony Blair dari Partai Buruh menjadi anggota parlemen tahun 1997 tabloid ini mendukung Blair, tapi kemudian ketika PM David Cameron dari Partai Konservatif naik tahun 2010, *The Sun* ikut mendukungnya, bahkan redaktur seniornya dijadikan jubir PM Cameron. Di sini tampak bahwa kepentingan pemilik *The Sun*, Ruport Murdoch kental dengan kepentingan politik-ekonomi di Inggris. Pemilik media di Inggris dapat digambarkan setidaknya sampai 2008 sebagai berikut (Tabel : Pemilik Media di Inggris).

Dari tabel itu ditunjukkan Kelompok News International, yang dimiliki taipan media Rupert Murdoch dan memiliki aliran editorial konservatif dan pragmatis, menguasai antara 34 sampai hampir 40 persen sirkulasi media cetak di Inggris tahun 2008. Dalam konteks pemilu, kelompok media ini dalam editorialnya karena pengaruh pemilik menunjukkan pemihakan kepada calon perdana menteri seperti terjadi tahun 1997 yang mendukung Tony Blair dan kemudian 2010 mendukung David Cameron. Sedangkan kelompok Independent yang menguasai hanya satu persen sirkulasi media cetak, relatif menjaga jarak dari pengaruh politik dan pemiliknya mengarahkan ideologi yang disebut di Inggris kiri atau lebih sosialis.

Dalam beberapa kasus tampak pula pengaruh pemilik terhadap pemberitaan sehingga media

di Inggris dikategorikan sebagai kelompok kiri, kanan dan kelompok tengah dalam kebijakan editorialnya. Ini juga mencerminkan sedikit banyak orientasi pemilik yang bersifat pragmatis atau ideologis. Dalam hal ini publik Inggris memandang pemihakan dari media juga karena pengaruh ideologi baik yang pragmatis komersial maupun yang menekankan pandangan ideologis baik sosialis maupun liberal menjadi bagian kehidupan media di Inggris.

Dengan gambaran seperti itu pemilik media di Inggris ikut mempengaruhi redaksi terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan politik. Namun pemanfaatan media dalam kampanye pemilihan umum seperti terjadi di Indonesia tidak begitu massif. Karena pemilu merupakan peristiwa politik yang penting, banyak media di Inggris tidak terlibat dalam kampanye politik partai tertentu. Bahkan dalam kode etik liputan media massa selama pemilu terdapat aturan ketat dalam kampanye oleh kandidat anggota parlemen atau pemilihan wali kota di tingkat daerah.

INTERVENSI TERHADAP MEDIA

Dari Inggris ke Amerika Utara di mana media Amerika Serikat juga tidak sepenuhnya bebas dari tekanan dan intervensi baik secara halus maupun secara terang-terangan. Pengaruh dan tekanan itu dapat datang dari pemerintah meski atas nama demokrasi, dari para politisi saat pemilihan presiden dan dari para pengusaha yang berkepentingan agar media itu bisa hidup dan berkembang. Pilihan ideologis dalam kasus grup Fox saat pemilihan presiden 2016 menunjukkan betapa TV Fox menjadi corong kelompok konservatif yang pro Donald Trump.[15]

Sedangkan *CNN* dan *Washington Post* misalnya tidak mau terseret ke dalam pusaran persaingan politik praktis dan mengobankan nilai-nilai editoralnya. Tekanan terhadap media massa arus utama di Amerika Serikat sangat transparan ketika Presiden Donald Trump "mengusir" sejumlah media arus utama dengan alasan menyebarkan "*fake news*".

Fenomena ini disebut sebagai degradasai dalam kehidupan pers di Amerika Serikat karena Donald Trump, sebagai seorang presiden menggunakan kekuasaannya dari ruang jumpa pers di Gedung Putih untuk menyingkirkan media yang dianggap kritis dan tidak mendukungnya. Namun demikian perdebatan mengenai independensi di Amerika Serikat sudah sangat matang sehingga bagaimanapun besarnya kekuatan Donald Trump tidak sampai melakukan sensor dan pembredelan. Tekanan terhadap media yang tidak mendukungnya tetap tidak menghentkan media tersebut dalam mengkritik kebijakan Trump.

Ada lagi kasus intervensi atau tekanan satu pihak kepada media yang sangat jelas terlihat ketika Perang Irak 1990 dan Invasi Irak tahun 2003. Muncul istilah *embeded journalism* karena media massa tidak memiliki akses ketika penyerbuan terjadi kecuali mengikuti pasukan Amerika Serikat.[16] Akibatnya, liputan media massa Barat hampir semuanya berperspektif dari pihak Amerika Serikat dan sekutunya. Jelas bahwa kampanye Amerika Serikat melalui seluruh aparatur militernya di Timur Tengah adalah menjadikan media memihak kepadanya.

Dalam kondisi seperti itu muncul Televisi Al Jazeera yang berkantor di Qatar milik Sultan Qatar. Dalam konteks liputan invasi Irak 2003, Al Jazeera bebas dari pengaruh dan tekanan Amerika Serikat sehingga menjadi popular karena liputannya *genuine* berbasiskan jurnalistik, tidak dalam kacamata militer Amerika Serikat. [17]Terkenal saat itu, ketika wartawan Al Jazeera akhirnya "dibidik" senjata Amerika Serikat yang kemudian diklaim sebagai salah sasaran atau *friendly fire*. Padahal jelas dalam beberapa footage terakhir, sang jurnalis melaporkan kondisi terakhir di Irak namun tampaknya tidak disukai oleh pemerintah Amerika Serikat.

Dalam perspektif intervensi terhadap redaksi se-

buah televisi internasional, jelas sekali bagaimana Pemerintah Amerika Serikat yang ingin menggulingkan Saddam Hussein menggunakan instrumen media sebagai alat propaganda. Dalam konsep hubungan media dan penguasa, jelas Al Jazeera merupakan musuh yang harus disingkirkan. Dengan demikian campur tangan pemerintah bahkan dalam hal ini Amerika Serikat terhadap media lain bukan tidak mungkin terjadi.

Kajian mengenai intervensi, campur tangan atau upaya untuk menekan dan memengaruhi redaksi juga terjadi juga di Indonesia. Dalam survei Indeks Kemerdekaan Pers 2019 yang merefleksikan kemerdekaan pers tahun 2018 dalam Bab Kondisi Lingkungan Ekonomi ada pertanyaan tentang intervensi pemilik perusahaan pers terhadap kebijakan redaksi (*newsroom*). Angka secara nasional mengenai kebebasan dari intervensi pihak luar termasuk pemilik mencapai angka 74,48 persen.[18] Angka ini dapat ditafsirkan bahwa sudah menurunnya intervensi dari pemilik dan pihak luar termasuk pemerintah terhadap redaksi karena masuk klasifikasi cukup bebas. Salah satu faktor yang menyumbang terbesar dari kurangnya intervensi ini karena adanya larangan pembreidelan media massa oleh pemerintah.

Namun demikian penjelasan dari Survei IKP 2019 ini menyebutkan, "bahwa campur tangan atau intervensi dari pemilik media masih sangat besar terutama ketika pemilik media berafiliasi dengan partai politik." Dijelaskan pula bahwa "Tahun 2018 merupakan tahun politik di mana terjadi kegiatan pilkada serentak di hampir sebagian provinsi dan kabupaten/kota di seluruh Indonesia. Tahun 2018 juga merupakan masa-masa menjelang peristiwa akbar Pemilihan Presiden dan Pemilu Legislatif pada Tahun 2019.[19]

Salah satu kajian bagaimana pemilik media atau afiliasi politik pemilik media terhadap politik tampak dalam pemilihan presiden 2014 dan 2019. Kajian Remotivi terhadap televisi di Indonesia pada pemilihan presiden 2014 menunjukkan independensi redaksi tidak dapat mengendalikan kepentingan pemilik yang memiliki partai politik atau mendukung salah satu calon presiden.[20] Penelitian ini menyimpulkan bahwa bahwa pemilik televisi seperti Surya Paloh memiliki akses sangat luas dalam memberitakan dirinya. Surya Paloh adalah Ketua Partai Nasdem dan pemilik Metro TV. Disebutkan bahwa dari segi kuantitas Metro TV menayangkan 15 judul berita dengan durasi 6.297 detik mengenai Surya Paloh (dari durasi tersebut sebanyak 2.745 detik memberi penonjolan padanya). Dari jumlah tersebut, 10 berita bernada positif dan lima lainnya netral. Demikian juga pemberitaan Partai Nasdem secara kuantitas lebih besar dari partai lain di Metro TV.[21]

Hal yang mirip terjadi juga di TV One yang pemiliknya adalah Aburizal Bakrie sekaligus waktu itu Ketua Umum Partai Golkar dan bahkan sempat mencalonkan diri menjadi presiden. Kajian ini menyebut bahwa frekuensi dan durasi iklan politik Aburizal di TV One merupakan yang tertinggi yaitu: 152 kali dengan durasi 6.060 detik. Jumlah ini merupakan frekuensi dan durasi iklan tokoh politik tertinggi sepanjang awal November di semua stasiun televisi antara 1-7 November 2013.[22]

Yang masih belum dikaji dalam penelitian tersebut adalah bagaimana proses pengaruh atau intervensi pemilik media ke redaksi. Apakah melalui instruksi yang verbal atau mekanisme organisasi redaksi lewat pemimpin redaksi. Kajian tersebut tidak sampai kepada kesimpulan tersebut oleh sebab itu hanya melihat kuantitas penyiaran atau penampakan ketua umum partia politik yang dikaitkan dengan televisi.

Jika media swasta sangat tergantung kepada orientasi politik dan ekonomi pemilik, berbeda dari lembaga penyiaran publik seperti RRI dan TVRI dan bahkan *Antara* tergantung kepada anggaran pemerintah. Dengan anggaran dari APBN ini langsung atau tidak langsung ikut memberikan dampak terhadap kebijakan redaksinya. Namun

kajian mengenai independensi lembaga penyiaran publik dari intervensi kepentingan politik pemerintah atau partai politik masih belum banyak dilakukan.

PENUTUP

Independensi redaksi dari campur tangan non redaksi mulai dari pemerintah, kelompok kepentingan bahkan pemilik media tidak dapat dicapai seratus persen. Dalam kasus independensi BBC di Inggris misalnya, pemerintah sebagai pihak eksternal berusaha melakukan campur tangan dan intervensi kepada redaksi BBC. Namun posisi pemerintah tidak sepenuhnya memiliki BBC sehingga pengaruh politiknya masih dapat dihadapi meskipun dalam kasus *Hutton Inquiry* terbukti tidak mudah diselesaikan.

Kondisi di Amerika serikat juga dalam beberapa kasus terutama perang Irak 2003 tampak campur tangan dan pengaruh pemerintah terhadap pemberitaan invasi militer di media massa. Demikian juga tekanan Presiden Donald Trump kepada beberapa media arus utama menunjukkan tekanan meskipun sebagian besar tidak mempengaruhi redaksi media besar di Amerika Serikat.

Di Indonesia di mana pemilik media tidak lepas kepentingannya dari sisi ekonomi, politik dan sosial budaya. Oleh karena itu, baik secara langsung maupun tidak langsung posisi pemilik media ikut memberikan pengaruh terhadap kebijakan redaksi dalam sejumlah liputan terutama saat pemilihan umum seperti terjadi pada tahun 2014 dan bahka berlanjut tahun 2019.

ENDNOTES

1 **End Notes**. Merlyna Lim. 2011. *Democratization & Corporation of Media in Indonesia*. Ford Foundation.
2 Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia. (Engaging Media, Empowering Society: Assessing media policy and governance in Indonesia through the lens of citizens' rights)*. Jakarta: CIPG and Hivos.
3 Ross Tapsell. 2017. *Media Power in Indonesia Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*. London: Rowan & Littlefield.
4 Ishadi SK. 2014. *Media & Kekuasaan: Televisi di hari-har terakhir Presiden Soeharto*. Jakarta: Kompas Penerbit Buku.
5 Thomas Hanitzsch1 and Claudia Mellado. 2011. "What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work". *International Journal of Press/Politics* 16(3) 404–426.
6 Gillian Doyl.2002. *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London: SAGE Publications.
7 BBC Editorial Guidlines. https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines/editorial-standards#introduction
8 https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines/independence-from-external-interests#1
9 James Stanyer. 2004. "Politics and the Media: A Crisis of Trust". *Parliamentary Affairs* Vol. 57 No 2, 420-434.
10 Dominic Wring. 2005. "Politics and the Media:The Hutton Inquiry, the Public Relations State and Crisis at the BBC". *Parliamentary Affairs*. Vol. 58. No2. 2005, 380-393.
11 Iraq, Gilligan, Kelly and the Hutton Report – 2003. https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/research/editorial-independence/hutton-report
12 Alan Doig and Mark Phythian. 2005. "The Hutton Inquiry: Origins and Issues". *Parliamentary Affairs* Vol. 58 No 1, 2005, 104-108.
13 Tom Mills. 2016. *The BBC: Myth of Public Service*. London: Verso.
14 Brian McNair.2009. *News and Journalism in the UK*. London: Routledge.
15 Dominik Pilitzko. 2019.*The Rise of Right-Wing Media - How Breitbart and Fox News Won the 2016 US Election*.https://www.researchgate.net/publication/335992318.
16 Howard Tumber and Jerry Palmer. 2004. *Media at War: The Iraq Crisis*. London: SAGE Publications. Hal. 13.
17 Philip Seib.2005. "Hegemonic No More: Western Media, the Rise of Al-Jazeera, and the Influence of Diverse Voices". *International Studies Review* , 7, 601–615.
18 Dewan Pers. 2019. *Survei Indeks Kemerdekaan Pers*. Jakarta: Dewan Pers.
19 Ibid.
20 Muhamad Heychael dan Holy Rafika Dhona.2014. *Independensi Televisi Menjelang Pemilu 2014: Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik*. Jakarta: Remotivi.
21 Ibid. Hlm.26.
22 Muhamad Heychael dan Holy Rafika Dhona.*2014: Independensi Televisi Menjelang Pemilu 2014: Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik*. Jakarta: Remotivi. Hlm. 27.

PENULIS:

ASEP SETIAWAN, anggota Dewan Pers 2019-2022. Pengalaman jurnalistik diperoleh dari Harian *Kompas* sebagai editor dan juga sempat memegang *kompas.com* sebagai editor. Asep kemudian bergabung dengan BBC World Service di London dari 2000 sampai 2011. Kemudian Asep bergabung bersama Metro TV sebagai Wakil Pemimpin Redaksi dan kemudian Kepala *Media Research Center* masih di Metro TV. Pendidikan S1 Hubungan Internasional diperoleh dari Universitas Padjadjaran, kemudian S2 Hubungan Internasional dari Universitas Birmingham Inggris. Tahun 2019, Asep meraih gelar Doktor Hubungan Internasional dari Universitas Padjadjaran.

PERS PARTISAN, BOLEHKAH?

Oleh: **ATMAKUSUMAH**
Anggota Dewan Penyantun LBH Pers,
Mantan Ketua Dewan Pers, Mantan Direktur Eksekutif LPDS

Kebijakan redaksional yang partisan merupakan hambatan bagi media pers murni untuk melancarkan publikasinya, baik dalam pemberitaan maupun di ruang opininya seperti tajuk rencana atau editorial. Akan tetapi, jaminan bagi kebebasan menyatakan pendapat dan berekspresi serta kebebasan menyalurkan informasi di negara demokrasi seperti di Indonesia tidak hanya berlaku bagi media pers, melainkan juga untuk bermacam-macam unsur media komunikasi massa. Pers hanyalah salah satu anggota rumpun media massa yang lebih luas—termasuk siaran pers (press release) atau siaran berita (news release) dan terbitan-terbitan yang mirip pamflet dari Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) di lembaga-lembaga negara dan swasta serta bermacam-macam organisasi.

Seluruh rumpun media massa dilindungi oleh konstitusi kita pada Pasal 28-E (Ayat 2) dan Pasal 28-F Undang-Undang Dasar 1945. Pasal 28-E (Ayat 2) menyatakan: "Setiap orang berhak atas kebebasan meyakini kepercayaan, menyatakan pikiran dan sikap, sesuai dengan hati nuraninya." Pasal 28-F: "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia."

Media massa yang bukan media pers atau non-pers malahan juga dapat berbentuk media partisan—yang mendukung atau berasal dari lembaga atau organisasi penganut ideologi partai politik atau mewakili suatu golongan masyarakat atau mengembangkan paham tertentu. Namun, publikasi dari lembaga-lembaga ini tidak dapat dikategorikan sebagai media pers—walaupun cara penyajian informasi dan pendapatnya dapat tidak berbeda dari gaya penulisan dan penyiaran media pers.

Demikian pula, apa yang selama ini dikenal sebagai media Pers Kampus atau Pers Mahasiswa, sebenarnya bukanlah media pers, melainkan media kampus atau media mahasiswa. Terbitan yang dikelola oleh para mahasiswa itu tidak memiliki independensi editorial karena kebijakan mengenai isi media itu lazimnya berdasarkan kesepakatan Rektorat universitas atau perguruan tinggi. Ada kalanya terjadi konflik antara pengelola media itu dengan Rektorat mengenai penampilan suatu masalah atau pendapat dalam media tersebut. Konflik itu dapat menyebabkan Rektorat membredel media tersebut.

MEDIA PERS DAN MEDIA BUKAN PERS

Karya jurnalistik media pers berpedoman pada apa yang disebut Standar Jurnalisme Profesional, yang pada dasarnya tidak berbeda dari Kode Etik Jurnalistik atau Etika Pers. Standar atau etika ini terdiri atas sejumlah persyaratan yang harus diikuti secara cukup ketat oleh para pengelola media pers. Tidak seluruh persyaratan ini terkandung dalam etika media massa yang lain di luar media pers.

Media pers jelas berbeda dari media bukan-pers, walaupun format atau bentuk tampilannya secara sepintas tidak selalu dapat dengan mudah dibedakan oleh kaum awam. Oleh karena itu, publik sering bertanya, apa saja yang menjadi ciri-ciri media pers? Pada hemat saya, ciri-ciri berupa sikap atau kebijakan *(policy)* yang ditetapkan oleh redaksi serta kegiatan yang dilakukan oleh media pers adalah:

- Menyajikan karya jurnalistik berupa pemberitaan (dalam bentuk berita lempang, *straight news*, atau *feature* berita, *news feature*) dan tulisan beropini (komentar atau tajuk rencana) yang berkaitan dengan pemberitaan. Pemberitaan merupakan bagian yang dominan atau bagian yang penting dalam media tersebut.
- Cermat dalam hal akurasi bagi penyampaian fakta-fakta laporannya.
- Mempublikasikan atau menyiarkan karya jurnalistik itu untuk kepentingan umum.
- Berpendirian independen atau mandiri, tetapi tidak harus berarti bersikap netral.
- Tidak bersikap partisan. Dengan demikian, tidak menjadi corong kekuatan atau kekuasaan kelompok tertentu, seperti kekuatan atau kekuasaan politik, ekonomi, dan lain-lain.

- Mengikuti standar jurnalisme profesional dan menaati kode etik jurnalistik, yaitu bahwa laporan pers hendaknya faktual, akurat, dan objektif. Faktual berarti laporan pers sesuai dengan fakta yang dilihat atau didengarnya. Akurat berarti pengutipan fakta dan keterangan yang diperolehnya tidak keliru, walaupun kebenarannya sering bergantung pada pengetahuan narasumber. Objektif berarti pemberitaannya berimbang atau memuat versi semua pihak yang dilibatkan dalam laporan itu, *fair* atau adil, tidak bias, serta tidak diskriminatif dan tidak berprasangka karena pertimbangan berdasarkan perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, atau bahasa.

Media Pers juga diharapkan:

- Menghargai kehidupan pribadi atau *privacy,* sepanjang tingkah-laku dan perbuatan seseorang tidak mengganggu atau merugikan kepentingan umum.
- Tidak melecehkan atau merendahkan martabat orang-orang yang kurang beruntung, seperti kaum miskin, warga yang cacat jiwa atau sakit jiwa, dan warga yang sakit jasmani atau cacat jasmani.
- Menghormati hak-hak asasi manusia, termasuk kebebasan pers selain kebebasan masyarakat untuk berekspresi dan menyatakan pendapat serta untuk memperoleh informasi.
- Tidak terbujuk oleh iming-iming narasumber yang hendak memberi "uang suap" atau "uang amplop" sehingga menyebabkan sajian karya jurnalistiknya tidak objektif dan tidak profesional.
- Bahkan perlu sekuat tenaga menolak tekanan dari pihak luar berupa paksaan atau teror. Yang dimaksudkan dengan "pihak luar" malahan termasuk para pemilik dan para pemegang saham perusahaan pers itu sendiri yang tidak sependapat dengan kebijakan *(policy)* redaksi dalam sajian karya jurnalistiknya.

MEDIA PARTISAN SEPERTI PRODUK HUMAS

Media massa partisan agaknya dapat disejajarkan dengan media yang dikelola oleh pejabat Hubungan Masyarakat (Humas). Dengan demikian, kedua profesi, baik sebagai wartawan di media pers maupun sebagai pengelola media partisan dapat menjadi pengelola karya jurnalistik—yang sasarannya sama-sama untuk kepentingan publik atau masyarakat yang seluas mungkin.

Namun, walaupun "keluarga media partisan" dan "keluarga media pers" berasal dari satu rumpun, yaitu "keluarga media komunikasi massa," haruslah diakui bahwa dalam kenyataannya kedua keluarga ini hidup secara terpisah, berhubung dengan perbedaan fungsi dan tugasnya.

Benar, masih terdapat persamaan fungsi dan tugas pada kedua keluarga ini. Keduanya mengembangkan keterbukaan agar dapat memberikan layanan informasi kepada khalayak ramai (*audience*) seluas mungkin. Dengan demikian, keduanya berpijak pada kebenaran dan menganut asas kepentingan umum.

Kelompok media partisan, seperti juga pers, dengan demikian, tidak selayaknya membangun "tembok pemisah" antara kebenaran dan khalayak ramai. Karena, hasil kerja atau karya pengelola media partisan merupakan bagian dalam jalinan "komunikasi dua arah" bagi partai politik atau golongan masyarakat atau penganut paham tertentu dengan publik.

Akan tetapi, apa boleh buat, antara "keluarga media partisan" dan "keluarga media pers" juga terdapat perbedaan dalam fungsi dan tugasnya. Keterbukaan media partisan, bagaimanapun, bisa terbatas karena harus memelihara citra pihak yang diwakili oleh media ini.

Sebaliknya, keterbukaan media pers hampir tidak terbatas karena pers "dikodratkan," sesuai dengan sejarahnya, untuk mewakili khalayak ramai dalam upaya memperoleh informasi selengkap dan

semendalam mungkin. Tidaklah jarang terjadi bahwa citra narasumber, yang mungkin diwakili oleh pengelola media partisan, bahkan dapat dikorbankan oleh pers demi kepentingan umum yang lebih luas. Di sinilah kadang-kadang terjadi ketegangan, bahkan konflik, dalam hubungan di antara kedua "keluarga" itu.

Akan tetapi, harap pula dimaklumi bahwa yang dimaksudkan dengan "khalayak ramai," yang sering kali hanya dapat mengharapkan informasi lengkap dari pers semata-mata, termasuk juga kalangan narasumber itu sendiri. Dengan kata lain, pengelola media partisan dapat "dirugikan" dan, sebaliknya, dapat "diuntungkan" oleh informasi yang berkembang di media pers.

Jadi, sesungguhnya, ada kepentingan timbal-balik antara kedua keluarga tersebut. Dan, oleh karena itu, diperlukan saling pengertian antara kedua keluarga ini. Saling pengertian tentang kesamaan—dan juga perbedaan—dalam fungsi dan tugas masing-masing. Lagi pula, pers menyalurkan informasi bukan semata-mata demi menyebarkan informasi *an sich*. Melainkan, di dalam tindakan ini terkandung kepentingan yang lebih luas. Yakni:

- Pers ikut menciptakan suatu masyarakat yang lebih sarat informasi (*well informed*).
- Yaitu informasi yang benar dan berimbang, yang tidak menyesatkan, yang melegakan batin, dan yang mencerahkan alam pikiran.
- Informasi yang memperkaya saling pengertian antar manusia dan yang dapat membimbing khalayak untuk memahami arah kehidupan yang hendak ditempuh pada masa kini dan pada masa depan.
- Hanya dengan berbekal informasi yang lengkap dan benar, khalayak dapat menjadikan informasi itu sebagai basis untuk berpikir, atau bahkan sebagai pedoman, agar dapat mengambil putusan yang tepat bagi perbaikan nasibnya.

MEDIA PARTISAN PADA "ZAMAN LIBERAL"

Pada masa yang dikenal sebagai "Zaman Liberal" di Indonesia—sejak pengakuan kedaulatan oleh Pemerintah Belanda bulan Desember 1949 sampai menjelang akhir pemerintahan Presiden Soekarno setelah terjadi "Gerakan 30 September (G30S)" tahun 1965, media komunikasi massa yang biasa menampilkan sikap partisan tetap diakui sebagai Media Pers.

Maklum, sebagian Media Pers pada masa itu menjadi corong partai politik atau setidaknya mendukung ideologi partai. Bahkan Menteri Penerangan membuat Keputusan Nomor 29 Tahun 1965 tentang Norma-norma Pokok Perusahaan Pers dalam Rangka Pembinaan Pers Indonesia. Keputusan itu mewajibkan setiap terbitan pers mengajukan permintaan izin terbit yang baru dengan melampirkan rekomendasi dari partai politik, organisasi massa, atau Dewan Pemerintah Daerah Tingkat I (Pancatunggal). Pemberi rekomendasi ikut bertanggung jawab atas isi terbitan pers yang bersangkutan.

Peraturan ini, pada hakikatnya, mencoba meniadakan pers independen dan mempermudah kontrol pemerintah dalam upaya menekan kebebasan pers. Kalau ada media pers yang tetap kritis setelah diperingatkan oleh pemerintah, maka pihak pemberi rekomendasi akan mendapat giliran untuk juga diperingatkan.

Upaya lainnya oleh pemerintah Orde Lama untuk membatasi arus informasi serta mengekang kebebasan berpendapat dan berekspresi juga dilakukan pada akhir 1962 dengan hanya mengakui satu kantor berita di negeri ini, yaitu Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) *Antara*. Kantor berita *Persbiro Indonesia* (PIA) yang dipimpin oleh Djamaludin Adinegoro digabung dengan *Antara*. Sedangkan dua kantor berita lainnya yang lebih kecil, yaitu *Asian Press Board* (APB) dan *Indonesian National Press and Publicity Service* (INPS) ditutup. Menurut Presiden Soekarno, tindakan ini

dimaksudkan untuk membangun "Kantor berita nasional yang kuat dan lengkap" sehingga "kita meningkat satu tingkat lebih tinggi dalam… pemberitaan… revolusi kita."

Sikap memihak yang kuat *(partisanship)* kepada paham tertentu dengan gamblang ditunjukkan, misalnya, pada tajuk rencana koran-koran nasional *Merdeka* dan *Harian Rakjat* di Jakarta ketika terlibat dalam polemik selama satu bulan sejak 2 Juni sampai 7 Juli 1964. Sedemikian tajam pertentangan pendapat kedua surat kabar itu, yang dimuat dalam tajuk rencana pada edisi hampir setiap hari, sehingga Kejaksaan Agung meminta mereka menghentikan polemik tersebut.

Permintaan itu, yang diumumkan pada 7 Juli 1964, menyatakan: "Kejaksaan Agung dengan saksama, akan tetapi juga dengan prihatin, mengikuti polemik yang berlangsung sejak beberapa waktu yang lalu antara surat-surat kabar *Harian Rakjat* dan *Merdeka*—terutama yang mengenai haluan negara dan pelaksanaannya….

"Kejaksaan Agung berpendapat bahwa polemik itu membahayakan persatuan daripada tenaga-tenaga revolusioner di dalam tubuh bangsa, bahwa polemik itu mengganggu keamanan politik, bahwa polemik itu bisa menyebabkan Rakyat tidak bersatu pikiran mengenai revolusi, hal mana terutama dirasakan sangat merugikan dalam pelaksanaan Dwikora dewasa ini….

"Kejaksaan Agung berpendirian bahwa *Harian Rakjat* dan *Merdeka* mewakili kekuatan-kekuatan revolusioner yang tidak boleh berhadapan satu sama lain secara antagonistis."

"Permintaan" atau "anjuran" Kejaksaan Agung itu untuk mengakhiri polemik dipenuhi oleh kedua surat kabar, "meskipun alasan dari anjuran kami itu tidak Saudara setujui sepenuhnya."

Pernyataan Kejaksaan Agung itu dikutip dalam buku *Polemik Merdeka Harian Rakjat* yang diterbitkan oleh Harian Rakjat pada tahun 1964. Dalam buku ini juga dimuat seluruh naskah tajuk rencana kedua surat kabar tersebut selama polemik berlangsung, termasuk dua contoh di bawah ini (dikutip sebagian, sesuai dengan naskah aslinya dalam ejaan lama).

OIeh karena itu, publik sering bertanya, apa saja yang menjadi ciri-ciri media pers? Pada hemat saya, ciri-ciri berupa sikap atau kebijakan (policy) yang ditetapkan oleh redaksi

"Induk karangan: GAGASAN SATU PARTAI" harian *Merdeka* pada 2 Juni 1964 menyatakan:

Apabila kita sekarang telah menegaskan lagi, bahwa Pantjasila adalah dasar2 ideel negara kita. Bahwa Pantjasila adalah falsafah kehidupan nasional bangsa. Dan djuga kita telah menerima Manipol-Usdek

dan pedoman2 pelaksanaannja sebagai haluan negara dan program perdjuangan revolusi bangsa Indonesia, maka tidaklah mengherankan, apabila sekarang timbul pikiran2 untuk menjederhanakan lagi partai2 jang masih tertinggal sekarang. Dan bahkan diandjurkannja dibubarkannja partai2 itu untuk kemudian membentuk hanja satu partai sadja. Partai yang besar. Partai jang harus mendjadi partai pelopor, sebagaimana dikehendaki oleh Pak Ali dari PNI dari segenap kekuatan revolusioner rakjat Indonesia jang telah menerima Patjasila sebagai satu asas bersama, dibawah pimpinan Pemimpin Besar Revolusi Bung Karno.

Merdeka, yang berhaluan nasionalis, tetapi tidak menjadi corong resmi Partai Nasional Indonesia (PNI) yang dipimpin oleh Ali Sastroamidjojo, dibalas oleh *Harian Rakjat* dalam 'Editorial: "GOTONGROJONG" A LA "BI" DAN "PERSATUAN" A LA "MERDEKA"' pada edisi 4 Juni 1964. *BI* adalah koran *Berita Indonesia* yang juga terlibat dalam polemik ini. *BI* sama-sama berhaluan nasionalis seperti *Merdeka* dan pernah sama-sama dipimpin oleh Burhanuddin Muhammad (B.M.) Diah. *Harian Rakjat,* surat kabar berhaluan komunis dan menjadi corong resmi Partai Komunis Indonesia (PKI), menanggapi:

Setjara naif dan simplistis, "Merdeka" memberi "alasan" bahwa kalau tinggal hanja "satu partai" maka persatuan akan "lebih kokoh". Se-akan2 jang dikumpulkan itu benda2 mati dan bukan klas2, golongan2, manusia2. Se-akan2 lenjap partai2 akan berarti lenjap problim2 sehingga kita bisa lenggangkangkung kemasjarakat adil dan makmur. Biasanya usaha2 pengatjauan, terutama terhadap Manipol, djustru datang dari avonturir diluar partai politik.

"BI" mau praktekkan "humanisme universil" dalam kehidupan politik dan "Merdeka" anti-partai2 dan anti-politik – siapa orangnja jang menduga bahwa Manikebuisme yang sudah dilarang Presiden mendjelma kembali didalam diri "BI" dan "Merdeka"?

MEDIA PARTISAN PADA MASA REFORMASI

Kebebasan pers di Indonesia sejak tahun-tahun awal Masa Reformasi melahirkan sebarisan media advokasi (media pembelaan), media partisan, serta media sensasi dan media sensual—yang menamakan dirinya sebagai pers.

Memang, ada cerita-cerita takhayul tanpa menghiraukan skeptisisme—yang, sebenarnya, sudah puluhan tahun mengisi beberapa media sensasi. Ada pula pernyataan pembelaan diri para mantan tahanan politik Gerakan 30 September (1965) dan Partai Komunis Indonesia (PKI), atau keluhan keturunan mereka yang merasa diperlakukan tidak adil, suatu laporan yang hampir mustahil disiarkan di media pers pada masa Orde Baru.

Tetapi, juga ada pembelaan terhadap berbagai kebijakan pemerintahan Orde Baru melalui wawancara eksklusif dengan mantan presiden Soeharto sepanjang delapan halaman tabloid (*Siar*, 19-25 April 1999). Pada tahun-tahun awal Orde Baru penyiaran laporan seperti itu untuk membela mantan presiden Soekarno hampir tidak mungkin bisa dilakukan.

Pers kini bahkan bisa dengan tajam mengkritik seorang presiden yang sedang berkuasa. Pernyataan Bacharuddin Jusuf Habibie tentang gerakan komunis, marhaenis, dan sosialis (Komas) "yang menginginkan disintegrasi bangsa" dikatakan "mencerminkan pengetahuan Presiden Habibie yang dangkal mengenai komunisme, marhaenisme, dan sosialisme" (harian *Kompas*, 6 Mei 1999). Bandingkan, umpamanya, dengan tulisan Soepeno sebagai pemimpin redaksi surat kabar mingguan beraliran politik kiri *Revolusioner* di Yogyakarta, yang dilarang beredar pada tahun 1948, hanya tiga tahun setelah Indonesia merdeka, karena menyebut Presiden Sukarno "bombastis."

Kebebasan menyatakan pendapat dan berekspresi yang berkembang sekarang ini memungkinkan beredarnya media advokasi dan media partisan, terutama pada masa kampanye politik dalam pemilihan kepala daerah serta pemilihan presiden dan wakil presiden. Namun, media tersebut segera lenyap setelah pemilihan umum selesai. Malahan ada media demikian yang diproses dalam jalur hukum sampai ke pengadilan karena dikeluhkan melakukan pencemaran nama baik dan penistaan.

Para peminat media partisan dan media advokasi yang menginginkan produk publikasinya mena-

rik bagi publik, sehingga dapat diterbitkan secara reguler, sebaiknya mengamati pedoman penyajian karya jurnalistik yang dianjurkan oleh Scott M. Cutlip dan Allen H. Center dalam buku *Effective Public Relations*. Buku tersebut dimaksudkan sebagai panduan bagi para pejabat Hubungan Masyarakat, seperti yang ada di lembaga atau instansi pemerintah serta perusahaan negara dan swasta, dan diterbitkan oleh Prentice-Hall, Inc. di Englewood Clifts, New Jersey, Amerika Serikat. Panduan di bawah ini dikutip dari cetakan kelima yang diterbitkan pada tahun 1982.

Mereka percaya bahwa pedoman ini berlaku bagi para pengelola baik media pers maupun media bukan-pers atau non-pers. Keduanya, yang sama-sama merupakan anggota "rumpun media massa," perlu memperhatikan kepentingan publik seluas mungkin, yaitu:

- Apa pun perbedaan persepsi antara kedua kalangan—pers dan non-pers—tentang berita atau informasi yang ingin dipublikasikan, yang penting diperhatikan adalah bahwa isinya harus menarik dan ditulis dengan susunan atau struktur yang menarik pula—dan dengan bahasa yang baik.
- Informasi itu tidak perlu disajikan secara panjang lebar apabila fakta-fakta yang perlu disampaikan kepada publik, sebenarnya, sedikit sekali. Dengan demikian, publikasi informasi itu tidak perlu membuang-buang terlalu banyak waktu para pembaca.
- Perlu pula dipertimbangkan, apakah informasi atau berita dalam publikasi itu benar-benar menarik perhatian atau menjadi kepentingan khalayak yang menjadi sasaran?
- Apakah pentingnya informasi itu sudah jelas bagi khalayak?
- Apakah informasi itu memang layak dipublikasikan, mengingat persaingan yang ketat untuk menarik perhatian khalayak?

Informasi itu tidak perlu disajikan secara panjang lebar apabila fakta-fakta yang perlu disampaikan kepada publik, sebenarnya, sedikit sekali. Dengan demikian, publikasi informasi itu tidak perlu membuang-buang terlalu banyak waktu para pembaca.

- Apakah informasi itu dapat menjawab setiap pertanyaan yang wajar atau masuk akal dari para pembaca?
- Apakah informasi itu bermanfaat untuk mempromosikan tujuan organisasi, instansi, atau lembaga yang bersangkutan?
- Apakah publisitas itu dengan benar atau dengan tepat (akurat) mencerminkan sifat dan keadaan organisasi, instansi, atau lembaga yang bersangkutan?
- Apakah fakta-fakta, nama-nama, dan tanggal peristiwanya akurat?
- Apakah istilah-istilah teknisnya jelas bagi khalayak pada umumnya?

Ini berarti, para penulis untuk media bukan-pers pun, seperti media yang diterbitkan oleh lembaga dan instansi pemerintah, atau perusahaan negara dan swasta, atau organisasi, perlu memiliki kemampuan menyusun karya jurnalistik praktis.

PERS DAN PEMILU SERENTAK DI BALI: HILANGNYA AGENDA LOKAL DAN DAYA KRITIS PERS

Oleh: **Dr. NI MADE RAS AMANDA GELGEL***)

ABSTRAK

Pers adalah bagian integral dari demokrasi suatu negara. Oleh karena itu, pada pesta demokrasi pers diharapkan menjaga netralitas dan berperan penuh. Pemilu serentak 2019 merupakan ujian bagi dunia pers, baik pers nasional maupun lokal, apakah mampu menjaga idealismenya. Pemilu yang serentak berdampak pada priming media yang mengedepankan isu-isu nasional. Hal ini terjadi pada pemberitaan pers di Bali pada saat pemilu serentak 2019. Dari 50 sampel berita di media lokal online yang dikaji, diketahui isu/agenda yang mendapat porsi pemberitaan sebagian besar adalah isu nasional yakni kampanye pasangan capres-cawapres. Isu-isu lokal dapat dikatakan menghilang karena kuantitas dan sorotannya yang sangat minim. Dampaknya adalah hilangnya wacana atau perbincangan (agenda publik) di masyarakat lokal

mengenai permasalahan-permasalahan seputar mereka. Hal ini tentu mengancam aura demokrasi di tingkat lokal, yakni kurangnya informasi dan referensi masyarakat mengenai politik lokal. Karena kurang mendapat ruang di media arus utama, pilihan para peserta pemilu tingkat lokal kemudian beralih pada media lokal lain yang masih bersedia memberikan tempat untuk berwacana. Media media tersebut umumnya adalah media yang belum terverifikasi sebagai perusahaan pers sesuai standar yang ditetapkan Dewan Pers. Mereka cenderung hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi. Dampaknya adalah hilangnya objektifitas dan daya kritis media tersebut dalam menyajikan berita terkait pemilu.

Kata kunci: agenda media, bali, pers lokal, pemilu, isu lokal

PENDAHULUAN

Keberadaan pers adalah sebagai penyeimbang berjalannya tatanan kehidupan bernegara dan berbangsa. Pers diharapkan menjaga objektivitas dan berpartisipasi pada saat demokrasi suatu bangsa diuji yakni pada Pemilu. Pemilu serentak pada 2019 merupakan ujian bagi dunia pers apakah mampu menjaga idealismenya, baik pers nasional maupun pers lokal. Namun pemilu yang serentak disinyalir menyebabkan perhatian pers tersentralisasi pada isu-isu nasional. Hal ini akan menyebabkan hilangnya agenda-agenda di tingkat lokal serta menumpulkan daya kritis pers. Fenomena ini yang akan dikaji dalam tulisan ini.

Pesta demokrasi telah usai pada setahun yang lalu tepatnya 17 April 2019. Pemilu serentak akan memengaruhi komitmen penguatan partai politik dalam koalisi permanen untuk memperkuat basis kekuatan mereka di lembaga-lembaga negara yang tinggi sehingga pemilu serentak diharapkan dapat memfasilitasi pembenahan sistem presidensial di Indonesia[1]. Sebanyak 190 juta orang terdaftar sebagai pemilih yang telah memilih seorang Presiden dan Wakil Presiden, 575 anggota DPR RI, 136 Anggota DPD, 2207 anggota DPRD Provinsi dan 17.610 anggota DPRD Kota/Kabupaten. Pesta demokrasi melibatkan 15 Partai Nasional dan 4 partai lokal di NAD.

Angka besar ini menjadi bagian utama perhelatan akbar yang telah dimulai pada tahun 2018. Media massa berlomba-lomba mengangkat pesta ini di dalam ruang-ruang pemberitaan dan ragam bentuk karya jurnalistik lainnya. Pemilu serentak 2019 mendapat sorotan karena selain menjadi tolak ukur demokrasi di Indonesia, pesta ini tercatat menggunakan lebih dari Rp25 Triliun uang rakyat untuk pelaksanaannya

Data Kementrian Keuangan RI, pesta ini lebih mahal dibandingkan pada Pemilu 2014. Direktorat Jendral Anggaran mengalokasikan anggaran penyelenggaraan pemilu sebesar Rp25,59 Triliun, naik dibandingkan pada Pemilu 2014 yang menganggarkan Rp15,62 triliun. Anggaran untuk Pengawasan melalui Bawaslu pun meningkat menjadi 4,86 Triliun dari Rp3,67 Trilliun pada tahun 2014. Angka ini walau naik dianggap lebih efektif karena penyelengaraan pemilihan calon legislatif dan Calon Presiden dilakukan bersamaan[2]. Pesta demokrasi ini dianggap akan mampu menggerakkan perekonomian Indonesia. Kampanye yang panjang akan membuat peserta pemilu mengeluarkan biaya untuk iklan, ongkos atribut kampanye, konsultan politik, hingga berhubungan dengan media.

Anggaran yang besar dan proses demokrasi ini pun dinilai memiliki kerawanan. Indeks Kera-

1. Ratnia Solihah, 2018. Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 dalam Perspektif Politik. Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan vol. 3, No. 1, 2018 73-88 DOI: 10.14710/jiip.v2i1.3234

2. Kemenkeu.2019. 'Memilih Masa Depan Indonesia', MEDIAKEUANGAN: Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal, Vol XIV/No. 139/April 2019

wanan Pemilu yang dikeluarkan Banwaslu mencatat hasil Indeks Kerawanan Pemilu untuk pemilihan umum tahun 2019 (IKP 2019) pada tingkat provinsi menunjukkan bahwa semua daerah menduduki peringkat kerawanan sedang[3]. Beberapa dimensi yang harus diwaspadai di antaranya dimensi relasi kuasa di tingkat lokal, kampanye, partisipasi pemilih dan publik. Relasi lokal mengkhawatirkan meningkatnya pengaruh tokoh/kelompok dominan di tingkat kabupaten/kota, adanya mobilisasi dengan menggunakan politik uang dan adanya tokoh/kelompok bisnis dominan di tingkat kabupaten/kota.

Indeks Kerawanan Pemilu menggunakan media massa sebagai indikator. Hampir di seluruh dimensi menyertakan pemberitaan di media massa menjadi tolak ukur. Contohnya pada subdimensi proses pencalonan (132-136), isi pemberitaan menjadi tolak ukur yaitu, apakah ada atau tidak pemberitaan di media massa tentang sengketa pencalonan DPRD Kab/Kota (0,46), pemberitaan mengenai identifikasi hubungan kekerabatan antara peserta dan penyelenggara Pemilu, pemberitaan tentang praktik mahar politik.Bahkan subdimensi partisipasi publik hanya menggunakan indikator dari pemberitaan di media massa yakni, apakah ada pemberitaan partisipasi masyarakat dalam pengawasan pemilu, adanya hambatan media massa terhadap akses proses tahapan pemilu (165).

Hal ini membuktikan bahwa media massa dinilai memiliki peran cukup besar atas keberhasilan pemilu pada khususnya dan demokrasi di Indonesia pada umumnya. Peran media massa adalah hal hakiki dalam perhelatan terakbar ini. Pers diharapkan mampu menyediakan ruang publik sebagai wadah aspirasi maupun penyaluran suara/agenda publik untuk menjadi bahan pertimbangan pada saat kampanye jelang pemilu[4]. Wolfgang Merkel (2004) menjelaskan peran pers dalam *embedded democracy*, di mana prinsip-prinsip demokrasi ada dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Pers dalam *embedded* demokrasi berada di posisi dalam mempersiapkan prasyarat hak politik. Pers menjadi mekanisme untuk masyarakat mengawasi dan memberikan *reward-punishment* bagi pemerintah dalam keseharian bukan hanya pada saat pesta demokrasi 5 tahun sekali. Demokratisasi di Indonesia hingga di tingkat lokal. Oleh karena itu pers di tingkat lokal juga tetap menjalankan salah satu fungsi persnya yakni *survailance* atau pengawasan. Pers lokal diharapkan menjalankan fungsinya sebagai pengawas atau 'anjing penjaga'. Pers bertugas untuk memastikan pemerintahan dan sistemnya berjalan sebagaimana mestinya dan tidak merugikan masyarakat (Schechter, 2007[5], Ishwara 2008)[6]. Demokratisasi yang telah berbasis hingga tingkat lokal membutuhkan pers di tingkat lokal untuk bekerja bersama memastikan demokrasi Indonesia berjalan pada jalurnya.

Media lokal dapat berperan dalam terwujudnya proses demokrasi di Indonesia. Namun eksistensi media lokal sebagai subsistem dalam politik lokal membutuhkan profesionalisme dan idealisme. Tanpa keduanya, tidak akan mudah untuk media tetap bertahan memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Sebagai institusi bisnis,media lokal harus meningkatkan kualitas manajemen mereka untuk mendukung seluruh perusahaan dan kesejahteraan pekerjanya (Yusuf, 2011)[7].

Bali pada pemilu serentak 2019 memiliki tingkat partisipasi di atas target nasional. KPU Bali mencatat tingkat partisipasi pemilih pada pemilu serentak 2019 mencapai 81,25 persen lebih tinggi dari rata-rata nasional yakni 77,5 persen. Bali se-

3. Bawaslu (Badan pengawas Pemilihan Umum). 2019. IKP 2019 Indeks Kerawanan Pemilu. Bawaslu : Jakarta
4. Wofgang Merkel. 2004. Embedded and Defective Democracies. Democcratization. Vol 11,. No 5.
5. Danny Schechter. 2007. Matinya Media Perjuangan, Menyelamatkan Demokrasi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
6. Luwi Ishwara. 2008. Catatan-catatan Jurnalisme Dasar. Jakarta: Kompas
7. Yusuf, Iwan Awaludin. 2011. Media Lokal dalam konstelasi komunikasi politik di Daerah. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 14, No.3 https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10930

lalu menjadi satu dari sekian banyak provinsi di Indonesia dengan tingkat pemilih yang tinggi.

Oleh karena itu menarik ditelaah apakah tingginya partisipasi pemilih di Bali dan dinamika politik lokal di Bali dipengaruhi oleh kinerja media massa lokal di Bali? Bagaimana peran media massa khususnya media lokal di Bali dalam pemilu serentak? Apakah media lokal di Bali telah melakukan perannya dalam memberikan referensi dan informasi yang dibutuhkan publik dan melakukan pengawasan?

PERS LOKAL DI BALI, ISU DAN PEMILU

Kajian ini akan menggunakan dasar analisis isi atas lima media online terbesar dan terkuat di Bali selama masa kampanye 23 September hingga 13 April 2019. Kelima media *online* yang dijadikan objek penelitian adalah (1) *balipost.com*, bagian dari kelompok media terbesar dan terkuat di Bali yakni Kelompok Media *Balipost*, (2) *beritabali.com*, satu-satunya media lokal yang hanya berbasis pada media *online* dan menjadi media *online* pertama di Bali, (3) *nusabali.com,* salah satu media lokal yang berkonvergensi dengan media cetak yang merupakan salah satu media dengan oplah tertinggi di Bali, (4) *bali.tribunnews.com* sebagai media *online* dengan tingkat pengunjung terbanyak di Bali dan terbanyak ketiga di Indonesia untuk website (Alexa, 2020), (5) *radarbali.jawapos.com* sebagai media dengan jumlah kunjungan yang tinggi dan bagian dari jejaring media nasional terbesar.

Dari masing-masing media tersebut diperoleh 10 sampel berdasarkan tingkat kunjungan tertinggi. Maka diperoleh total 50 sampel berita selama masa kampanye pemilu serentak 2019.

Dari 50 berita yang dijadikan sampel obyek penelitian, diketahui beberapa isu yang menjadi agenda utama di pemberitaan kelima media *online* tersebut. Isu tersebut adalah Kampanye Pilpres, Gaya/bentuk berkampanye, Pelanggaran Kampanye, hingga persiapan yang dilakukan penyelenggara. *Agenda-setting theory* yang dirumuskan oleh McCombs and Shaw pada 1972, menjelaskan relasi antara penekanan media massa pada isu tertentu dan arti penting yang dinisbahkan audiensi kepada isu tersebut. Isu yang ditekankan media ini ditekankan untuk mendapat perhatian lebih dari masyarakat umum. Dari identifikasi isu di atas, porsi pemberitaan lebih lebih banyak bicara mengenai kampanye yang dilakukan Calon Presiden dan Wakil Presiden. Baik Pasangan Joko Widodo – Ma'aruf Amin maupun Pasangan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno. Dari 50 sampel berita, 23 berita mengangkat isu mengenai kampanye kedua pasangan kampanye. Ini menunjukkan bahwa isu mengenai kampanye Pilpres mendapat porsi dan penekanan yang lebih besar. Berikut beberapa contoh berita mengenai kampanye Pilpres. Berita dari *balipost.com* dengan judul "Megawati Minta Kader PDIP Menangkan Pileg dan Jokowi-Ma'ruf"[8], "Di Bali Prabowo Janjikan Rekrut Pejabat Anti Korupsi"[9]. Berita dari *bali.tribunnews.com* dengan judul "Kampanye di Kompyang Sujana, Prabowo Puji Kepahlawanan Masyarakat Bali"[10], "Berkampanye di Bali, Ini yang Dirasakan Prabowo"[11]. *NusaBali.com* dengan berita berjudul "Prabowo hari ini, Jokowi Baru Akan Goyang Bali 6 April"[12] dan "Kampanye Terbuka Jokowi Di Bali Dievaluasi"[13]. *Beritabali.com* dengan berita "Kampanye di Denpasar, Ini Pesan Pra-

8. http://www.balipost.com/news/2018/09/01/54395/Megawati-Minta-Kader-PDIP-Menangkan...html
9. http://www.balipost.com/news/2019/03/26/71612/Di-Bali,Prabowo-Janjikan-Rekrut...html
10. https://bali.tribunnews.com/2019/03/26/kampanye-di-kompyang-sujana-prabowo-puji-kepahlawanan-masyarakat-bali
11. https://bali-tribunnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/bali.tribunnews.com/amp/2019/03/26/berkampanye-di-bali-ini-yang-dirasakan-prabowo
12. https://www.nusabali.com/berita/49366/prabowo-hari-ini-jokowi-baru-akan-goyang-bali-6-april
13. https://www.nusabali.com/berita/49795/kampanye-Terbuka-Jokowi-Di-Bali-Dievaluasi

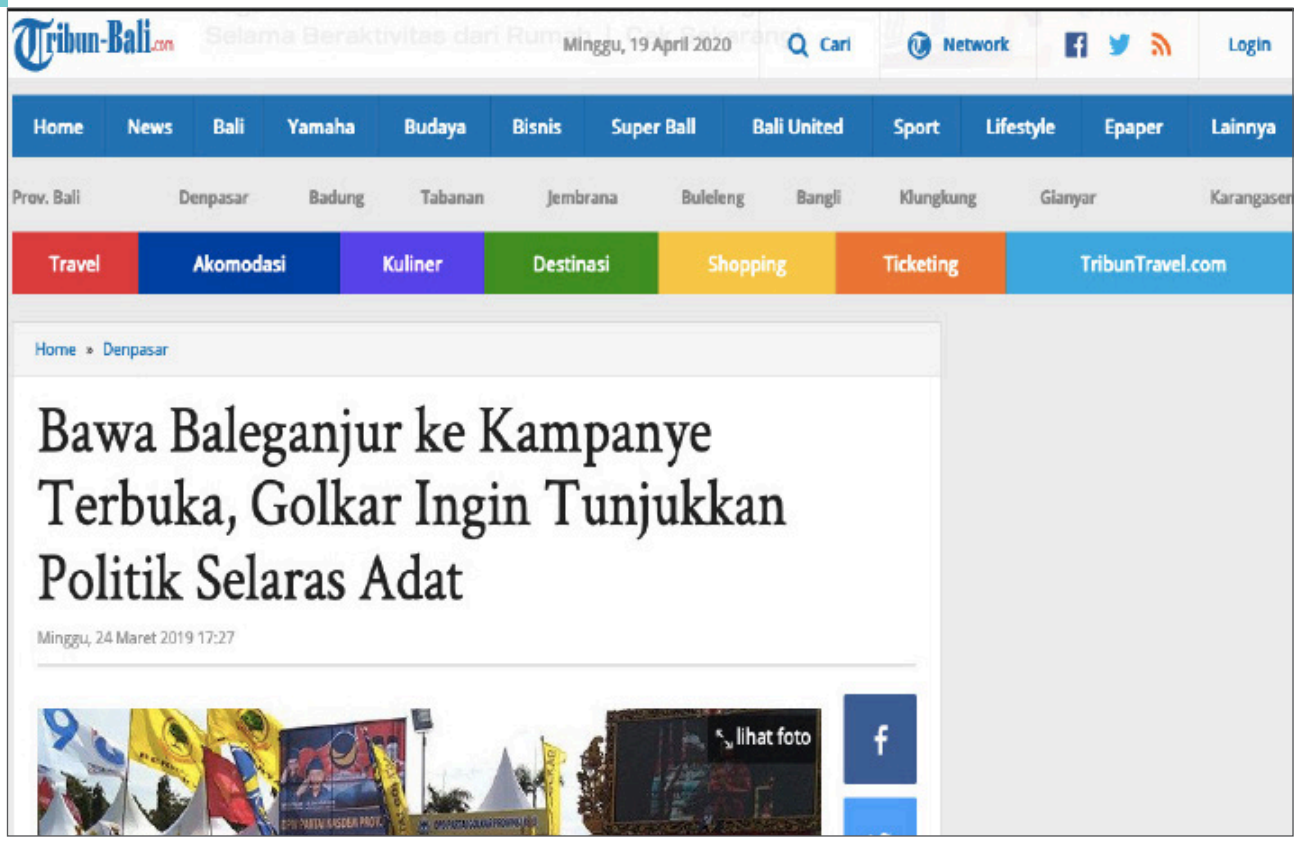
Gambar 1. Berita 5 Media Online terbesar di Bali

bowo Untuk Semeton Bali"[14]. *Radarbali.jawapos.com* dengan berita "Wooww…Kampanye di Bali, Capres Prabowo Janji Turunkan Semua Harga"[15] dan "1.000 Penari Siap Warnai Kampanye Akbar Jokowi- Ma'ruf Amin"[16].

Contoh berita dengan di luar kampanye pilpres adalah dengan penekanan pada (1) Bentuk Ragam Kampanye yang ditemui pada berita antara lain di *balipost.com* "Ganti, Gaya Kampanye Model Kolonial"[17] dan *bali.tribunnews.com* dengan berita "Bawa Badut ke Kampanye Terbuka, PKS Ingin Politik Bergembira"[18]; (2) Pelanggaran Kampanye dapat ditemui pada berita antara lain dari *bali.tribunnews.com* dengan berita "Soal Dugaan Pelanggaran Kampanye Koster, Begini Respon Bawaslu"[19] dan *radarbali.jawapos.com* dengan berita "Final! Kampanye di Acara Polda Bali, Kasus Koster Masuk Penyelidikan"[20]; (3) Kampanye di luar kampanye pilpres yang ditemui pada berita *nusabali.com* dengan judul "Bagi-bagi Bakso dan Es Cincau, Kampanye Kreatif Ala Made Mangku Pastika"[21]; (4) Kinerja Penyelenggara, pada berita di *nusabali.com* yakni "KPU Bali 'warning' iklan kampanye berkonten SARA"[22] dan dari *beritabali.com* dengan berita "Bawaslu Tabanan Kewalahan Tertibkan Atribut Partai di Pohon Perindang"[23].

Dari judul dan isi berita di atas diketahui bahwa media lokal di Bali lebih banyak memberitakan isu nasional yakni kampanye pilpres. Dari 50 sampel berita yang dikumpulkan hampir tidak

14. https://www.news.beritabali.com/read/2019/03/26/201903260023/kampanye-di-denpasar-ini-pesan-prabowo-untuk-semeton-bali
15. https://radarbali.jawapos.com/read/2019/03/26/127676/woowwkampanye-di-bali-capres-prabowo-janji-turunkan-semua-harga
16. https://radarbali.jawapos.com/read/2019/04/11/131108/1000-penari-siap-warnai-kampanye-akbar-jokowi-maruf-amin
17. http://www.balipost.com/news/2019/03/21/71195/Ganti,Gaya-Kampanye-Model-Kolonial.html
18. https://www.google.com/amp/s/bali.tribunnews.com/amp/2019/03/24/bawa-badut-ke-kampanye-terbuka-pks-ingin-politik-bergembira
19. https://bali.tribunnews.com/2019/02/18/soal-dugaan-pelanggaran-kampanye-koster-begini-respon-bawaslu-bali
20. https://radarbali.jawapos.com/read/2019/03/13/124715/final-kampanye-di-acara-polda-bali-kasus-koster-masuk-penyelidikan
21. https://bali.tribunnews.com/2019/03/24/bagi-bagi-bakso-dan-es-cincau-kampanye-kreatif-ala-made-mangku-pastika
22. https://www.nusabali.com/index.php/berita/43314/kpu-bali-warning-iklan-kampanye-berkonten-sara
23. https://www.news.beritabali.com/read/2019/03/21/201903220002/bawaslu-tabanan-kewalahan-tertibkan-atribut-partai-di-pohon-perindang



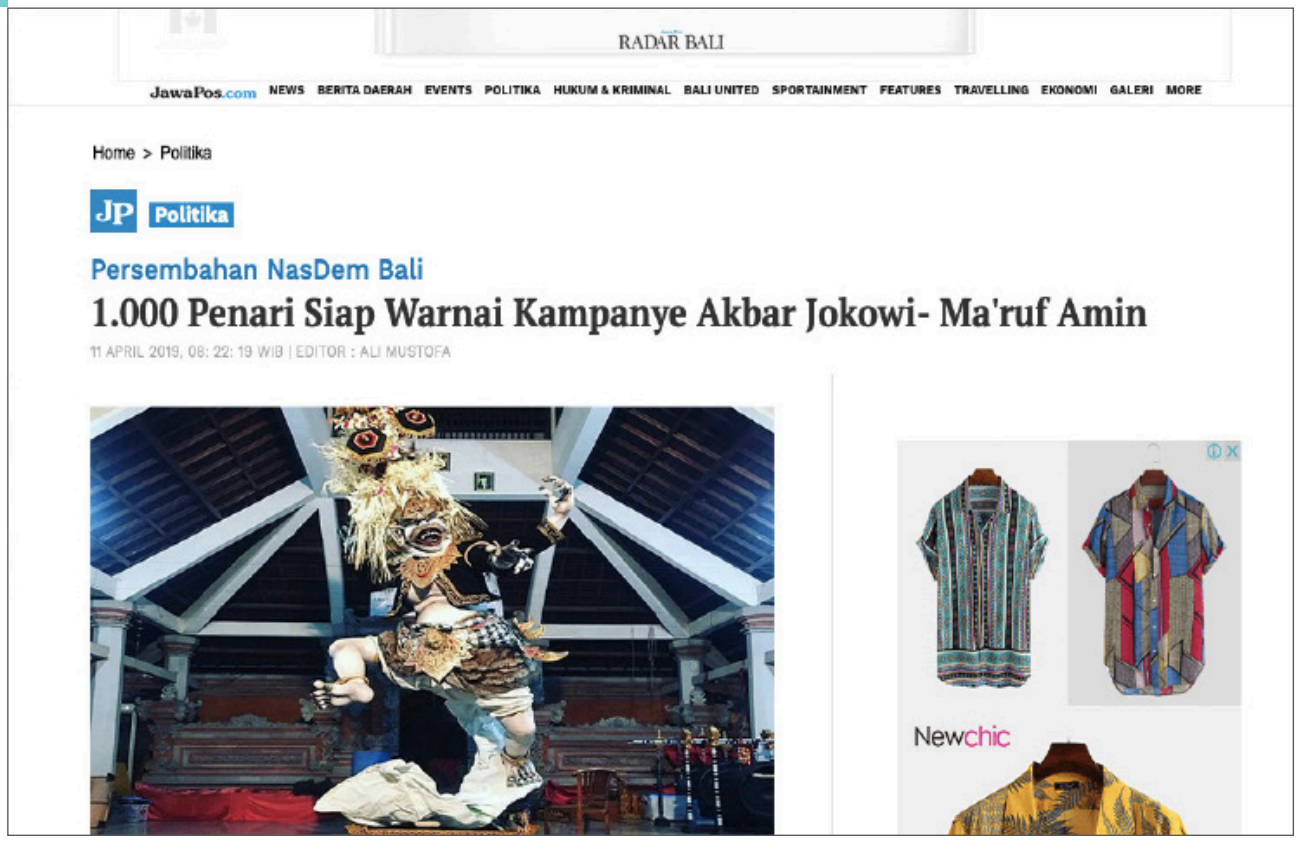
ditemukan berita dengan isu lokal. Ada pun isu lokal yang muncul adalah mengenai kampanye calon DPD yakni Made Mangku Pastika, dan Profil salah satu caleg *incumbent* dari Golkar untuk di DPRD Bali, yakni Made Gunawan. Di luar itu dari 50 sampel berita dengan *viewers* terbesar terlihat bahwa baik penekanan media dan minat membaca pada isu nasional. Hal ini menunjukkan hilangnya isu lokal dalam agenda-agenda media lokal pada saat pemilu serentak 2019. Hilangnya isu lokal ini akan dibahas pada sub bab berikut.

PERS DAN HILANGNYA ISU LOKAL

Pers memiliki peran untuk membangun agenda media di masyarakat. Tidak hanya agenda publik, namun juga agenda kebijakan. Hal ini dikenal dengan Teori *Agenda Setting,* Teori ini berbicara mengenai ide bahwa media memberi kontribusi pada persepsi khalayak, nilai dan prioritas khalayak. Rogers dan Dearing (1988) mengemukakan agenda ketiga selain agenda media dan agenda publik yakni agenda kebijakan. Rogers dan Dearing menawarkan istilah penciptaan agenda atau *agenda building* sebagai istilah yang lebih tepat untuk proses kolektif dan resiprokal dari ketiga agenda yang muncul. *Agenda-setting theory* juga menilai hingga bukan hanya apa yang dipikirkan, namun apa yang dinilai, bagaimana sikap dan penilaian kita terhadap sesuatu isu[24].

Namun Syahputra (2013) memandang bahwa pers pada masa ini dipandang telah semakin menjauh dari agenda publik karena adanya tekanan dari para pemilik media yang kuat dan memiliki target pencapaian ekonomi dan politik tertentu. Hal ini berbeda dibandingkan pada masa orde baru. Pada masa itu pers tertekan oleh sikap represif negara sehingga melahirkan kreativitas di

24..Rogers, E.M., Dearing, J.W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where it is going? . Communication Yearbook, 11


RADAR BALI

JawaPos.com NEWS BERITA DAERAH EVENTS POLITIKA HUKUM & KRIMINAL BALI UNITED SPORTAINMENT FEATURES TRAVELLING EKONOMI GALERI MORE

Home > Politika

JP Politika

Persembahan NasDem Bali

1.000 Penari Siap Warnai Kampanye Akbar Jokowi- Ma'ruf Amin

11 APRIL 2019, 08: 22: 19 WIB | EDITOR : ALI MUSTOFA

kalangan jurnalis dalam penghalusan bahasa. Publik pada masa ini diharapkan mampu untuk menangkap realitas faktual yang dikemas media dengan dua tahap pemaknaan yakni makna tekstual dan makna faktual. Syahputra (2013) menuliskan pada rezim pasca Orba sekarang ini sebagai rezim media, pada rezim ini kalimat yang digunakan bukan dalam bentuk penghalusan bahasa, melainkan kalimat yang berlebihan (hiperbolis). Hal ini dikarenakan adanya tekanan dari persaingan sesama industri media. Hal ini menurutnya lebih membahayakan dibandingkan pada rezim Orde Baru. Media pun dipandang telah banyak kehilangan idealismenya dan berorientasi pada keuntungan ekonomi-politik. Padahal keterkaitan media dengan publiknya tidak hanya urusan layaknya produsen dan konsumen.

Jurnalisme dan pers merupakan sektor terdepan dalam kerja media yang paling diharapkan mampu memberi kontribusi pada terwujudnya agenda publik sebagai *public interest*. Syahputra (2013) menjelaskan persyaratan agar kepentingan publik tetap terpenuhi oleh media massa, yakni pluralitas kepemilikan modal, kebebasan publikasi, diversitas informasi tersedia bagi publik, diversitas ekspresi opini, jangkauan ekstensif, kualitas informasi, respons terhadap hak asasi manusia.

Pada pemilu serentak 2019, porsi pemberitaan di Bali lebih fokus pada pemberitaan dengan isu nasional yakni Pilpres dibandingkan isu atau agenda lokal. Hilangnya isu lokal pada pada media-media besar di tingkat lokal akan membuat hilangnya agenda yang perlu diperhatikan oleh masyarakat di tempat tersebut. McCombs (1997) menyatakan media memiliki kekuatan memberitahukan khalayak isu apa yang perlu dipikirkan[25]. Porsi pemberitaan yang pada saat pemilu

25 McCombs, M.E. (1997) New Frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames. Mass Communication Review

serentak dengan hanya memfokuskan pada Pilpres akan menghilangkan agenda-agenda lokal seperti pemilihan legislatif di tingkat kota/kabupaten. Isu-isu lokal pun tidak menjadi bagian yang kemudian diperbincangkan di masyarakat. Pada titik ini, media melakukan tugasnya dalam menyebarkan informasi secara parsial. Kepada khalayak hanya disuguhkan isu yang menarik secara nasional, bukan agenda/isu lokal.

Susanto (2013) menjelaskan demokratisasi dalam komunikasi, merupakan titik tolak media massa dalam mendorong tercapainya masyarakat informasi yang sejahtera. Namun persoalannya, tidak mudah membangun demokrasi yang ideal[26]. Fenomena yang terjadi di Bali, yakni hilangnya agenda lokal tidak akan mendukung tercapainya masyarakat informasi yang sejahtera. Masyarakat menjadi tidak mengenali isu atau permasalahan lokal yang sepatutnya diperjuangkan oleh para calon legislatif.

PERS LOKAL DAN HILANGNYA KRITISISME

Salah satu fungsi pers adalah *survailance* atau pengawasan. Pers lokal diharapkan menjalankan fungsinya sebagai pengawasan atau 'anjing penjaga'. Pers bertugas untuk memastikan pemerintahan dan sistemnya berjalan sebagaimana mestinya dan tidak merugikan masyarakat (Schechter, 2007[27], Ishwara 2008)[28].

Franklin (2006) dalam bukunya *Local Journalism Local Media, Making The Local News* menjelaskan dalam kesimpulannya, koran lokal secara bisnis

26. Eko Harry Susanto, Media Massa, Pemerintah dan Pemilik Modal, jurnal Aspikom vol 1 no 6 tahun 2013 pp 477-484 http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/53/52
27. Danny Schechter. 2007. Matinya Media Perjuangan, Menyelamatkan Demokrasi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
28. Luwi Ishwara. 2008. Catatan-catatan Jurnalisme Dasar. Jakarta: Kompas

sangat sukses, namun kontribusi sebagai jurnalisme lokal yang kritis terhadap komunikasi politik lokal dan demokrasi lokal sangat minim[29]. Walau dalam bukunya yang merupakan kumpulan kontribusi berbagai kalangan – akademisi, lokal jurnalis, petugas pers pemerintahan, spesialis PR dan pers regulator – mengangkat penelitian dan kajiannya di Inggris, Wales, Scotland, dan Notherland Ireland, namun apa yang disimpulkan oleh Franklin relevan pada saat ini bahkan di Bali.

Data AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia) Bali mengatakan bahwa jumlah media *online* yang berkembang di Bali semakin meningkat. Ketua AMSI Nengah Muliartha mengatakan bahwa banyak media khususnya media *online* yang hadir dan berkembang di Bali dengan basis lokal yang berorientasi keuntungan ekonomi dan belum terverifikasi oleh Dewan Pers. AMSI mencatat jumlah media ini mencapai 70 hingga 80 persen dari seluruh media *online* yang beroperasi di Bali.

Media lokal pada umumnya memiliki kelebihan yakni kedekatan dengan pembaca dan narasumber-narasumber lokal yang membutuhkan media untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Namun sayangnya media lokal yang baru berkembang dan belum terverifikasi oleh Dewan Pers[30] cenderung tidak berimbang dalam pemberitaannya, bahkan hanya sebagai perpanjangan tangan dari narasumber atau humas-humas pemerintah dan non pemerintah. Shirley Harrison (2016, dalam Franklin, 2006) menuliskan artikelnya *Local Government Public Relations and The Local Press*, menyatakan bahwa fungsi filtrasi media atau peran *gatekeeper* media massa pada media lokal tidak sekuat media nasional.

Media lokal pun dihadapkan pada tantangan yang lebih besar. Dengan pembacanya lebih dekat, maka media lokal harus lebih memperhatikan apa yang menjadi perhatian publik yang menjadi sasaran mereka. Jurnalis lokal juga harus berhati-hati dalam menentukan sumber karena pembaca akan lebih paham dan memiliki pengetahuan yang seimbang dengan jurnalis itu sendiri.

Agenda media lokal terbentuk dari beragam sumber dengan jurnalis dan editor sebagai *gate-*

29. Bob Franklin. 2006. Local Journalism and Local Media, Making The Local News. London: Routledge
30. Lihat Peraturan Dewan Pers Nomor 03/Praturan-DP/X/2019 tentang Standar Perusahaan Pers

keeper-nya[31] (Gandy Jnr, 1982: 1-18). Salah satu sumber berita yakni yang disediakan oleh humas-humas pemerintahan atau *government public relation offices*. Bahkan Franklin and Van Slyke Turk (1988, dalam Franklin, 2006) mengkaji kasus di salah satu daerah di Inggris, bahwa berita dari humas menghiasi hampir 90 persen dari berita di media lokal. Penelitian Franklin dan Turk menggambarkan meningkatnya *Public Relations Officer* di tingkat lokal atau agen-agen perpanjangan pemerintah lainnya untuk berinteraksi dengan jurnalis lokal, bereksplorasi mencari kesempatan untuk menjalin hubungan di antara mereka, dan mencari cara bagaimana mereka dapat memengaruhi isu lokal yang dijadikan berita. Media lokal yang belum memenuhi standar perusahaan pers profesional ini pun sebagian besar berisi berita yang berasal dari humas atau berita tentang kegiatan pemerintah, dan tidak ada *cover both sides* dari masyarakat.

Harisson dalam Franklin (2006) juga menuliskan hubungan yang berubah dan berkembang antara media dan pemerintah lokal salah satunya dikarenakan sistem pemilihan legislatif yang berubah. Pilkada langsung salah satunya menyadarkan politisi pentingnya komunikasi dalam proses pemilihan. Anggota DPR pun menyadari betapa pentingnya mensosialisasikan kepada masyarakat apa yang mereka kerjakan atau putuskan.

Maka pada pemilu serentak 2019, kesadaran para politisi dan humas-humas pemerintah untuk menggunakan media sangat tinggi, bahkan tidak hanya untuk tampil di media namun juga untuk menyetir apa yang disampaikan oleh media kepada masyarakat. Para politisi berupaya mencari kesempatan agar dapat memengaruhi isu lokal di media lokal. Namun media lokal yang memiliki banyak pengikut atau pembaca kurang memberikan porsi bagi isu-isu lokal, sehingga para politisi banyak beralih ke media-media lokal yang lebih kecil dan bersedia memberikan porsi pemberitaan kepada mereka. Media media yang umumnya belum terverifikasi oleh Dewan Pers tersebut acapkali menerima rilis dengan gampang, bahkan tanpa proses edit sama sekali. Sehingga tidak ada daya kritis media tersebut atas isu yang disampaikan oleh para caleg/partai dan pada akhirnya tidak mampu membawa agenda-agenda lokal ke ruang-ruang wacana dan perdebatan di masyarakat lokal.

PENUTUP

Dalam pemaparan di atas diketahui bahwa terdapat dua fenomena yang terjadi pada saat pemilu serentak 2019 dan pers lokal di Bali. Fenomena yang pertama adalah (1) hilangnya isu lokal pada media-media *online* terbesar di Bali dan (2) hilangnya kritisisme media pada sistem yang berjalan. Media lokal adalah bagian dari subsistem politik dan demokrasi di Indonesia sehingga kedua fenomena ini merupakan ancaman besar atas demokrasi dan fungsi pers pada khususnya.

Syahputra (2016) menjelaskan media memiliki dua peran dalam ranah publik, yakni sebagai jurnalis yang mengumpulkan dan menyebarkan informasi dan politikus yang menyediakan forum publik untuk berdebat sehingga memunculkan yang disebut *knowledge-brokers* di *public sphere*. Dalam konteks pers lokal dan pemilu serentak 2019, pers dan media mengumpulkan dan menyebarkan informasi namun fokusnya tersentralisasi pada isu nasional sehingga tidak memunculkan *knowledge-brokers* di tingkat lokal.

Tidak mendapatkan porsi yang cukup di media-media lokal yang mumpuni, komunikasi politik kemudian dilakukan peserta pemilu melalui media-media yang belum memenuhi standar perusahaan pers profesional di Bali. Hal ini membawa dua dampak, dampak pertama adalah tidak adanya daya kritis media tersebut atas isu yang dibawakan oleh para caleg/partai dan pada akh-

31. Gandy Jnr, O. 1982. Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy. Noorwood NJ: Ablex

irnya tidak mampu membawa agenda-agenda lokal ke ruang-ruang khalayak pembacanya. Jurnalis harus tetap berada dalam daya kritis yang mengedepankan objektivitas dan keseimbangan bukan hanya aktualitas terlebih sensasionalitas.

Untuk itu perlu dibangun pers lokal yang kuat dan objektif. Selama ini pers lokal masih terlalu menitikberatkan perhatian pada aspek teknokratis administratif dan kurang memperhatikan aspek demokratis yang melibatkan peran serta masyarakat[32] (Indrakrista, 2015). Berdasarkan prinsip jurnalisme, pers memiliki kesetiaan pada kepentingan masyarakat serta kewajiban untuk menyuarakan kebenaran. Jurnalis sebagai bagian utama dari pers perlu ditingkatkan kompetensinya. Thariq (2019) mengungkapkan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan pemahaman jurnalis lokal terhadap profesinya belum menggembirakan. Jurnalis belum memanfaatkan momentum Pemilu guna meningkatkan pemahaman terhadap profesi mereka. Bahkan Thariq (2019) mencatat masih ada jurnalis yang sulit bersikap objektif karena terikat pada kelompok pendukung dan kandidat Pilpres tertentu atas dasar kesamaan ideologi[33]. Oleh karena itu sebagai bagian dari demokrasi, jurnalis dan medianya sebaiknya berbenah diri untuk dapat berperan sebagai pilar keempat demokrasi. Hal ini karena pers memiliki tanggungjawab untuk peningkatan kualitas masyarakat dan bangsa melalui informasi yang disuguhkan. Terlebih lagi dalam perkembangan media sosial yang semakin menguat dan disinyalir akan mengancam keberadaan pers. Maka pers harus memperkuat dirinya, mengokohkan kakinya, memegang etikanya sendiri, karena tantangan keberadaannya tidak datang hanya dari luar namun juga dalam diri pers dan jurnalis itu sendiri.

32. Niti Bayu Indrakrista. 2015. Pers Mengawal Demokrasi Daerah: Analisis Pemberitaan Implementasi Dana Keistimewaan di Harian Tribun Jogja.
33. Muhammad Thariq, Ribut Priadi. 2019. Pemahaman Jurnalis Lokal dalam Peliputan Pemilu 2019 di Sumatera Utara. Jurnal Simbolika VVol 5, No. 2 (2019)

REFERENSI

- Bali.tribunnews.com. 2019. judul "Kampanye di Kompyang Sujana, Prabowo Puji Kepahlawanan Masyarakat Bali". Sumber: https://bali.tribunnews.com/2019/03/26/kampanye-di-kompyang-sujana-prabowo-puji-kepahlawanan-masyarakat-bali diakses pada 1 April 2020 pukul 20.13 wita
- Bali.tribunnews.com. 2019. "Berkampanye di Bali, Ini yang Dirasakan Prabowo" Sumber :https://bali-tribunnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/bali.tribunnews.com/amp/2019/03/26/berkampanye-di-bali-ini-yang-dirasakan-prabowo diakses pada 2 April 2020 pukul 08.03 wita
- Bali.tribunnews.com. 2019 ."Bagi-bagi Bakso dan Es Cincau, Kampanye Kreatif Ala Made Mangku Pastika". Sumber: https://bali.tribunnews.com/2019/03/24/bagi-bagi-bakso-dan-es-cincau-kampanye-kreatif-ala-made-mangku-pastika diakses pada tanggal 2 April 2020 pukul 20.12 wita
- Bali.tribunnews.com. 2019. "Bawa Badut ke Kampanye Terbuka, PKS Ingin Politik Bergembira" sumber: https://www.google.com/amp/s/bali.tribunnews.com/amp/2019/03/24/bawa-badut-ke-kampanye-terbuka-pks-ingin-politik-bergembira diakses pada tanggal 2 April 2020 pukul 20.10 wita
- Bali.tribunnews.com. 2019. "Soal Dugaan Pelanggaran Kampanye Koster, Begini Respon Bawaslu". Sumber: https://bali.tribunnews.com/2019/02/18/soal-dugaan-pelanggaran-kampanye-koster-begini-respon-bawaslu-bali diakses pada tanggal 3 April 2020 pukul 07.10 Wita
- BaliPost.com. 2018. "Megawati Minta Kader PDIP Menangkan Pileg dan Jokowi-Ma'ruf" sumber http://www.balipost.com/news/2018/09/01/54395/Megawati-Minta-Kader-PDIP-Menangkan...html diakses pada tanggal 1 April 2020 pukul 20.44 wita
- BaliPost.com. 2018. "Di Bali Prabowo Janjikan Rekrut Pejabat Anti Korupsi". Sumber: http://www.balipost.com/news/2019/03/26/71612/Di-Bali,Prabowo-Janjikan-Rekrut...html diakses pada tanggal 1 April 2020 pukul 21.52 wita
- BaliPost.com. 2019. "Ganti, Gaya Kampanye Model Kolonial". Sumber: http://www.balipost.com/news/2019/03/21/71195/Ganti,Gaya-Kampanye-Model-Kolonial.html. diakses pada tanggal 1 April 21.48 wita
- Bawaslu (Badan pengawas Pemilihan Umum). 2019. IKP 2019 Indeks Kerawanan Pemilu. Bawaslu : Jakarta
- Beritabali.com. 2019. "Kampanye di Denpasar, Ini Pesan Prabowo Untuk Semeton Bali". Sumber: https://www.news.beritabali.com/read/2019/03/26/201903260023/kampanye-di-denpasar-ini-pesan-prabowo-untuk-semeton-bali diakses pada tanggal 1 April 19.20 wita

- Beritabali.com. 2019. "Bawaslu Tabanan Kewalahan Tertibkan Atribut Partai di Pohon Perindang" sumber: https://www.news.beritabali.com/read/2019/03/21/201903220002/bawaslu-tabanan-kewalahan-tertibkan-atribut-partai-di-pohon-perindang diakses pada tanggal 3 April 2020 pukul 08.34 wita
- Franklin, Bob. 2006. Local Journalism and Local Media, Making The Local News. London: Routledge
- Gandy Jnr, O. 1982. Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy. Noorwood NJ: Ablex
- Indrakrista. Niti Bayu. 2015. Pers Mengawal Demokrasi Daerah: Analisis Pemberitaan Implementasi Dana Keistimewaan di Harian *Tribun Jogja. JSP Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol 18, No. 3, Maret 2015
- Ishwara, Luwi. 2008. Catatan-catatan Jurnalisme Dasar. Jakarta: Kompas
- Kemenkeu.2019. 'Memilih Masa Depan Indonesia', MEDIAKEUANGAN: Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal, Vol XIV/No. 139/April 2019
- McCombs, M.E. (1997*) New Frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames. Mass Communication Review*
- Merkel, Wofgang 2004. Embedded and Defective Democracies. *Democcratization.* Vol 11,. No 5.
- Nusabali.com. 2019. "Prabowo hari ini, Jokowi Baru Akan Goyang Bali 6 April" sumber: https://www.nusabali.com/berita/49366/prabowo-hari-ini-jokowi-baru-akan-goyang-bali-6-april diakses pada tanggal 1 April 2020 pukul 20.33 wita
- Nusabali.com. 2019. "Kampanye Terbuka Jokowi Di Bali Dievaluasi". Sumber : https://www.nusabali.com/berita/49795/kampanye-Terbuka-Jokowi-Di-Bali-Dievaluasi diakses pada tanggal 1 April 19.00 wita
- NusaBali.com. 2019. "KPU Bali 'warning' iklan kampanye berkonten SARA". Sumber: https://www.nusabali.com/index.php/berita/43314/kpu-bali-warning-iklan-kampanye-berkonten-sara diakses pada tanggal 2 April 2020 pukul 20.21 wita
- Radarbali.jawapos.com. 2019. berita "Wooww… Kampanye di Bali, Capres Prabowo Janji Turunkan Semua Harga". sumber: https://radarbali.jawapos.com/read/2019/03/26/127676/woowwkampanye-di-bali-capres-prabowo-janji-turunkan-semua-harga diakses pada tanggal 1 April 19.45 wita
- Radarbali.jawapos.com. 2019. "1.000 Penari Siap Warnai Kampanye Akbar Jokowi- Ma'ruf Amin". Sumber: https://radarbali.jawapos.com/read/2019/04/11/131108/1000-penari-siap-warnai-kampanye-akbar-jokowi-maruf-amin diakses pada tanggal 1 April 19.46 wita
- Radarbali.jawapos.com. 2019. "Final! Kampanye di Acara Polda Bali, Kasus Koster Masuk Penyelidikan" sumber: https://radarbali.jawapos.com/read/2019/03/13/124715/final-kampanye-di-acara-polda-bali-kasus-koster-masuk-penyelidikan diakses pada tanggal 3 April 2020 pukul 07.12 wita
- Rogers, E.M., Dearing, J.W. (1988). *Agenda-setting research: Where has it been, where it is going?* . Communication Yearbook, 11
- Schechter, Danny. 2007. Matinya Media Perjuangan, Menyelamatkan Demokrasi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Solihah, Ratnia. 2018. Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 dalam Perspektif Politik. Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan vol. 3, No. 1, 2018 73-88 DOI: 10.14710/jiip.v2i1.3234
- Susanto, Eko Harry Media Massa. 2013. Pemerintah dan Pemilik Modal, *Jurnal Aspikom* vol 1 No 6 tahun 2013
- Syahputra, Iswandi. 2013. Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme dan Infotainment dalam Industri Televisi. Jakarta: Kompas Gramedia
- Yusuf, Iwan Awaludin. 2011. Media Lokal dalam konstelasi komunikasi politik di Daerah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 14, No.3 https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10930
- Thariq, Muhammad, Ribut Priadi. 2019. Pemahaman Jurnalis Lokal dalam Peliputan Pemilu 2019 di Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika* Vol 5, No. 2

PENULIS:

*) **Dr. NI MADE RAS AMANDA GELGEL S.Sos M.Si,** pengajar di Universitas Udayana, Denpasar, Bali. Lahir di Bogor. Menghabiskan masa kecil hingga bekerja di Bogor, Depok, dan Jakarta, kini berdomisili di Guwang, Sukawati, Gianyar, Bali, menikah dan memiliki 3 anak. Ia memperoleh gelar sarjana dan magister ilmu komunikasi dari Universitas Indonesia. Gelar doktoral diraih pada usia 34 tahun, di Kajian Budaya, Universitas Udayana.

Menjadi dosen adalah profesi pilihannya setelah lebih dari 7 tahun berprofesi sebagai jurnalis, mulai menjadi reporter hingga presenter di BaliTV dan AntaraTV. Selain mengajar, Amanda melakukan penelitian di bidang media antara lain bekerjasama dengan KPI, KPU Kabupaten/Kota, Dewan Pers, TVRI dan beberapa Kabupaten/Kota di Bali. Ia juga aktif dalam kegiatan pengabdian seperti literasi media dengan kampanye "bijak bermedia sosial". Ia pun tergabung dalam beragam jaringan seperti ISKI, ASPIKOM, APJIKI, JAPELIDI hingga PERHUMAS.

DEMOKRASI, MEDIA, DAN TEKNOLOGI

Oleh: **IMAM WAHYUDI** *)

Presiden AS, Abraham Lincoln, menggambarkan demokrasi dengan kalimat yang sangat sederhana: pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat[1]. Meskipun sering dinilai terlalu simplistis, penggambaran itu cukup mencerminkan subtansi dasar demokrasi, yaitu adanya kedaulatan rakyat yang dipercayakan kepada satu atau sekelompok orang yang akan bekerja menjalankan pemerintahan untuk kepentingan seluruh rakyat. Praktik-praktik awal demokrasi bisa dirunut ke Athena, Yunani pada abad 5 SM. Pada masa itu, pengambilan keputusan-keputusan publik, dilakukan dengan melibatkan partisipasi publik melalui Majelis (*asembly*), Dewan (*Boule*) dan Komite. Majelis bersidang lebih dari 40 kali dalam setahun dan dihadiri oleh sekitar 6000 orang. Majelis mengambil keputusan atas permasalahan-permasalahan yang diajukan Dewan. Dewan yang beranggota 500 orang bertugas menjaring aspirasi publik dan menginventarisir permasalahan yang akan dikonsultasikan ke publik. Mereka dibantu oleh

Komite beranggota 50 orang yang dipilih sebulan sekali. Komite diketuai oleh Presiden Komite yang dipilih setiap hari.

Model-model komunikasi langsung dan tatap muka seperti yang dilakukan dalam demokrasi partisipatif gaya Athena, dimungkinkan karena Athena merupakan negara kota dengan populasi paling tinggi sekitar 215.000-300.000 (Sinclair,

1 Presiden Abraham Lincoln menyampaikan hal ini dalam pidato yang dikenal sebagai The Gettysburg Address. Pidato tersebut disampaikan di Taman Makam Pahlawan Gettysburg, Pennsylvania, 19 November 1863.Teks lengkap pidato Gettysburg bisa dilihat di http://rmc.library.cornell.edu/gettysburg/good_cause/transcript.htm

1988:197). Ketika populasi semakin besar, tersebar, dan memiliki struktur sosial yang semakin rumit dan kompleks, sidang-sidang dan komunikasi tatap muka tidak lagi bisa diandalkan untuk membuat publik dan pemerintah bisa saling terhubung satu sama lain. Sementara proses deliberatif dalam menyusun dan memutuskan kebijakan publik harus tetap dijalankan. Di titik inilah komunikasi melalui media massa diperlukan. Melalui pemberitaan dan rubrik opini-nya, media massa menjadi jembatan penghubung antara pemerintah dan publik serta antar warga masyarakat. Media massa menjadi sarana ekspresi berbagai gagasan, informasi tentang peristiwa, komentar, aspirasi hingga kritik terhadap pemerintah. Sebaliknya, melalui media pula, pemerintah bisa mengetahui aneka peristiwa di masyarakat dan mendengar opini-opini mereka.

Media massa pada dasarnya adalah institusi yang aktif dalam mengkonstruksi realitas, bukan kanal pasif yang hanya berfungsi mengalirkan pesan dari komunikator ke komunikan secara naif seperti yang tergambar dalam model-model komunikasi linear dan mekanistik (lihat Severin&Tankard, 1979 hal 29-32). Studi-studi mengenai *gate keeper* pada tahun 1950an menunjukkan bahwa *output* jurnalisme dipengaruhi oleh banyak faktor. Mulai dari prasangka individu (White, 1950 dalam Schudson), ataupun rutinitas birokrasi di dalam ruang redaksi (Gieber, 1964). Studi-studi selanjutnya juga menunjukkan bahwa di luar faktor itu, faktor organisasi media, tuntutan dan tekanan dari pihak eksternal serta ideologi (Shoemaker&Reese, 2014) juga sangat menentukan bagaimana konten jurnalisme dipilih, dikemas dan disampaikan ke publik. DeFleur&Dennis (1985) menambahkan faktor lain, yaitu aspek teknologi. Artikel ini membahas keterkaitan antara teknologi dan peran pers dalam demokrasi di Indonesia.

KEMERDEKAAN PERS DAN DEMOKRASI.

Pentingnya pers dalam demokrasi, menjadi tesis yang nyaris tidak pernah dipertanyakan, sehingga demokrasi dan pers, sering diucapkan dalam satu helaan nafas. Sebagai institusi, pers bahkan disebut sebagai pilar keempat demokrasi setelah lembaga legislatif, eksekutif dan yudikatif[2] serta cabang kekuasaan yang keempat[3]. Dengan kekuatannya dalam memberitakan atau menahan publisitas serta kapasitas informatif-nya (McQuail, 2011), pers memiliki kemampuan dalam membentuk dan mengarahkan opini (Noelle-Neumann, 1991) membentuk *agenda setting* publik (Funkhouser, 1973, Shaw&Combs, 1977). Dengan kelebihan-kelebihannya itu, jurnalisme diharapkan berdiri sebagai juru bicara masyarakat sipil, menantang arogansi politik dan penyimpangan politik (Schudson, 2002).

Demokrasi, memandang manusia dalam posisi setara. Demokrasi, juga menganut prinsip penghormatan terhadap hukum dan keadilan serta kebajikan bersama (*civic virtue*). Karena manusia setara, perbedaan pendapat dan hak untuk mengetahui harus dihormati, dengan tetap menghormati hukum-hukum yang berlaku dan keadilan. Kepentingan orang per orang dihormati dan diperjuangkan, namun semua orang harus menempatkan kepentingan pribadi di bawah kepentingan bersama atau negara. Menurut Garbner (2003), dalam demokrasi, pers setidaknya harus memainkan 4 peranan, yakni: (a) menyediakan forum untuk diskusi tentang beragam ide-ide yang sering bertentangan; (b) memberikan suara untuk opini publik; (c) berfungsi

2. Istilah pilar keempat disebutkan oleh Edmund Burke di Inggris pada akhir abad 18 untuk merujuk pada kekuasaan politik yang dimiliki pers, setara dengan ketiga "pilar" lainnya dalam kehidupan di Inggris: Tuhan, Gereja, dan Majelis Rendah (Lord, church and commons), lihat (McQuail, 2011:186)
3. Pers sebagai kekuatan keempat tidak dilihat dari pembagian pengelolaan negara, tetapi. sebagai suatu kekuatan sosial (Manan, 2014:28).

sebagai mata dan telinga warga negara untuk mensurvei panggung politik dan kinerja politisi; dan (d) bertindak sebagai pengawas publik yang menggonggong dengan keras ketika bertemu dengan perilaku yang salah, korupsi, dan penyalahgunaan kekuasaan di aula pemerintahan.

Agar bisa menjalankan fungsi-fungsinya idealnya secara optimal, pers perlu diberi kemerdekaan dalam mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan iinformasi ke publik. Ini salah satu alasan mengapa kemerdekaan pers menjadi fitur standar dalam gagasan demokrasi. Hardt (2003) dalam McQuail (2011) bahkan menyebutkan, kemerdekaan pers menjadi tulisan di panji-panji semua pergerakan revolusioner dan reformis dari abad 18 hingga sekarang, untuk membantu tujuan-tujuan mereka. Kemerdekaan pers merupakan bagian dari hak asasi manusia, dan karenanya pers harus berorientasii dan mengutamakan kepentingan publik, termasuk dalam menyuarakan kepentingan mereka yang lemah dan tidak mampu bersuara (*voice of the voiceless*), dan pengawas kekuasaan. Pers yang bebas dan setia pada peran moral dan kesejarahannya tidak hanya bisa mewujudkan dan memperlancar jalannya praktik-praktik demokrasi, tetapi juga menjadi sarana penyebaran gagasan-gagasan mengenai demokrasi, sehingga dalam perjalanan sejarahnya, jurnalisme selalu berbenturan dengan penguasa-penguasa otoriter ataupun yang anti demokrasi.

PERS DAN TEKNOLOGI

Sejak awal sejarahnya pers tidak bisa terlepas dari teknologi. Cikal bakal pers, berawal dari *Acta Diurna* di Romawi pada abad 59 SM, di zaman pemerintahan Julius Caesar. *Acta Diurna* berisi informasi tentang keputusan-keputusan senat, kebijakan kaisar, dan informasi-informasi penting lainnya yang diukir pada logam atau batu. Itulah teknologi pencatatan yang ada saat itu. Penemuan mesin cetak oleh Johann Guttenberg di Jerman tahun 1455[4], mendorong lahirnya pers modern. Surat kabar pertama, terbit pertama kali di Inggris dua abad setelah penemuan mesin cetak Guttenberg, setelah teknologi mesin cetak tidak lagi dimonopoli lembaga keagamaan. Awalnya penerbitan dilakukan berkala. Tahun 1702, baru muncul surat kabar harian pertama di Inggris. Setelah itu baru muncul surat kabar harian di Amerika Utara dan Kanada.

> *Kemerdekaan pers merupakan bagian dari hak asasi manusia, dan karenanya pers harus berorientasii dan mengutamakan kepentingan publik, termasuk dalam menyuarakan kepentingan mereka yang lemah dan tidak mampu bersuara (voice of the voiceless), dan pengawas kekuasaan*

Teknologi juga mempengaruhi pasar, pola distribusi dan pemberitaan media pers. Ketika kapal-kapal uap mempercepat koneksi antar benua, pers-pers yang dicetak di Eropa menyebar dan bisa dibaca oleh para imigran Eropa di Amerika, Asia dan juga Afrika. Kejadian-kejadian aktual di benua Amerika juga bisa menghiasi halaman koran-koran yang terbit di Eropa atau sebaliknya berkat penemuan telegraf yang bisa menghantarkan pesan tak hanya lintas kota tetapi juga lintas benua. Perkembangan telegraf juga mempengaruhi gaya pemberitaan surat kabar di abad

4. Beberapa catatan menyebutkan bahwa Cina sudah menemukan teknologi mesin cetak jauh sebelum penemuan Gutenberg

18 (DeFleur&Dennis, 1985:456). Biaya layanan telegraf dihitung per kata sehingga gaya penulisan jurnalis pada masa itu cenderung ringkas, dengan kalimat langsung dan ekonomis.

REPRESI ORDE LAMA

Sebelum era reformasi di Indonesia, penyebutan pers sebagai instrumen penting demokrasi tidak pernah dilakukan secara lugas oleh negara. Dalam komunikasi publik, peran pers sering dilekatkan pada narasi-narasi besar atau pun jargon ideologis yang berkembang waktu itu. Di awal-awal kemerdekaan misalnya, Pers Indonesia sering disebut-sebut sebagai "pers perjuangan", yakni pers yang mengabdi pada perjuangan politik, alias pers yang bangga menjadi partisan (Hill, 2011:23). Setelah pengakuan kedaulatan RI oleh Belanda Desember 1949, pers disebut-sebut sebagai alat revolusi dalam memperjuangkan pelaksanaan Amanat Penderitaan Rakyat (Ampera) dan melawan imperialisme, kolonialisme, neo kolonialisme, feodalisme, liberalisme, komunisme dan fasisme (diktatur)[5].

Pencetakan surat kabar masih menggunakan teknologi mekanis, dengan mesin-mesin yang besar, berat dan mahal. Prosesnya juga panjang dan lama. Ini membuat bisnis media jadi mahal dan tidak mudah digeluti sembarang orang. Perlu suntikan modal besar baik dari partai politik atau kalangan berduit[6], sehingga koran-koran beroplah besar yang terbit di era Orde Lama, umumnya koran-koran yang dimiliki dan dioperasikan oleh partai politik besar seperti Harian Rakyat (PKI), Pedoman (PSI), Suluh Indonesia (PNI) dan Abadi (Masyumi)[7]. Karena itu, alih-alih menjadi penyedia informasi yang independen, agen pendidikan dan kontrol sosial yang efektif, surat-surat kabar di era Orde Lama merupakan koran partisan, yang sibuk menjadi corong partai ketimbang mewakili suara publik dan pandangan mereka yang tak mampu bersuara.

Rapor pemerintahan Orde Lama dalam hal penghormatan dan perlindungan terhadap kemerdekaan pers tidak mengesankan. Selama diberlakukannya Undang-Undang Darurat yang dimulai sejak bulan Maret 1957, pemerintahan Soekarno memberangus beberapa media pers dengan aneka alasan "politis", antara lain karena dipandang menghina presiden, politisi senior atau tokoh militer. Beberapa wartawan ditangkap, diintimidasi, diinterogasi dan dibui. Soekarno, bahkan menorehkan "kala terburuk di sepanjang sejarah pers sepanjang Indonesia merdeka" (Hill, 2011: 33). Masa tersebut terjadi pada bulan Februari dan Maret 1965. Dua puluh sembilan koran dilarang terbit karena mendukung kubu anti komunis. Beberapa bulan kemudian, pasca peristiwa G-30-S PKI, Soekarno menerbitkan Surat Perintah 11 Maret yang memberikan kekuasaan kepada Soeharto. Giliran Soeharto yang memberangus pers. 46 dari 163 surat kabar dilarang terbit karena mereka diduga terkait atau menjadi mantel (*underbow*) PKI. Selama pemerintahan Orde Lama capaian perkembangan teknologi, belum banyak membantu munculnya pers-pers alternatif yang independen.

BELENGGU SISTEMIK ORDE BARU

Pada tahun 1970-an, teknologi cetak *offset* yang menghasilkan cetakan lebih bagus dan proses

5. Hal itu ditegaskan dalam UU Nomor 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.
6. Dalam catatan kaki buku Pers di Masa Orde Baru, David T. Hill mencatat: "Ini kasus khusus harian "Indonesia Raya" pimpinan Mochtar Lubis. Seraya tegas-tegas menyatakan 'independensi'nya, surat kabar ini menerima suntikan finansial tak teratur dalam jumlah yang berarti dari perwira-perwira kunci intelijen militer (Hill, 2012: 31).
7. Afiliasi media dengan partai politik ini kemudian diformalkan melalui Keputusan Menteri Penerangan Nomor 29/SK/M/65 tanggal 26 Maret 1965 tentang "Ketentuan Pokok Badan Usaha Pers dalam rangka meningkatkan pers Indonesia". SK ini mewajibkan semua surat kabar dan terbitan periodik untuk resmi mengaitkan diri pada partai politik, golongan karya atau organisasi massa (Hill, 2012:26). Staf redaksi dan staf manajemen juga harus orang-orang pilihan partai.

pra cetak dan cetak yang lebih cepat dan efisien, sudah banyak digunakan di Indonesia. Demikian juga mesin faksimili yang mampu mengirimkan naskah dalam format lembaran asli. Berbeda dari telegraf, pengiriman berita melalui faksimili bisa dilakukan sendiri oleh reporter dari rumah atau kantor sepanjang mereka memiliki perangkat faksimili. Kemajuan-kemajuan teknologi ini bisa membuat penerbitan koran menjadi lebih mudah dan murah dan seharusnya bisa memberikan peluang bagi munculnya pemain-pemain baru di industri media yang lebih progresif dan independen. Namun, pemerintah Orde Baru menutup peluang itu dengan cara yang sangat sistematis. Langkah itu diawali di masa peralihan dari pemerintahan Orde Lama ke Orde Baru. Soeharto mewajibkan setiap penerbitan memiliki Surat Izin Terbit (SIT) dari Departemen Penerangan dan Surat Izin Cetak yang dikeluarkan Komando Operasi Keamanan dan Ketertiban (KOPKAMTIB). Media pers yang tidak mengantongi kedua jenis izin itu, praktis dianggap ilegal.

Rezim perizinan (SIT dan SIC) menjadi pisau jagal yang menentukan mati hidupnya surat kabar. Menyusul peristiwa Malari 1974[8], 12 penerbitan yang pemberitaannya dianggap mempengaruhi dan memanasi peristiwa Malari, dicabut SIT dan SIC-nya. Dua di antaranya diizinkan terbit kembali dengan nama baru, yakni *Pelita* (menggantikan *Abadi*) dan *The Indonesian Times* sebagai pengganti *The Jakarta Times* (Hill, 2011:38). Mereka juga mesti melakukan serangkaian perombakan dan perampingan staf yang harus dikompromikan dulu dengan keinginan pemerintahan Soeharto.

Dalam Undang-Undang No 21 tahun 1982[9], keberadaan rezim perizinan ini semakin diperkokoh. Namanya diperhalus menjadi Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP), sehingga lebih terkesan sebagai regulasi bisnis ketimbang politis. Di perjalanan sejarahnya, SIUPP terbukti jadi instrumen politis yang efektif untuk membabat koran-koran yang *mbalelo* (membandel), terlalu kritis atau banyak menyuarakan narasi dan pendapat yang berbeda dari yang didengungkan pemerintah.

Undang Undang No 21/1982 menyebutkan pers nasional berkewajiban memperjuangkan pelaksanaan amanat penderitaan rakyat berlandaskan Demokrasi Pancasila serta memperjuangkan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers yang bertanggung jawab. Frasa "kebebasan yang bertanggungjawab" mengesankan Indonesia menganut sistem pers "Tanggungjawab Sosial" *(social responsibility)* yang merupakan koreksi dari sistem pers Liberal. Sistem pers "Tanggungjawab Sosial" mengasumsikan, kebebasan mengandung di dalamnya suatu tanggungjawab yang sepadan (Peterson, 1986:83). Namun, sistem pers di era Orde Baru sesungguhnya lebih merupakan sistem pers "otoritarian". Dalam sistem otoritarian, pemerintah dianggap sebagai otoritas yang paling mengetahui kebenaran. Mereka berhak dan berkewajiban mengawasi atau mengontrol pers sebagai manifestasi dari kontrol mereka atas kebenaran yang berkembang di masyarakat. SIUPP adalah rezim kontrol. Sama halnya dengan metode paten yang digunakan kaum Tudor di Inggris pada abad XVI (Peterson, 1986 :20-28)

Sepanjang 32 tahun masa pemerintahannya, rezim Soeharto telah memberangus lusinan media melalui pembekuan atau pembatalan SIUPP. Pada Desember 1973, *Sinar Harapan* yang sebelumnya banyak menyorot berita korupsi di pemerintahan, termasuk korupsi di proyek-proyek Pertamina, Badan Urusan Logistik (Bulog), Departemen Kehutanan, dan beberapa Badan Usa-

8. Singkatan dari "Malapetaka Limabelas Januari", merujuk pada demo berujung kerusuhan di Jakarta yang dipicu oleh kedatangan Perdana Menteri Jepang Tanaka.
9. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1982 tentang Perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang Undang Nomor 4 Tahun 1967

ha Milik Negara (BUMN) dibredel. *Sinar Harapan* dilarang terbit setelah mereka memuat berita tentang Komisi Empat menggalang gerakan antikorupsi. Tapi, sebagaimana dijelaskan dalam Kartosapoetro (2014) alasan sesungguhnya adalah *Sinar Harapan* dituduh membocorkan angka Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang mestinya akan diumumkan oleh Presiden 1 Januari 1974. *Sinar Harapan* diizinkan terbit lagi oleh pemerintah, dengan sejumlah syarat. Termasuk syarat agar pemimpin redaksinya, Aristides Katoppo tidak aktif lagi di koran itu.

Pada 21 Januari 1978, *Sinar Harapan* dilarang terbit lagi. Kali ini bersama harian *Kompas*, *Merdeka*, *Pelita*, *the Indonesian Times*, *Sinar Pagi* dan *Pos Sore*. Larangan terbit dari Pangkomkamtib Soedomo itu terkait pemberitaan mengenai pencalonan Soeharto sebagai presiden untuk ketiga kalinya dan pemberitaan maraknya demo menentang korupsi. Media-media itu kemudian diizinkan terbit kembali setelah menandatangani pernyataan maaf dan janji tertulis.[10] Dari Januari 1983 hingga tahun 1994, Departemen Penerangan membekukan dan membatalkan SIUPP sejumlah media seperti *Ekspo*, *Jurnal Ekuin*, *Fokus* dan *Sinar Harapan*, *Prioritas*, *Monitor*, *Tempo*, *Detik*, *Editor*. Semuanya karena alasan pemberitaan yang mengkritisi penguasa atau mereka yang dekat dengan Presiden Soeharto. Hanya satu kasus pembatalan SIUPP yang dilakukan bukan karena kritik mereka kepada pemerintah, yakni kasus *Monitor*. SIUPP tabloid hiburan ini dibatalkan karena gelombang protes masyarakat yang menuduh hasil "angket popularitas" yang dimuat di *Monitor* edisi 15 Oktober 1990 menghina agama Islam. Dalam angket popularitas tersebut, Presiden Soeharto menempati urutan pertama, dan Nabi Muhammad SAW di urutan 11. Sedangkan pemimpin redaksi *Monitor*, Arswendo Atmowiloto menempati urutan ke 10. Karena kasus itu Arwendo diberhentikan dan masuk penjara.

Kontrol Orde Baru terhadap pers, tidak berhenti di level sistem, ataupun level perusahaan. Cengkeraman mereka juga tembus hingga ke level individu. Pada tahun 1974, jurnalis-jurnalis yang dianggap pernah menghina pemerintah dimasukkan ke daftar hitam. Jurnalis dari pers yang dibredel tidak bisa serta merta bekerja di media lain, karena berdasarkan surat Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika tanggal 24 Maret 1974, semua jurnalis yang pernah bekerja di koran-koran yang telah dibredel wajib mengantongi surat izin, yakni sejenis surat klarifikasi dari Dirjen PPG (Hill, 2012:39). Kontrol terhadap individu jurnalis itu, belakangan diperhalus melalui pengukuhan PWI sebagai satu-satunya organisasi wartawan (SK Menpen No. 47/Kep/Menpen/1975) dan persyaratan bahwa mereka yang menduduki jabatan pemimpin redaksi harus mendapatkan rekomendasi PWI. Kontrol masih tetap bisa dilakukan, tanpa terlibat langsung dalam menyaring atau melakukan *screening* terhadap wartawan.

KONGLOMERASI MEDIA

Rezim SIUPP selain menjadi ancaman, juga memberikan semacam pemanis (*sweetener*) kepada pengusaha pers. Karena SIUPP juga dijadikan instrumen pembatasan perusahaan pers[11]. Pembatasan jumlah pemain, berarti membatasi persaingan. Dari perspektif bisnis ini menguntungkan. Beberapa perusahaan pers, berhasil mengembangkan diri menjadi konglomerasi. Di antaranya adalah *Kompas* (Kelompok Kompas Gramedia/KKG), *Sinar Harapan* (Kelompok

10. http://www.remotivi.or.id/kabar/76/Jurnalisme-Kepiting-Kompas. Menurut seorang wartawan senior Kompas, setelah media yang dilarang terbit diizinkan terbit kembali, pemred Kompas Jakob Oetama dan beberapa pemred surat kabar hadir dalam suatu acara yang dihadiri presiden Soeharto. Ketika bersalaman dengan Presiden, Jakob menyatakan terimakasih Kompas diizinkan terbit lagi. Soeharto menjawab dengan bahasa Jawa "Ojo meneh meneh!" (jangan diulang lagi).
11. Pembatasan SIUPP dilakukan berdasar kesepakatan antara Departemen Penerangan dan Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) pada April 1991. Pembatasan ini mendapat dukungan dari Dewan Pers yang tugasnya mengkaji keluarnya SIUPP baru (Hill, 2011:59)

Sinar Kasih), Kelompok *Tempo-Grafiti/Jawa Pos* dan Kelompok *Media Indonesia* (Surya Persindo). Mereka mengembangkan bisnisnya dengan memberikan suntikan modal dan kerjasama manajemen serta redaksi ke media-media daerah. Sebagian merambah ke media radio dan televisi dan ada juga yang mengembangkan sayap ke bisnis non media seperti katering, perhotelan dan kertas tisue. Di media televisi yang kemudian merambah ke media cetak dan radio ada kelompok Bimantara (belakang jadi MNC) Group dan Bakrie Group.

Tumbuh menjadi konglomerasi berarti peningkatan skala ekonomi usaha yang berdampak pada meningkatnya posisi tawar mereka terhadap perbankan maupun investor. Namun, hal itu juga semakin meningkatkan posisi hegemonik pemerintah terhadap media. Semakin besar media, semakin besar risiko yang ditanggung jika perusahaan harus ditutup karena SIUPP nya dicabut. Mereka harus berkompromi dengan situasi. Misalnya, kritik dengan bahasa halus sembari mengusulkan jalan keluar atau menonjolkan berita dan ulasan kritis mengenai penyalahgunaan kekuasan atau korupsi di luar negeri dengan maksud menyindir kasus serupa yang terjadi di dalam negeri. Wartawan senior Rosihan Anwar pernah menyebut gaya jurnalisme semacam itu dengan "jurnalisme kepiting", sementara Jakob Oetama menyebutnya sebagai kritik "*with understanding*" (Leksono, 2016:34).

PEMBANGKANGAN MENGGUNAKAN MEDIA KONVENSIAL

Jika SIUPP dibatalkan, nasib perusahaan pers tamat, kecuali pemiliknya bisa mendapatkan SIUPP baru atau "mengambil alih" SIUPP media lain[12]. Untuk meraih kemungkinan itu mereka mesti siap berkompromi dengan pemerintah karena dalam pengambil alihan SIUPP perusahaan lain pun, mereka harus mendapatkan "restu" dari penerbit SIUPP. Eros Djarot (pemimpin umum tabloid *Detik*) pernah mengabaikan persoalan "restu" ini. Setelah *Detik* dibredel, Eros mengambil alih SIUPP mingguan *Simponi* dan menerbitkan *Simponi* dengan "rasa" *Detik*. *Simponi* hanya sekedar cangkang. Konten dan seluruh awaknya merupakan replikasi dari *Detik* yang dibredel[13]. Nama Eros Djarot dicantumkan hanya sebagai "konsultan". Pemimpin Redaksi, sesuai SIUPP, diisi nama Syamsu Hadi. Terbitan perdana *Simponi* menembus angka penjualan 130.000 eksemplar (Hill, 2012:116). Angka yang fantastis untuk edisi perdana sebuah media. Namun, ketika membentur kekuasaan Orde Baru, upaya itu mirip misi *kamikaze* belaka[14]. Setelah terbit pedana, *Simponi* "rasa *Detik*" dilarang terbit. Selamanya.

Berbeda dari gelombang-gelombang pembredelan sebelumnya, pembredelan terhadap *Tempo*, *Editor* dan *Detik* dilakukan ketika dinamika politik internal di pemerintahan Orde Baru sedang memanas dan teknologi internet mulai banyak diadopsi di Indonesia. Dua faktor ini mewarnai perkembangan demokrasi dan media di Indonesia di tahun-tahun selanjutnya. Meski tidak dijelaskan dengan tegas pada alasan pem-

12. Di masa Orde Baru, SIUPP bisa diperjual belikan secara diam-diam. Nama pemilik SIUPP akan tetap dipertahankan dalam box pengelola. Namun operasionalisasi dan pengendalian media sepenuhnya di tangan pembeli SIUPP. Orang-orang yang dekat dengan pemerintah kadang mendapatkan hadiah SIUPP yang bisa mereka monetisasi dengan menggandeng investor yang berminat menerbitkan media pers. Dalam buku yang diterbitkan Pusat Data dan Analisa Tempo (2019: 48) disebutkan harga sebuah SIUPP pada bisa mencapai Rp 1 miliar. Sebagai gambaran, selama pemerintahan Orde Baru, kurs Dolar AS berada di kisaran Rp 2.000-2.500. Di akhir 1997, Dolar merangkak ke Rp 4.000 dan teus naik ke Rp 6.000 di awal 1998.
13. Wawancara pribadi per telepon dengan mantan Redaktur Detik, Yusuf Arifin,Jakarta, 30 April 2020.
14. Kata Kamikaze berasal dari bahas Jepang yang berarti "angin dewa", angin topan yang dalam legenda yang disebut-sebut telah menyelamatkan Jepang dari invasi Mongol pada tahun 1281. Namun, kata ini banyak diartikan secara konotatif sebagai misi bunuh diri dengan merujuk kepada aksi menabrakkan pesawat ke kapal-kapal laut sekutu yang dilakukan oleh awak pesawat Jepang pada akhir kampanye Pasifik Perang Dunia II.

batalan SIUPP, ketiga media itu diduga dibredel karena rangkaian pemberitaan mengenai kontroversi dan kemungkinan *mark up* dalam pembelian 39 kapal bekas eks Jerman Timur[15]. Rencana pembelian kapal eks Jerman Timur sebelumnya diwarnai perbedaan pendapat antara Menristek Habibie, Menteri Keuangan Marie Mohammad dan tentara. Sebelumnya, sudah ada ketegangan di antara perwira militer senior dengan pejabat-pejabat sipil asuhan presiden (Hill, 2012:115). Pejabat yang dimaksud adalah Habibie. Sebagian kalangan militer khawatir Habibie ialah calon yang dipupuk Soeharto sebagai calon presiden pengganti Soeharto.

Memanfaatkan keterbukaan politik dan adanya rivalitas di pemerintahan, para aktivis pro demokrasi melakukan perlawanan dalam berbagai cara. Mulai unjuk rasa hingga upaya legal. Beberapa mencoba menerbitkan surat kabar tanpa SIUPP, seperti *Majalah Independen* dan buletin *Kabar dari Pijar*. Namun, langkah itu segera menghantarkan pengelolanya ke penjara, setelah Kejaksaan Agung menyatakan mereka sebagai terbitan yang terlarang. Mereka ditangkap dan diganjar hukuman 30 bulan penjara[16].

Pengelola *Independen* lain yang masih bebas, bergerilya dengan menerbitkan *Majalah Suara Independen*. Edisi perdana terbit Juni 1995. Di boks redaksi, mereka menggunakan alamat proxy PO BOX 173 SURREY HILLS 3127 di Negara bagian Victoria, Australia dengan nama penerbit Masyarakat Indonesia Peminat Pers Alternatif (MIPPA). Mereka terbantu oleh mesin-mesin cetak kecil dengan teknologi Computer to Film (CTF) yang cara kerjanya simpel, portable dan murah. Mesin dengan teknologi seperti itu sudah banyak dioperasikan oleh percetakan-percetakan menengah dan kecil di Jakarta dan kota-kota besar di Indonesia. *Suara Independen* menurunkan laporan-laporan keras seperti 'Awas Nepotisme' Harmoko, 'Kabinet Gonjang-Ganjing', 'Merpati Korban Mafia Aachen', 'Buntut Peristiwa 27 Juli—Kambing Hitam dan Misteri Korban', 'Awas pemilu Curang'[17].

Namun, dibandingkan dengan suara pemerintah yang bertebaran di media-media arus utama, suara dan narasi alternatif seperti yang dimuat Majalah *Suara Independen* dengan sangat lantang, jadi seperti "bisikan di tengah keriuhan". Pemerintah Orde Baru juga terlalu kuat dan jeli untuk dikelabui dengan operasi penerbitan bawah tanah yang masih menggunakan *platform* cetak. Intel menyebar di mana-mana. Pada 27 Oktober 1995, aparat meringkus Andi Warnerin Syahputra, yang hendak mengambil majalah *Suara Independen* di percetakan. Pemilik percetakan ikut diciduk. Andi divonis 30 bulan penjara[18]. Setelah itu *Suara Independen* masih tetap terbit dan diedarkan dengan rahasia, dengan oplah terbatas.

Untuk mengangkat kritik dan suara-suara alternatif ke level wacana publik, tidak cukup dengan mengandalkan media-media arus utama yang sebagian besar sudah masuk dalam jaringan konglomerasi atau dengan media bawah tanah yang masih beroperasi dengan cara-cara media konvensional. Perlu lebih dari itu. Diperlukan capaian perkembangan teknologi yang lebih revolusioner untuk membantu mengubah keadaan. Teknologi itu sudah hadir di Indonesia sejak awal 1990an. Namanya internet!

15. Awalnya ini baru dugaan sebagaimana ditulis dalam laporan Tempo "Jerman Punya Kapal, Tempo Ketiban Bredel. https://majalah.tempo.co/read/investigasi/95853/jerman-punya-kapal-tempo-ketiban-bredel?. Namun hampir satu dekade kemudian, dugaan itu dikonfirmasi BJ Habibie ketika menjadi narasumber di acara perayaan HUT Aliansi Independen (AJI) 29 Agustus 2013. Lihat Media dibredel Soeharto Karena Berita Korupsi Kapal Perang.https://www.merdeka.com/peristiwa/3-media-dibredel-soeharto-karena-berita-korupsi-kapal-perang.html.
16. Independen dioperasikan oleh Ketua Presidium AJI Ahmad Taufik dan Eko Maryadi (Item) serta dibantu Danang Kukuh Wardoyo. Kabar Dari Pijar dikelola Tri Agus Susanto Siswowiharjo aktivis Yayasan Pusat Informasi dan Jaringan Aksi untuk Reformasi (PIJAR). Mereka dijatuhi hukuman antara 1,5 dan 3 tahun (Atmakusumah, "Demonstrasi Terpanjang Antibredel dalam Sejarah Pers", dalam Hill, 2011).
17. Wawancara pribadi per telepon dengan mantan pengelola Majalah Independen dan Suara Independen P. Hasudungan Sirait, tanggal 28 April 2020 dan https://www.law-justice.co/artikel/60280/suara-independen-dan-kudatuli-bergelap-gelap-dalam-terang/
18. https://www.law-justice.co/artikel/60280/suara-independen-dan-kudatuli-bergelap-gelap-dalam-terang/

PERLAWANAN MENGGUNAKAN MEDIA DIGITAL

Perlawanan terhadap rezim Soeharto yang dianggap anti demokrasi, juga dilakukan melalui media digital yang berkembang dengan adanya internet. Pada 1998, pengguna internet diperkirakan 200.000 (Gunaratne dan Idris, 2000 dalam Tapsell, 2019:52). Sebagian besar penggunanya banyak berasal dari kalangan menengah ke atas, kalangan kampus, profesional, LSM, wartawan dan mahasiswa. Para aktivis pro demokrasi menggunakan internet sebagai ajang diskusi, agregasi informasi serta gagasan perlawanan dan media penyebarannya. Mereka melakukannya melalui grup-grup email (*mailing list*/milis). Salah satunya adalah milis *Apakabar*. Nezar Patria, mantan Sekretaris Umum Solidaritas Mahasiswa Indonesia untuk Demokrasi (SMID) yang pernah diculik dan ditahan satu kelompok militer di zaman Orde Baru mengatakan, *Apakabar* merupakan milis perlawanan terhadap Orde Baru yang disukai dan banyak ditunggu oleh para aktivis pro demokrasi. Di milis itu mereka bisa saling bertukar kabar dan gagasan yang tidak bisa dimunculkan di media arus utama. Milis *Apakabar* diikuti mahasiswa, anggota organisasi masyarakat, pemuda, dan organisasi nonpemerintah lintas kota. Menurut Nezar, keanggoan milis *Apakabar* mencapai 250.000 orang yang tersebar di 96 negara. Itu menjadikannya milis terbesar dalam sejarah internet Indonesia[19]. Menurut Hasudungan Sirait, milis *Apakabar* awalnya diinisiasi oleh John A. McDougall, Indonesianis dari Harvard University. Milis ini ditutup sekitar tahun 2000[20]. Selain itu, ada *Joyo*, layanan kawat berita yang setiap hari mengumpulkan berita dan menyebarkannya kepada wartawan-wartawan melalui email.. Pada 1996, *Joyo* hanya memiliki 6 pengguna. Dua tahun berikutnya, keanggotaannya berkembang jadi 4000 (Hill&Senn, 2005 dalam Tapsell:2019:53)

Mantan Pemred *Tempo* Goenawan Mohamad dan sejumlah wartawan juga bergerilya melalui media digital. Mereka membentuk jaringan yang diberi nama rahasia Kelompok "Blok M". Awal 1996 mereka mempublikasikan enam layanan berita *online* yang di*blast* melalui *mailing list* (milis). Di antaranya, *Pipa* yang berisi berita umum, *Bursa* yang berisi berita ekonomi dan bisnis serta *SiAR*. Andreas Harsono, salah satu anggota proyek "Blok M" sebagaimana dikutip *tirto.id,* mengatakan, proyek "Blok M" melibatkan tidak kurang dari 110 orang. Sebagian besar adalah wartawan dan kebanyakan merupakan wartawan yang masih aktif bekerja pada media tertentu seperti *Kompas*. Sehari-hari, mereka melakukan reportase dengan identitas aslinya. Namun, berita-berita yang tak lolos sensor untuk dimuat di media tempat mereka bekerja akan dikirimkan ke "Blok M". Mereka, tersebar dari Aceh hingga Dili dan Papua, bekerja dan dibayar dengan profesional[21].

Suara-suara alternatif dan pesan-pesan pro demokrasi, juga diedarkan melalui keping digital VCD dan radio-radio komunitas. Selama pemerintahan Orba, televisi (termasuk televisi swasta) dan radio tidak bisa bergerak leluasa dalam menjalankan kontrol sosial. Di banyak negara, media elektronik merupakan media yang diatur ketat karena menggunakan frekuensi sebagai media distribusinya. Namun di Indonesia, pengaturan terhadap media bukan semata terkait penggunaan frekuensi (misalnya, Izin Siaran Radio/ISR) tetapi juga terkait konten berita. Ada SK Menpen No. 24/Kep/Menpen/1978 tentang Wajib Relai Siaran RRI . TV swasta dilarang memproduksi program berita sendiri dan wajib merelai program berita TVRI. Radio swasta juga dilarang menyiarkan berita melalui SK Menpen No. 226/Kep/Men-

19. Nezar Patria, saat berbincang dengan kumparan di Jakarta, 17/5/2017).https://kumparan.com/kumparannews/internet-senjata-yang-menumbangkan-soeharto/full.
20. Wawancara pribadi 29 April 2020.
21. https://tirto.id/melawan-orde-baru-dengan-media-tidak-jelas-proyek-blok-m-ciHE.

pen 1984 tentang Penyelenggaraan Siaran Berita oleh Radio Siaran No-RRI.

Stasiun televisi swasta RCTI diam diam melanggar ketentuan pelarang produksi berita dengan memproduksi *Seputar Indonesia* yang berisi feature-feature. Langkah RCTI diikuti SCTV yang memproduksi program *Liputan6*. Sebagian konten mereka berisi kontrol sosial dan kadang kritik kepada pemerintah. Ketika terjadi krisis moneter 1987, porsi pemberitaan di TV swasta semakin banyak. Pemberitaanya juga lebih berani. Namun, hal ini lebih banyak didorong oleh pertimbangan ekonomi ketimbang idealisme untuk mengontrol kekuasaan. Secara tanpa sengaja, politik pertahanan kekayaan para pemilik bertemu dan berkelindan dengan kepentingan dan idealisme redaksi untuk merebut perhatian publik dan memberikan berita-berita yang mereka butuhkan. Poltik oligarki bertemu dengan politik redaksi[22]. Televisi adalah industri dengan modal besar. Para pemilik televisi swasta adalah putra putri, kerabat dan pengusaha-pengusaha yang dekat dengan Soeharto.

IKLIM BARU YANG (HARUSNYA) MEMBEBASKAN

Tak perlu diragukan bahwa medium baru internet berperan penting dalam merebut moda-moda produksi yang disokong pemerintah, dan merupakan medium yang vital dalam memungkinan orang-orang biasa menggunakan *platform* daring untuk menyebarkan pesan-pesan mengenai perlunya perubahan politik yang lebih luas (Tapsell, 2019:53). Di penghujung pemerintahan Orde Baru, media digital telah menjalankan 4 hal yang menurut Garbner (2003) mesti dilakukan pers bagi demokrasi yakni: (a) menyediakan forum untuk diskusi tentang beragam, ide-ide yang sering bertentangan; (b) memberikan suara untuk opini publik; (c) berfungsi sebagai mata dan telinga warga negara untuk mensurvei panggung politik dan kinerja politisi; dan (d) bertindak sebagai pengawas publik yang menggonggong dengan keras ketika bertemu dengan perilaku yang salah, korupsi, dan penyalahgunaan kekuasaan di aula pemerintahan. Keempat hal tersbut, sulit dilakukan oleh pers-pers tradisional, karena banyaknya kekangan dan barikade yang dibangun pemerintahan Orde Baru. Setelah Soeharto jatuh Mei 1998, berbagai penghalang kemerdekaan pers itu dibongkar.

Tak berapa lama setelah menduduki tampuk kekuasaan, Presiden BJ Habibie melakukan langkah-langkah yang bisa dibaca sebagai usaha mewujudkan kebebasan pers. Diawali dengan langkah Menteri Penerangan Yunus Yosfiah mencabut berbagai peraturan dan SK Menpen yang membelenggu pers, yaitu Permenpen No. 02/Per/Menpen/1969 tentang Ketentuan-Ketentuan Wartawan dan SK Menpen No. 47/Kep/Menpen/1975 tentang Pengukuhan PWI dan SPS sebagai satu-satunya Organisasi Wartawan dan Organisasi Penerbit Pers Indonesia; SK Menpen/1978 tentang Pengukuhan Serikat Grafika Pers (SGP) sebagai Satu-satunya Organisasi Percetakan Pers di Indonesia; SK Menpen No. 24/Kep/Menpen/1978 tentang Wajib Relai Siaran RRI dan SK Menpen No. 226/Kep/Menpen 1984 tentang Penyelenggaraan Siaran Berita oleh Radio Siaran No-RRI; Permenpen No.01/Per/Menpen/1984 tentang Ketentuan-ketentuan SIUPP; dan SK Menpen No. 214A/Kep/Menpen/1984 tentang Prosedur dan Persyaratan untuk Mendapatkan SIUPP. Puncaknya, Presiden BJ Habibie mengusulkan RUU Pers baru. Setelah dibahas 15 hari, RUU itu disetujui dan disahkan menjadi Undang Undang No 40/1999 tentang Pers.

UU No 40/1999 menyebutkan, salah satu peran pers nasional adalah menegakkan nilai-nilai dasar

22. Wahyudi, Imam (2019), Politik dan Media, Tekanan Kekuatan-Kekuatan Politik dan Oligarki terhadap Ruang Redaksi Televisi dengan Pemilik Non Partisan, tesis magister tidak diterbitkan. Universitas Diponegoro, Semarang, hlm

demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinnekaan (Pasal 6 huruf b); kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara; pers nasional berhak mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi; dan. tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran (Pasal 4); setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan yang berakibat menghambat atau menghalangi hak tersebut, apalagi melakukan penyensoran atau pembredelan bisa dipidana penjara paling lama dua tahun atau denda maksimal Rp500.000.000 (pasal 18 ayat 1). Rezim perizinan juga dihapus. Setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers (pasal 9) dan dalam melaksanakan tugasnya wartawan mendapat perlindungan hukum (pasal 8).

Tidak seperti undang-undang lain pada umumnya, UU No 40/1999 juga tidak mengatur perlunya Peraturan Pemerintah sebagai aturan pelaksanaan dari undang undang ini. Hal itu untuk menutup peluang campur tangan pemerintah terhadap kehidupan pers. UU ini menegaskan, peraturan-peraturan di bidang pers, disusun oleh organisasi-organisasi pers dengan difasilitasi Dewan Pers (pasal 15 ayat 2 huruf). Dewan Pers adalah Dewan Pers yang independen yang dibentuk untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional (pasal 15 ayat 1). Ketentuan ini mengisyaratkan adanya *self regulation*. Pers diberi kebebasan bukan hanya untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menyusun sendiri peraturan-peraturan di bidang pers.

Munculnya Undang-Undang baru yang sangat pro kemerdekaan pers ini, menguapkan momentum yang selama ini menjadi alasan tumbuh kembangnya media-media perlawanan bawah tanah baik yang berformat cetak maupun daring. *Majalah Suara Independen* berhenti total tak lama setelah Soeharto jatuh. Milis apakabar ditutup tahun 2000. Di sisi lain, harapan Indonesia bakal tumbuh kembangnya pers yang sehat, profesional dengan produk-produk yang berkualitas dan setia pada kepentingan publik juga berkobar.

ANCAMAN DARI DALAM

Di awal-awal reformasi, jumlah perusahaan pers melonjak pesat. Sebelum ketentuan mengenai SIUPP dihapus, pemerintahan Habibie mempermudah pengurusan SIUPP, sehingga selama 512 hari pemerintahannya terbit 1.184 SIUPP baru. Melonjak hampir 5 kali lipat dibanding SIUPP yang diterbitkan pemerintah Soeharto (PDAT, 2019: 48). Tidak semua media memproduksi jurnalisme berkualitas. Anom (2010), menggambarkan, pada awal-awal reformasi muncul istilah "jurnalisme selera rendah" untuk menggambarkan media yang menjajakan gosip, konflik, sensasi, Selain itu juga ada istilah "jurnalisme pelintiran" yang merujuk pada produk media yang memutar balikkan fakta, serta "jurnalisme talang air" sebagai asosiasi bagi jurnalis yang menuangkan begitu saja informasi yang diperolah dari lapangan/sumber berita menjadi berita tanpa dipilih-pilih dahulu melalui kacamata kepentingan masyarakat, bangsa dan negara.

Seiring berjalannya waktu, terjadi seleksi alam. Kompetisi bebas dan terbuka, menyingkirkan yang lemah. Yang besar semakin terkonsolidasi dan kuat. Para pemikir dan pejuang pro demokrasi yang sedari awal khawatir pasar media akan didominasi oleh para konglomerat media, semakin cemas. Dominasi ranah publik oleh segelintir grup media besar hanya akan membawa demokrasi Indonesia dari satu tirani ke tirani lain. Tirani Orba ke tirani konglomerasi media. Mereka sedikit terhibur oleh tumbuhnya media-media pers baru berbasis internet. Media-media tersebut diharapkan mendorong keragaman sudut

pandang yang akan mengembangkan proses *check and balance*, salah satu faktor esensial dalam demokrasi. Namun, kombinasi kemerdekaan pers dengan perkembangan teknologi digital dan internet, justru malah mendorong konvergensi, konsentrasi kepemilikan dan mempersempit jumlah pemain.

Penelitian Nugroho, Putri dan Laksmi (2012) menyimpulkan bahwa konglomerasi hampir semua kanal media di Indonesia yang hanya terkonsentrasi dan dikuasai oleh 12 grup besar, telah meminggirkan fungsi media sebagai pelayan kepentingan publik. Para pemilik menggunakan media yang mereka kuasai untuk meraup keuntungan politik dan bisnis, serta menempatkan warga negara yang seharusnya dilayani oleh media hanya sebagai konsumen dan komoditi. Ini sebenarnya bukan fenomena khas Indonesia. Di Amerika Serikat, fenomena serupa juga terjadi sebagaimana digambarkan Ben Bagdikian dalam buku *The New Media Monopoly* (2003).

Ross Tapsell, pengajar dari School of Culture, History and Language, Australian National University (ANU) yang tekun mengamati perkembangan media di Indonesia, menemukan bahwa digitalisasi membuat pemain media arus utama semakin terkonsolidasi dan meraksasa. Para pemilik media besar mengubah diri mereka menjadi konglomerat-konglomerat digital yang menggunakan teknologi digital untuk membangun bisnis *multiplatform* yang memungkinkan mereka menjadi lebih efisien dalam mengumpulkan dan menyebarkan berita, sembari pada waktu yang sama menyingkirkan atau mengakuisisi kompetitornya. Pasar yang sebelumya terkonsentrasi di tangan 12 grup besar, terkonsolidasi dan terkonsentrasi hanya ke tangan 8 grup besar, sehingga pasar media di Indonesia berkembang jadi oligopolistik. Media *mogul* menjadi semakin kaya, semakin berkuasa dan semakin bercorak dinasti. Masing-masing konglomerat digital memiliki model bisnis yang serupa. Mereka berusaha menjadi perusahaan nasional yang *multiplatform* dengan cara membuat produksi berita yang terpusat. Mereka memiliki kecenderungan untuk saling mengintip dan meniru konten pesaing sehingga terjadi kesamaan dalam hasil liputan. Kekuasaan oligarki media dalam politik Indonesia menjadi lebih kuat ketimbang masa-masa awal reformasi, karena mereka bisa saja saling menyerang satu sama lain melalui liputan di media masing-masing, namun, mereka akan saling mendukung bilamana ada keuntungan yang bisa mereka raih bersama-sama. Tapsell menekankan, kian kokohnya kekuasaan pemilik media akibat konglomerasi dan konsentrasi industri media menjadi salah satu penyebab mengapa media yang hidup di masyarakat demokratis dengan lingkungan pers yang bebas, ketika masuk ke era digital cenderung jadi lebih partisan ketimbang sebelumnya. Artinya, hal itu mengesampingkan potensi terciptanya keberagaman sudut pandang yang mestinya tercipta dari kehadiran internet pada akhir 1990an (Jurriens & Tapsell, 2017:5-69)

KETIKA JURNALISME DIPERKOSA

Digitalisasi mengubah total cara orang berkomunikasi, mengkonsumsi media dan bahkan cara memandang informasi. Informasi gratis dalam bentuk teks, foto dan video, bisa dengan mudah didapat melalui media percakapan, mesin pencari atau *platform* media sosial. Media cetak, radio dan televisi, tergerogoti pasarnya. Yang paling menderita adalah media cetak. Oplah mereka tergerus karena publik bisa mendapatkan konten gratis di media-media baru. Ketika media cetak bermigrasi ke *platform* digital dengan berubah menjadi media *online*[23], pendapatan iklan yang mereka dapat jauh lebih kecil dibanding ketika masih di *platform* analog. Sebagian besar iklan digital lari ke mesin pencari dan *platform* digital: *Google* dan *Facebook*. Ini adalah kecenderungan global. Tahun 2017, sekitar 84 persen dari total belanja iklan digital dunia (di luar Cina)

yang mencapai USD 100 milyar mengalir ke *Google* dan *Facebook*.[24]. Sementara dari aspek aktualitas konten, mereka ditantang oleh media sosial yang dengan mudah menyebarkan dan meviralkan pesan apapun tanpa melalui proses verifikasi. Digitalisasi, telah mengganggu atau mendisrupsi media. Termasuk media-media yang awalnya berjaya dalam jaringan konglomerasi. Namun, digitalisasi juga memberikan kemudahan dan pemangkasan biaya produksi, promosi, distribusi dan pemasaran

Meski tidak *aple to aple*, digitalisasi di era pers bebas, menampakkan dua wajah seperti yang ditunjukkan oleh SIUPP di era pers otoritarian: mengancam dan menawarkan pelukan. Di bawah "ancaman" — sekali lagi — sebagian media harus berkompromi dengan menurunkan standar kesetiaannya pada kepentingan publik. Untuk memikat pengunjung dan meningkatkan perolehan iklan, media online berlomba berlomba menyesuaikan judul dan kontennya dengan alogaritma mesin pencari *google*. Sebagian di antaranya menggunakan segala jurus dan akal untuk membuat pengakses tertarik melakukan klik (*click bait*). Misalnya dengan membuat judul-judul dramatis, sensasional, berselera rendah dan tak jarang berbeda dengan konten. Ketika diviralkan oleh mereka yang keranjingan *sharing* tapi malas membaca isi berita, apalagi menyaring, judul-judul itu menjadi *hoax*. Untuk meningkatkan rating di situs pemeringkat media *online*, mereka juga berupaya memperbanyak posting dan mengejar kecepatan serta mengangkat isu remeh temeh yang hanya memuaskan rasa ingin tahu. Tak jarang, informasi yang bertebaran di media sosial dipungut dan dijadikan berita tanpa lebih dulu diverifikasi. Akibatnya, terjadi penurunan kualitas berita bukan hanya dalam soal kelengkapan, tetapi juga dari aspek akurasi karena lemahnya proses verifikasi. Cara bertahan hidup lain yang juga banyak dilakukan, terutama di daerah-daerah adalah menjalin kontrak publikasi dan langganan dengan pemerintah daerah. Publikasi yang mewakili pandangan pemerintah, dikemas menjadi berita yang dibayar laiknya iklan. Besarnya ketergantungan media terhadap pemasukan dari kontrak publikasi dan langganan ini, memperlemah posisi kontrol mereka terhadap pemerintah. Dalam beberapa kasus, pemerintah daerah bisa meminta agar perusahaan pers memindahkan jurnalis yang dianggap tidak sesuai selera kepala daerah dengan mengancam untuk memberhentikan berlangganan dan pemasangan iklan[25]. Uang APBD yang berasal dari publik digunakan untuk membuat media berpaling dari publik. Demi keselamatan perusahaan pers, jurnalisme "diperkosa", dan kepentingan publik dipinggirkan.

Di tingkat mikro, digitalisasi yang memungkinkan setiap individu untuk berinteraksi secara *remote*, memunculkan pola-pola baru dalam kerja jurnalistik. Hampir semua jurnalis terlibat aktif di media sosial dan menggunakan media sosial untuk memperlancar kerja mereka. Riset yang dilakukan Maverick dan Universitas Paramadina menunjukkan, 8 dari 10 jurnalis menggunakan media sosial untuk mencari ide berita dan ada yang 60% yang menggunakan media sosial untuk mevalidasi berita dan mengidentifikasi pemuka pendapat (untuk diwawancarai)[26]. Penelitian ini tidak mendalami fenomena *lazy journalist* atau *poor journalist,* yakni jurnalis yang hanya mengandalkan keterampilan meng-*copy* dan *paste* informasi yang bisa dicomot dari berbagai sumber di internet. Namun, cukup jelas, bahwa digitalisasi yang diikuti dengan kemalasan jurnalis

23. Pada tahun 2014 terdapat 66,7 persen surat kabar yang telah menyiapkan versi elektroniknya. Disusul majalah dan tabloid dengan angka 57,4 % dan 7 %. (Kusuma, 2016).
24. https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171229073102-185-265411/duopoli-google-facebook-rajai-iklan-digital-dunia-di-2017
25. Lihat Dewan Pers (2016). Indeks Kemerdekaan Pers 2016. Jakarta: Dewan Pers bekerjasama dengan PPMN.
26. Indonesian Journalists Technographics Report 2012-2013. http://old.maverick.co.id/47-of-indonesian-journalists-are-active-contributors-in-social-media-technographics-survey-report-2013/

membuat suara-suara alternatif dari mereka yang tidak mampu bersuara (*voice of the voiceless*) semakin jauh dari panggung publik.

Teknologi digital yang membuat peralatan produksi konten semakin murah, membuka peluang setiap individu untuk menjadi produsen konten, ketimbang sekedar konsumen. Dibantu infrastruktur internet pita lebar, mereka bisa menyebarkan konten teks, foto, audio dan audio visual sendiri. Melalui mekanisme *share* dan *rebroadcast (viral),* penetrasi konten yang mereka *broadcast* tidak kalah massif dibandingkan media pers. Mereka bisa membuat *blog* dan *website*, mirip dengan media pers *online*. Berbekal konten yang diperoleh dari *copy paste* dari sana sini, sebagaian dari mereka kemudian mengklaim sebagai pers sehingga muncullah fenomena pers abal-abal. Publik yang tidak terlatih bisa dengan mudah tertipu oleh media seperti ini sehingga dalam berbagai kasus, media abal-abal efektif digunakan sebagai medium penyebar *hoax* atau bagian dari praktik jurnalisme kaum kepentingan[27]. Di daerah-daerah media abal-abal —umumnya dalam bentuk *online* atau gabungan cetak dan *online* — juga digunakan oleh para kriminal yang mengaku-aku wartawan untuk memeras Kepala Sekolah, Kepala Desa dan kelompok-kelompok lain dengan ancaman akan diberitakan dengan tuduhan korupsi atau perselingkuhan. Beberapa oknum pejabat daerah juga menggunakan media abal-abal sebagai sarana untuk mencuri uang negara dengan dalih biaya pemasangan iklan dan publikasi.

MENUNGGU PERAN PEMERINTAH

Di tengah disrupsi teknologi, hingga kini belum ada *template* model bisnis yang bisa digunakan oleh media pers untuk tetap eksis secara berkelanjutan sembari tetap mengusung idealisme sebagai pers yang profesional dan fungsional bagi demokrasi. Beberapa eksperimen sudah dilakukan. Misalnya, konten berbayar dengan *paywall* seperti yang dilakukan *Kompas* dan *Tempo*, memadukan peran sebagai pers dan konten agregator (*Kumparan*), produksi konten-konten panajng dan mendalam, bukan sekedar konten 3-4 paragraf *(tirto.id)* atau produksi konten-konten *video on demand plus* kolaborasi intensif dengan *content creator* dan *platform* TV (*Narasi TV*). Model-model tersebut belum menunjukkan hasil signifikan yang bisa direplikasi sebagai model bisnis ideal.

> *Teknologi digital yang membuat peralatan produksi konten semakin murah, membuka peluang setiap individu untuk menjadi produsen konten, ketimbang sekedar konsumen.*

Konten-konten dari media di Indonesia, selama ini diagregasi oleh *platform* media digital yang memberikan *revenue sharing* atas iklan dalam format kerjasama yang asimetris. Seperti yang sudah terjadi di beberapa negara Eropa, pemerintah diharapkan turun tangan membantu dengan membuat peraturan-peraturan yang pada akhirnya membuat posisi tawar penyedia konten meningkat. Pemerintah juga diharapkan bisa menyediakan *trust fund* untuk membantu

27. Istilah ini merujuk pada penyedia berita yang dibiayai kaum kepentingan politik dan aktivis. Motif utama mereka adalah kepentingan politis, bukan mencari keuntungan. Lihat Kovach & Rosentiel (2012: 50-52)

inisiatif-inisiatif pelatihan dan pengembangan model-model bisnis alternatif pers di era digital. Jika berhasil, model bisnis itu bisa direplikasi oleh media lain. Sumber pembiayaan bisa berasal dari penerimaan negara bukan pajak (PNBP) sebagaimana proyek Palapa Ring yang dibiayai dana USO perusahaan telelekomunikasi. Media pers yang sehat dan profesional diperlukan publik agar saling terhubung demi meningkatkan martabat dan kehidupan mereka. Fungsi sama yang diemban oleh telekomunikasi. Pendataan perusahaan pers yang selama ini dilakukan Dewan Pers, juga perlu diakselerasi dengan menggunakan *artificial intelligent* sehingga pendataan bisa berlangsung mendekati *realtime*. Dibutuhkan peran pemerintah untuk memfasilitasi hal itu. Bantuan dalam bentuk fasilitas *adhoc* seperti ini, lebih bermanfaat dalam mewujudkan pers yang sehat ketimbang kontrak iklan dan berlangganan yang bisa membuat media pers terkooptasi kepentingan pemerintah.

Sebagaimana yang terjadi ketika dalam kekangan rezim Orde Baru, saat ini masih ada perusahaan pers yang berusaha setia kepada misinya sebagai pelayan dan pejuang kepentingan publik. Namun, mereka tengah berenang di tengah gelombang besar. Jika tidak ada kapal penolong yang datang, atau ada perubahan sistem yang menenangkan gelombang, tidak mustahil mereka akan segera tenggelam.

KEPUSTAKAAN

- Baker, C Edwin. (2007). Media Concentration and Democracy WHY OWNERSHIP MATTERS. New York: Cambridge University Press.
- DeFleur, Melvin dan Dennis, E. Everett. (1985). Understanding Mass Communication. Boston: Houghton Mifflin.
- Eriyanto. (2018). Media dan Opini Publik, Bagaimana Media Menciptakan Isu (Agenda Setting), Melakukan Pembingkaian (Framing) dan Mengarahkan Pandangan Publik (Priming). Jakarta: Rajawali Pers
- Graber, Doris A. McQuail, Denis, Norris, Pippa (editors). (2008). The Politics of News. 2nd edition. Washington: CQPress.
- Graber, Doris (2003). The Media and Democracy: Beyond Myths and Stereotypes. Annual Review of Political Science, vol 6:139-60
- Graber, Doris A .(1984). Media Power in Politic. Washington:CQPress.
- Kovach & Rosentiel (2012). Blur, Bagaimana Mengetahui Kebenaran di Era Banjir Informasi (terjemahan). Jakarta: Dewan Pers
- Manan, Bagir (2014). Politik Publik Pers. Jakarta: Dewan Pers
- McQuail, Denis (2017). Teori Komunikasi Massa (terjemahan buku 1 edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika
- PDAT (2019). Membuka Kejadian Menonjol Media Massa Indonesia Sejak Era Reformasi Sampai 2000. Jakarta: Pusat Data dan Analisas Tempo
- Schudson, Michael. (2002). The News Media as Political Institution. Annual Review of Political Science, vol 5, Issue 1.
- Sen, Krishna & Hill, David T. (2001) Media, Budaya dan Politik Indonesia, Edisi terjemahan, Jakarta: Istitut Studi Arus Informasi bekerjasama dengan Media Lintas Inti Nusantara.
- Shoemaker, PJ & Stephen D. Reese (. Mediating the Message in the 21st Century. New York: Routledge
- Siebert, Fred S, Theodore Peterson, Wilbur Schramm. (2000). Empat Teori Pers. Edisi Terjemahan. Jakarta: Internusa.
- Sinclair, R.K (1988). Democracy and Participation in Athens. Cambridge: Cambridge University Press
- Severin, WJ & James W. Tankard,Jr (1979). Communicatin Theories, Origin, Methods, Uses. New York: Hastings House, Publishers
- SK. Ishadi (2014) Media dan Kekuasaan. Televisi di Hari Hari Terakhir Presiden Soeharto. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Tapsell, Ross. (2017) The Political Economy of Digital Media dalam Digital Indonesia, Connectivity and Divergence (Jurriens, Edwin&Tapsell, Ross ed), Singapore: ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Tapsell, Ross (2019) Kuasa Media di Indonesia. Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital. Cetakan kedua. Terjemahan Wisnu Prasetya Utama. Jakarta: Marjinkiri.

JURNALISME INVESTIGATIF DI ERA DIGITAL

Oleh: **WINARTO***)

Di era banjir informasi melalui media digital seperti saat ini masihkah dibutuhkan jurnalisme investigatif? Bukankah di era teknologi digital semua hal telah terbuka? Tak ada ruang untuk bersembunyi? Tak ada sudut untuk menghindar dari sorotan media? Ketika setiap orang merasa bisa menjadi 'jurnalis' dan mewartakan apa pun hampir tanpa batas, dunia seolah-olah benar-benar terbuka, terkuak, transparan, sehingga semua bisa terlihat dengan jelas. Namun, benarkah demikian? Teknologi digital memang mendorong keterbukaan di banyak sektor dalam birokrasi pemerintahan. Penerapan *e-government* misalnya, membantu masyarakat mengakses informasi publik, meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas pelayanan publik. Namun, korupsi masih saja terjadi, bahkan dengan nilai lebih besar dan sebaran yang lebih luas. Teknologi informasi digital memungkinkan lahirnya ribuan media berbasis internet yang menyajikan beragam informasi. Tetapi, tidak semua informasi yang tersaji mengungkapkan kebenaran. Sebagian bahkan justru didesain untuk menyembunyikan kebenaran dengan menghadirkan disinformasi dan kabar palsu.

Adalah tugas jurnalisme, lebih khusus jurnalisme investigatif, untuk mengungkap dan menyampaikan kebenaran. Buku yang sedang kita bahas sekarang, *Resep dari Dapur Tempo: Menjadi Wartawan Investigasi* ini menunjukkan bukti pentingnya jurnalisme investigatif justru di era digital. Seperti disampaikan Pemimpin Redaksi *Tempo*, Wahyu Dhyatmika, dalam Kata Pengantar buku ini, bahwa di era digital seperti sekarang, ketika peran media arus utama makin tergerus oleh media sosial, keberadaan jurnalisme investigatif kembali menjadi relevan. "Wartawan harus berperan menjaga akuntabilitas pejabat dan lembaga publik, memastikan uang rakyat dibelanjakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran kita semua, dan membongkar kejahatan serta peanggaran di sekitar kita" (hal. 13).

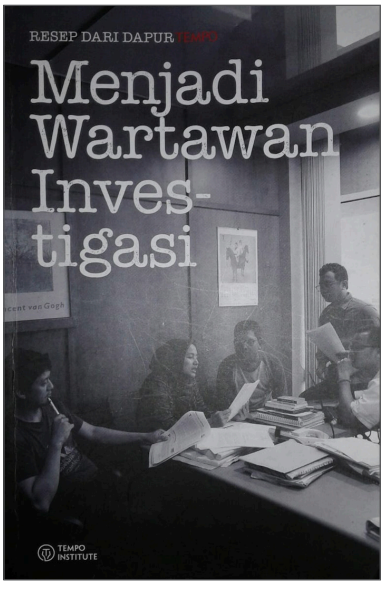
Lebih jauh dikemukan Wahyu, sudah lama jurnalisme hanya bergerak di permukaan, mempublikasikan pernyataan-pernyataan normatif, dan mempopulerkan selebritas yang pandai menarik perhatian khalayak dengan penampilan di luar kewajaran. Sudah tepat jika jurnalisme di era digital kembali memberi perhatian lebih pada investigasi jurnalistik (hal. 13). Perkembangan teknologi digital justru dinilai memiliki banyak manfaat bagi kegiatan investigasi jurnalistik. Sumber data kini lebih beragam dan bisa diakses secara *online*. Banyak data yang disediakan lembaga publik secara terbuka dan menjadi bagian dari gerakan transparansi dan de-

mokratisasi informasi. "Keberadaan ekosistem data terbuka ini jelas memudahkan jurnalis mencari informasi awal dan memverifikasi dugaan-dugaan penyimpangan" (hal.14). Teknologi digital juga memungkinkan analisis data yang lebih tajam, serta visualisasi data yang lebih kaya dan menarik. Perangkat kerja digital yang tersedia cuma-cuma di Internet bisa digunakan siapa saja untuk menajamkan hasil liputan (hal. 14).

BUKAN LAPORAN BIASA

Meskipun sangat penting, diakui bahwa melakukan liputan investigatif bukan hal mudah. Liputan investigatif menuntut kemampuan lebih dari yang dibutuhkan untuk melakukan liputan 'biasa' atau 'umum'. Kemampuan dalam bentuk pengetahuan tentang subjek investigasi maupun keterampilan teknis jurnalistik. Juga dibutuhkan keberanian, mengingat liputan investigatif sering berisiko. Diperlukan pula kesabaran, ketelitian dan kecerdasan untuk mengumpukan dan menganalisis fakta-fakta yang berserak bagaikan kepingan *puzzle*. Selain itu, liputan investigatif butuh waktu lebih lama dan biaya yang seringkali cukup menguras kas perusahaan media.

Mark Lee Hunter dan kawan kawan dalam bukunya, *Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists* (2011) mengungkapkan, jurnalisme investigatif bukanlah laporan biasa.



Judul Buku:
Resep dari Dapur Tempo:
Menjadi Wartawan Investigasi

Penulis:
Purwanto Setiadi dkk.

Penerbit:
Tempo Institute (2019)

ISBN 976-602-19607-9-0

> *"Wartawan harus berperan menjaga akuntabilitas pejabat dan lembaga publik, memastikan uang rakyat dibelanjakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran kita semua, dan membongkar kejahatan serta peanggaran di sekitar kita"*

Ada sejumlah hal prinsip yang membedakan jurnalisme investigatif dari laporan jurnalistik yang 'biasa' atau konvensional (*conventional news reporting*). Liputan berita biasa sebagian besar bergantung pada bahan yang disampaikan oleh pihak lain seperti polisi, pemerintah, perusahaan-perusahaan; seringkali bersifat pasif atau reaktif. Sedangkan liputan investigatif lebih mengandalkan bahan-bahan yang dikumpulkan dan dibangun melalui inisiatif reporter sendiri. Liputan berita konvensional bertujuan menciptakan gambaran objektif dunia atau keadaan seperti apa adanya (*to create an objective image of the world as it is*). Sedangkan liputan investigatif lebih dari itu yakni memanfaatkan gambaran objektif tentang suatu fakta atau peristiwa untuk mewujudkan tujuan mengubah dan memperbaiki keadaan.[1]

Perbedaan - perbedaan prinsip jurnalisme investigatif dari jurnalisme biasa seperti dirumuskan Lee Hunter dan kawan kawan itu dikutip secara lebih lengkap dan ditempatkan di bagian awal buku *Resep dari Dapur Tempo: Menjadi Wartawan Investigasi* ini untuk mengantar pembaca memahami lebih jauh apa itu jurnalisme investigatif dan bagaimana melakukannya. Buku terbitan Tempo Institute ini memang dimaksudkan sebagai semacam panduan untuk

1. Mark Lee Hunter et.al., Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists, UNESCO, 2011.

melakukan kegiatan jurnalisme investigatif, yang bermanfaat bukan hanya bagi wartawan *Tempo* tetapi tentu juga untuk kalangan wartawan pada umumnya. Sebagaimana disampaikan Direktur Tempo Institute Mardiyah Chamim, yang berharap buku ini dapat menjadi pupuk bagi tumbuh suburnya kultur jurnalisme investigatif di negeri ini. "Buku ini disusun dengan konteks Indonesia, dilengkapi contoh-contoh riil berdasarkan pengalaman wartawan *Tempo*. Mudah-mudahan bisa mengilhami para jurnalis untuk menerapkan jurnalisme investigatif" (hal. 11).

Gambar 1. **PERBEDAAN JURNALISME UMUM/BIASA DENGAN JURNALISME INVESTIGATIF**

JURNALISME UMUM	JURNALISME INVESTIGATIF
Bahan dan Riset	
Informasi dihimpun dan diberitakan dalam frekuensi yang ajek (harian, mingguan, bulanan)	Publikasi informasi baru dilakukan setelah bisa dipastikan keutuhan dan kelengkapannya.
Riset dilakukan secara cepat dan singkat. Begitu berita rampung tak perlu ada riset lanjutan.	Riset berlanjut sampai berita dipastikan kebenarannya, dan bisa berlangsung terus setelah berita hasil investigasi disiarkan.
Berita didasarkan atas syarat minimal dari informasi dan bisa sangat pendek.	Berita bertumpu pada informasi maksimal yang bisa diperoleh dan boleh jadi sangat panjang.
Pernyataan narasumber sering bisa menggantikan dokumen.	Reportasenya membutuhkan dokumen sebagai pendukung pernyataan narasumber.
Narasumber	
Narasumber sering dianggap berniat baik, hampir tanpa referensi.	Narasumber tak bisa begitu saja dianggap berniat baik; setiap narasumber sangat mungkin memberikan informasi yang salah, menyesatkan; informasi tak boleh digunakan tanpa verifikasi.
Narasumber resmi menawarkan informasi secara sukarela kepada wartawan untuk mempromosikan diri dan buat tujuan pribadi.	Informasi resmi disembunyikan dari wartawan, karena menyiarkannya bisa mengganggu kepentingan pejabat dan institusinya.
Umumnya wartawan harus menerima versi resmi dari suatu peristiwa – meski dia bisa saja mengujinya dengan komentar dan pernyataan narasumber lain.	Wartawan secara eksplisit bisa membenturkan atau membantah versi resmi suatu peristiwa dengan informasi dari sumber sumber independen.
Wartawan hampir selalu menggunakan informasi yang diperolehnya dari semua narasumbernya.	Wartawan sangat mungkin membuang lebih banyak informasi yang diperoleh dari narasumbernya, dan lebih banyak pula informasi yang telah didapat dari semua narasumbernya.
Indentitas narasumber hampir selalu disebutkan.	Sering jati diri narasumber tak bisa diungkapkan demi keselamatannya.
Hasil	
Reportase sering dilihat sebagai refleksi dari suatu keadaan, yang diterima apa adanya. Reporter tak mengharapkan hasil selain semata-mata memberikan informasi kepada publik.	Wartawan menolak menerima begitu saja keadaan seperti apa adanya. Beritanya dimaksudkan untuk mendedahkan situasi tertentu, untuk memperbaikinya, mengecamnya, atau, dalam beberapa kasus tertentu, mempromosikan contoh tentang cara-cara yang lebih baik.
Reportase tak mengharuskan wartawan punya ikatan personal.	Tanpa komitmen pribadi wartawan, berita investigasi tidak mungkin dirampungkan.
Reportasenya tak terlalu mementingkan struktur drama. Berita tiada akhir, karena berlangsung terus.	Struktur drama yang terdapat dalam cerita yang diinvestigasi sangat penting bagi dampaknya, dan mengarahkan ke kesimpulan yang diberikan wartawan atau narasumbernya.
Wartawan bisa berbuat salah, tapi ini tak terhindarkan dan biasanya tidak penting.	Kesalahan bisa menghadapkan wartawan pada sanksi formal dan informal, dan bisa menghancurkan kredibilitas wartawan dan medianya.

(Sumber: Mark Lee Hunter dkk., Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (UNESCO, 2011)

HORMATI HUKUM DAN ETIKA

Sebagai sebuah buku yang diharapkan bisa menjadi semacam panduan untuk melakukan kegiatan jurnalisme investigatif, buku ini menyajikan informasi dan bahasan relatif lengkap dan menarik. Di luar Bab Kata Pengantar, buku ini tersusun dalam tiga bab ditambah sebuah Apendiks. Bab I yang terdiri dari lima tulisan membahas asas-asas atau prinsip-prinsip dasar yang harus dipahami dalam menjalankan jurnalisme investigatif.

Tulisan pertama menyajikan materi tentang pengertian jurnalisme investigatif, perbedaan antara jurnalisme investigatif dari jurnalisme biasa atau umum. Selanjutnya dibahas masalah etika dalam kegiatan jurnalisme investigatif. Di sini diuraikan betapa pentingnya wartawan memahami dan memegang teguh aturan-aturan hukum dan etika dalam peliputan investigatif. Hal itu dikarenakan dalam melakukan liputan investigatif wartawan dan media menghadapi risiko. Kalau bukan ancaman fisik, wartawan dan media berisiko menghadapi gugatan hukum dari pihak-pihak yang merasa terusik oleh liputan tersebut. Liputan investigatif bertujuan membongkar kejahatan atau pelanggaran hukum yang disembunyikan. Upaya jurnalis membongkar kejahatan yang tersembunyi itu tentu akan menghadapi tantangan oleh pelaku kejahatan dan mereka yang berkepentingan agar kejahatan tersebut tidak diketahui publik. Dalam kasus korupsi, mereka biasanya adalah orang-orang yang bermodal dan berkuasa. Oleh sebab itu, wartawan investigasi harus bekerja secara ekstra hati-hati. Untuk itulah mereka harus berpegang teguh pada aturan dan etika agar bisa menutup celah sekecil apapun yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi dasar gugatan oleh pihak yang merasa terusik oleh liputan tersebut.

Dalam hal ini pedoman utama wartawan yaitu UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Setidaknya ada dua pasal dalam UU Pers bagi praktik jurnalistik untuk mempertanggungjawabkan kualitas karya secara hukum dan etik di hadapan publik. Pertama, Pasal 5 ayat 1 yang berbunyi: "Pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah." Kedua, Pasal 6 huruf c yang berbunyi: "Mengembangkan pendapat umum berdasar informasi yang tepat, akurat dan benar." Berdasar pada ketentuan tersebut dijelaskan, bahwa landasan moral liputan jurnalistik adalah kepentingan publik, bukan kepentingan lain-lain. Oleh sebab itu, niat awal karya jurnalistik, terutama investigasi, haruslah memegang asas praduga tak bersalah (hal. 32). Wartawan hanya menampilkan fakta, bukan untuk menghakimi. Fakta yang dimaksud adalah fakta yang tepat, akurat dan benar. Ketentuan dalam UU Pers lebih jauh dijabarkan dalam Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Pasal 1 KEJ menyatakan bahwa dalam menyiarkan berita, pers Indonesia harus "bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk".

Independensi pers/media merupakan hal sangat penting, lebih-lebih dalam era yang memungkinkan setiap orang merasa bisa menjadi wartawan, tak sedikit berita dibuat bukan untuk kepentingan khalayak tetapi untuk pihak tertentu. Dalam situasi seperti ini, akurasi menjadi pertaruhan kualitas karya jurnalistik. "Dengan akurasi, yang telah melalui proses validasi dan dukungan bukti, karya jurnalistik bisa dipertahankan saat menghadapi pengaduan (ke Dewan Pers misalnya) atau gugatan hukum sekalipun, berkaitan dengan Kode Etik Jurnalistik atau Undang-Undang Pers. Hal ini terlebih lagi berlaku untuk karya jurnalistik investigasi" (hal. 33).

Dalam Bab I buku ini juga dijabarkan selintas prinsip-prinsip dasar untuk melakukan peliputan. Antara lain bagaimana menentukan nilai berita yakni seberapa penting suatu peristiwa diangkat menjadi berita, lebih-lebih berita investigatif. Juga, perlu dipastikan bahwa peristiwa tersebut benar-benar faktual dan akurat. Selain itu pun diungkapkan perlunya bukti atas fakta tersebut. Fakta yang benar sekalipun tak akan kuat tanpa bukti. Ini sebabnya, wartawan investigasi harus

berupaya memperoleh bukti. Hal ini guna mengantisipasi bila hasil liputan investigasi digugat ke pengadilan. Di pengadilan, hanya fakta yang bisa dibuktikan yang diakui. (hal. 57).

VERIFIKASI: JANTUNG LIPUTAN INVESTIGATIF

Bab II buku ini terdiri dari 12 tulisan yang membahas masalah-masalah terkait teknik peliputan. Di antaranya tentang peran informan, relasi dan lobi dalam peliputan investigatif; bagaimana memilih proyek investigasi; merencanakan peliputan; memetakan, mendekati dan mewawancarai narasumber. Juga, dibahas masalah bagaimana membuat dan menyimpan catatan; melindungi dokumen dan pembocornya; kerjasama tim, dan aspek-aspek teknis-strategis di lapangan seperti cara menembus narasumber dan menjaring informasi.

Terkait dengan hal-hal di atas, satu aspek yang sangat penting dalam liputan investigatif yaitu verifikasi fakta. Dalam buku ini bahkan dinyatakan bahwa "verifikasi adalah jantung jurnalisme investigatif".

Verifikasi adalah proses pengecekan, penelitian, dan pengujian terhadap informasi, fakta, data, atau dokumen yang diperoleh wartawan investigasi. Informasi, fakta, data atau dokumen tersebut belum bisa dianggap benar selama belum diverifikasi. Hasill verifikasi sangat penting untuk membuktikan bahwa benar telah terjadi pelanggaran atau kejahatan yang menjadi subjek liputan investigatif. Pembuktian ini sangat penting karena media massa berkewajiban menyebarkan berita yang benar, akurat dan menyangkut kepentingan umum. Media massa tidak memproduksi gosip, hoaks, atau berita palsu (hal.79). Verifikasi juga penting sebagai bekal untuk melakukan konfirmasi kepada narasumber. Tanpa informasi atau data yang telah terverifikasi dengan valid, seorang wartawan seperti membawa pistol dengan peluru kosong ketika berhadapan dengan narasumber. Hasilnya, narasumber akan mudah mengelak atau membantah apa yang dikonfirmasi wartawan (hal. 80).

> *"Dengan akurasi, yang telah melalui proses validasi dan dukungan bukti, karya jurnalistik bisa dipertahankan saat menghadapi pengaduan (ke Dewan Pers misalnya) atau gugatan hukum sekalipun, berkaitan dengan Kode Etik Jurnalistik atau Undang-Undang Pers. Hal ini terlebih lagi berlaku untuk karya jurnalistik investigasi"*

Berbeda dari penegak hukum seperti polisi misalnya, wartawan tidak memiliki kewenangan untuk menangkap, menahan dan menginterogasi tersangka pelaku kejahatan, atau masuk ke tempat kejadian perkara, menyita dokumen dan barang bukti. Wartawan tidak mempunyai 'kemewahan' seperti itu. Oleh sebab itu, wartawan perlu membekali diri dengan kekayaan metode dan trik. Istilah "metode" merujuk pada cara-cara yang terstruktur; misalnya, menelusuri dokumen, membaca hasil forensik atau pemeriksaan, melakukan napak tilas (rekonstruksi), penelusuran lapangan, atau pengujian laboratorium. Sedangkan "trik" merupakan upaya mencari celah untuk mendapatkan informasi atas

suatu masalah. Trik membutuhkan kreativitas dan improvisasi, khususnya ketika di lapangan.

Trik biasanya digunakan ketika metode standar tidak memungkinkan dilakukan. Dalam beberapa kasus, trik sangat diperlukan guna menerobos kebuntuan. Dalam buku ini disajikan beberapa contoh trik yang dilakukan wartawan *Tempo* ketika melakukan liputan investigatif. Misalnya, pernah ketika menelisik kasus aborsi, *Tempo* mendapat kesulitan untuk memperoleh informasi karena baik pelaku maupun korban bungkam. Apa yang dilakukan *Tempo* kemudian adalah mengirim seorang perempuan yang sedang mengandung lima bulan ke klinik yang diduga menjalankan praktik aborsi tersebut.di daerah Jakarta Selatan. Dengan berpura-pura ingin melakukan aborsi, *Tempo* berhasil mendapat informasi untuk membuktikan kebenaran fakta praktik ilegal tersebut. Hasil liputan investigasi dimuat di majalah *Tempo* edisi 17 Mei 2009 (hal. 83).

Banyak trik bisa dilakukan untuk memverifikasi informasi, atau sekadar untuk mengambil foto. Dalam kasus penyelundupan tenaga kerja Indonesia melalui Nunukan, Kalimantan Utara, ke Tawau, Malaysia, wartawan *Tempo* ikut menyeberang dengan menumpang kapal gelap. Ketika menginvestigasi vila para jenderal di bukit Citamiang, Puncak, Jawa Barat, wartawan *Tempo* menyamar sebagai pasangan yang sedang membuat foto *pre-wedding* dan menyewa *trike* (paralayang bermesin) untuk memotret karena vila tersebut hanya bisa dijangkau dari udara (hal.85). Intinya, wartawan investigasi harus kreatif dan mampu berimprovisasi untuk memperoleh informasi yang valid, bila cara-cara yang standar menemui kebuntuan. Namun, tetap saja harus memperhatikan koridor hukum dan etika.

MASALAH PENULISAN: SETIA PADA FAKTA

Tahapan yang tak kalah krusial dalam jurnalisme investigatif adalah penulisan laporan hasil investigasi. Kiat-kiat dalam penulisan laporan investigasi disajikan dalam bab III buku ini.

Sebenarnya, secara teknis tidak ada perbedaan keterampilan yang dibutuhkan untuk menulis laporan jurnalistik investigatif dengan karya jurnalistik pada umumnya. Seperti kemampuan menentukan *angle* atau sudut pandang, menyusun kerangka tulisan, dan merangkai cerita. Tetapi, dalam penulisan hasil liputan investigatif diperlukan kehati-hatian yang lebih besar untuk benar-benar menaati aturan-aturan dasar ibarat rambu-rambu jalan guna menghindari kecelakaan.

Dalam menuliskan hasil liputan investigatif, kecermatan merupakan hal urgen. Alasan utamanya adalah dalam cerita yang disajikan ada pihak yang akan terlihat jahat, mungkin juga bodoh. Hal ini bisa menyeret wartawan ke pengadilan dengan tuduhan mencemarkan nama baik. Sejauh ceritanya benar dan menyangkut kepentingan publik, wartawan masih bisa selamat. Namun, bila ada kesalahan yang serius, perlindungan terhadap wartawan bisa gugur (hal. 116). Sejak awal harus disadari, pada setiap liputan investigatif ada pihak yang mengawasi dan siap menyerang balik bila ada kesalahan (hal.115).

Hal yang harus selalu diingat adalah kesetiaan pada fakta. Selama wartawan berfokus pada fakta, menyampaikan fakta apa adanya, memaparkan temuan-temuan yang bisa dibuktikan, posisinya akan aman. Untuk itulah pentingnya *check and recheck*, selalu memeriksa dan mendapatkan konfirmasi bagi setiap fakta. Pertanyaan-pertanyaan "Apakah fakta ini benar?" dan "Sudahkah saya minta konfirmasi kepada narasumber yang lain" patut selalu diajukan selama dalam proses penulisan. Hindari menuliskan sesuatu yang mungkin saja benar, tetapi tidak bisa dibuktikan. Ini namanya berspekulasi.

Kesetiaan pada fakta juga berarti bahwa wartawan harus jauh-jauh mengindari opini pribadi. Wartawan mungkin merasa yakin bahwa seseorang memang bersalah, tetapi hal ini tidak boleh muncul dalam tulisan. Bila sentimen pribadi seperti ini sampai menyusup dalam tulisan,

bisa jadi ada yang menafsirkannya sebagai 'niat jahat' atau 'iktikat buruk' yang akan bisa dipersoalkan dan digugat. Hal ini tidak mudah ditepis dalam gugatan pencemaran nama baik (hal.118).

Pengecekan perlu dilakukan berulang-ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam penulisan. Sesekali wartawan perlu mengambil jarak, membaca ulang tulisan dengan memposisikan diri sebagai pembaca. Cara lain, bisa minta rekan wartawan untuk membaca dan mencermati kemungkinan adanya kesalahan. Kalau mediannya punya divisi hukum, sangat baik meminta pendapat mereka untuk melihat adanya kemungkinan fakta atau hal lain yang bisa dipersoalkan secara hukum.

KOLABORASI: LEBIH IRIT DAN BERDAMPAK

Di luar bahasan tentang hal-hal teknis menyangkut apa dan bagaimana melakukan liputan investigatif, buku ini menyajikan satu perspektif baru dalam menjalankan jurnalisme investigatif. Yaitu: kolaborasi. Tulisan yang menghadirkan beberapa contoh kolaborasi antarmedia dalam liputan investigatif dapat kita baca pada bagian Apendiks buku ini.

Kolaborasi antarmedia untuk melakukan liputan investigasi menjadi *trend* menarik akhir-akhir ini. Khususnya setelah terbitnya laporan *Panama Papers* yang sempat menimbulkan kehebohan di banyak negara. *Panama Papers* merupakan proyek investigasi yang melibatkan sekitar 400 orang wartawan dari seratusan media di 80 negara di bawah koordinasi Internatonal Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). Proyek ini menelisik jutaan dokumen digital yang diduga milik Mossack Fonseca, sebuah firma hukum asal Panama. Dokumen-dokumen tersebut berisi data dan informasi tentang pengusaha, pejabat dan orang-orang kaya yang mendirikan perusahaan boneka di negara-negara suaka pajak seperti Panama, Singapura, British Virgin Islands, dan Seychelles. Para pemilik perusahaan tersebut diduga berusaha menghindari kewajiban membayar pajak di negaranya sendiri; atau menyembunyikan harta ilegal.

> *"Tentu saja, kompetisi dalam bisnis media masih terjadi. Namun, konsep mengenai ekslusivitas dan skop dalam pemberitaan tidak lagi sama. Di tengah gelombang media sosial dan serbuan hoaks, yang paling penting bagi media arus utama bukan lagi siapa yang lebih dulu memberitakan sebuah peristiwa, melainkan bagaimana memberitakannya secara benar, akurat, komprehensif, dan terutama berdampak luas."*

Para jurnalis yang terlibat dalam proyek kolaborasi bertugas menelusuri nama-nama di negara masing-masing yang terkait kasus tersebut. Ratusan jurnalis berbagai negara tersebut bekerja sama, saling berbagi bahan dan informasi, dan bersepakat mempublikasikan laporan secara serentak di media masing-masing. Dampak laporan *Panama Papers* pun terjadi di banyak negara yang terkait. Di Indonesia media dan wartawan *Tempo* yang turut dalam kolaborasi tersebut menerbitkan dua laporan panjang di *Tempo.co* pada bulan April 2016. Wartawan *Tempo* pun kemudian menjadi sibuk melayani permintaan berbagai pihak yang

ingin menguak lebih jauh fakta-fakta yang disajikan *Tempo*. Tak kurang, Direktorat Jenderal Pajak mengajak *Tempo* membahas dugaan penyelewengan pajak oleh pengusaha dan pejabat Indonesia. Lebih jauh, Presiden membentuk Satgas beranggota antara lain Direktorat Pajak dan Pusat Pelaporan dan Analis Transaksi Keuangan (PPATK) untuk meneliti pejabat dan pengusaha yang namanya tertera dalam dokumen Panama.

Di beberapa negara juga terjadi dampak besar. Di Isandia, Perdana Menteri Sigmundur David Gunnlaugsson mengundurkan diri. Di Inggris, PM David Cammeron mendapat tekanan keras karena pernah memiliki perusahaan yang terkait firma hukum Mossack Fonseca. Di Pakistan, mantan PM Nawaz Sharif dijatuhi hukuman penjara karena korupsi; investigasi *Panama Papers* mengungkap properti milik keluarganya yang disembunyikan di uar negeri.

Setelah selesai dengan proyek *Panam Papers*, majalah *Tempo* beberapa kali melakukan kolaborasi dengan sejumlah media dan organisasi masyarakat sipil (*Civil Society Organization/CSO*) untuk menyajikan laporan jurnalistik investigatif. Di antaranya kolaborasi dengan BBC dalam investigasi kasus dugaan penggunaan bahan masakan kadaluwarsa oleh sebuah jaringan restoran siap saji di Indonesia. Lalu, kolaborasi dengan media Taiwan, *The Reporter*, menelisik penganiayaan hingga tewas seorang pelaut asal Tegal, Jawa Tengah, yang bekerja di kapal Taiwan pada 2016. Atas laporan kasus tersebut *The Reporter* memperoleh penghargaan Excellence in Investigative Reporting dari The Society of Publisher in Asia (SOPA).

Proyek kolaborasi paling mutakhir yaitu yang dilakukan *Tempo* bersama delapan media di Indonesia (*Jaring*, *Bisnis Indonesia*, *Independent.id*, *Liputan 6*, *CNN Indonesia*, *Jakarta Post*, *Suara.com*, dan *Kantor Berita Radio 68H*) membentuk jaringan kerjasama yang disebut *IndonesiaLeaks*. Yakni suatu *platform online* yang dibuat untuk menampung bocoran informasi atau dokumen publik menyangkut kasus-kasus penting. Salah satu bocoran informasi yang kemudian ditulis sebagai laporan investigatif adalah terkait dugaan keterlibatan oknum kepolisian dalam kasus suap impor daging sapi. Laporan tersebut mendapat perhatian luas publik dan pemerintah.

Kolaborasi antarmedia, juga antara media dengan organisasi masyarakat sipil, dinilai merupakan langkah strategis untuk menguatkan dampak laporan investigatif. "Tentu saja, kompetisi dalam bisnis media masih terjadi. Namun, konsep mengenai ekslusivitas dan skop dalam pemberitaan tidak lagi sama. Di tengah gelombang media sosial dan serbuan hoaks, yang paling penting bagi media arus utama bukan lagi siapa yang lebih dulu memberitakan sebuah peristiwa, melainkan bagaimana memberitakannya secara benar, akurat, komprehensif, dan terutama berdampak luas" (hal. 149). Di luar itu,kolaborasi antarmedia tentunya juga bisa mengurangi faktor biaya karena bisa ditanggung bersama. Ini bisa menjadi solusi bagi media media kecil yang ingin melakukan investigasi jurnalistik.

Buku *Resep dari Dapur Tempo: Menjadi Wartawan Investigasi* ini kiranya penting sebagai "bacaan wajib" bagi para jurnalis yang berminat menghasikan karya jurnalistik investigatif. Selain ditulis dengan bahasa yang enak dibaca, buku ini juga menghadirkan contoh-contoh yang diambil dari pengalaman wartawan *Tempo* dalam melakukan investigasi jurnalistik. Ada catatan kecil terhadap penerbitan buku ini yakni tidak dicantumkannya tahun penerbitan. Namun, hal itu tidak mengurangi makna keseluruhan isi buku ini.

---

*) ***WINARTO,*** *selama 24 tahun menjadi wartawan media cetak dan televisi, kemudian menjadi dosen dan instruktur pelatihan jurnalistik, kini sebagai Tenaga Ahli Dewan Pers.*

KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP PERS PERLU DIKAJI

Oleh: **WINARTO***)

Pengantar: Pada akhir tahun 2019 Dewan Pers menyelenggarakan penelitian tentang "Kepercayaan publik terhadap media pers". Sebagai pelaksana penelitian yaitu tim dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Moestopo Beragama, Jakarta,[1] dengan dukungan dana dari Dewan Pers. Berikut ini adalah catatan terhadap hasil penelitian tersebut yang ditulis oleh Winarto, tenaga ahli Dewan Pers.

1. Tim peneliti dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Moestopo Beragama yaitu: Dwi Ajeng Widorini, HM Saifullah, Natalina Nilamsari, Fizzi Andriani, dan Eni Kardi Wiyati.

LATAR BELAKANG

Bisnis pers adalah bisnis kepercayaan. Pers yang kredibel akan menjamin loyalitas audiensnya. Untuk membangun dan menjaga kredibilitasnya pers dituntut mampu secara teguh menjalankan tugas profesinya yakni menyampaikan kebenaran demi kepentingan publik. Selama tigapuluh tahun Indonesia di bawah rezim Orde Baru pers hidup dalam kontrol ketat kekuasaan negara sehingga lebih sering menyuarakan kepentingan penguasa dibanding kepentingan publik. Hanya satu-dua institusi pers yang dipandang cukup berani mengungkapkan suara publik. Setelah Soeharto lengser, Orde Baru ambruk, pers memperoleh kebebasan besar. Perusahaan-perusahaan pers pun berdiri dan menjamur hingga mencapai ribuan. Publik berharap, dengan kebebasannya pers bisa menjalankan fungsinya lebih baik dengan mengutamakan kepentingan publik. Akan tetapi, alih-alih menjaga kepentingan publik, sebagai 'anjing penjaga' terhadap kekuasaan, pilar ke-empat demokrasi, banyak lembaga pers justru sibuk dengan kepentingannya sendiri, menyajikan berita-berita yang esensinya hanya untuk menggaet pembaca dan iklan. Sebagian lagi terjebak dalam politik partisan yang pemberitaannya sarat muatan kepentingan kelompok politik tertentu.

Kemajuan teknologi informasi mendorong lahirnya ribuan media baru berbasis internet. Munculnya media-media baru tersebut menumbuhkan harapan bagi kehidupan pers yang lebih sehat. Media-media baru tersebut diharapkan bisa menyediakan informasi alternatif bagi publik di luar yang disajikan media arus utama. Namun, harapan seperti itu belum sepenuhnya terwujud. Karena tidak banyak dari media-media tersebut yang benar-benar berorientasi kepada kepentingan publik. Tak sedikit dari mereka yang hanya menjadi media kehumasan bagi yang bersedia membayar. Sementara itu, para pemilik modal yang selama ini menguasai media konvensional – koran, tv dan radio – tidak mau tertinggal, masuk pula ke *platform* digital, melakukan konvergensi media, dan berhasil membangun konglomerasi digital.[2]

Kemajuan teknologi informasi juga melahirkan apa yang kita kenal dengan 'media sosial', sebuah *platform* digital yang pada dasarnya merupakan media berbagi dan berinteraksi antarwarga pengguna internet (*netizen*), namun kemudian mampu menjadi media informasi. Dibanding media pers, media sosial memiliki kelebihan yaitu kecepatannya dalam menyampaikan informasi, meskipun kebenarannya belum tentu bisa dipastikan. Belakangan, publik mengeluhkan maraknya disinformasi (hoaks) atau kabar palsu dan misinformasi di media sosial. Ironisnya, tak jarang informasi di media sosial dijumput dan disebarkan pula oleh sebagian media pers demi mengejar rating atau klik pembaca.

Dalam situasi seperti ini publik menjadi kehilangan orientasi, tidak memiliki pegangan, dalam mengonsumsi informasi. Mereka tidak sepenuhnya tahu mana informasi yang benar, faktual, dan mana yang salah atau bahkan hoaks. Oleh sebab itu, menarik untuk dikaji bagaimana persepsi publik saat ini terhadap media pada umumnya dan institusi pers khususnya dewasa ini. Bagaimana kepercayaan publik terhadap media arus utama (*mainstream media*) atau media yang dominan dibanding media sosial. Di tengah banjir informasi pada era digital seharusnya media pers bisa menjadi barometer dan pegangan bagi publik untuk memperoleh informasi yang terpercaya. Dengan dasar pemikiran seperti itu penelitian ini diselenggarakan.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang kepercayaan publik terhadap media arus utama, baik dalam *platform* cetak, elektronik (radio dan tv), maupun *online*. Bagaimana harapan publik terhadap media pers tentang peran dan fungsi yang harus dijalankan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kepercayaan atau *trust* adalah suatu harapan positif terhadap pihak lain yang diyakini tidak akan melakukan tindakan untuk mencari keuntungan semata (Robbin, 2003). *Trust* terbentuk karena adanya hubungan antara *trustee* dan *trustor*. *Trustor* adalah pihak yang dipercaya, sementara *trustee* adalah pihak yang memutuskan untuk percaya kepada *trustor* (Blöbaum, 2016). Dalam konteks penelitian ini, *trustor* adalah media pers, sedangkan *trustee* adalah publik (*media audiences*).

Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) mengungkapkan, kepercayaan dapat terlahir berdasar tiga aspek yaitu *ability* (kemampuan), *benevolence* (kebajikan), dan *integrity* (integritas). Berangkat dari pemikiran Mayer dan kawan-kawan tersebut, aspek *ability* dalam penelitian ini merujuk pada profesionalitas pers baik terkait institusi atau perusahaan persnya maupun kompetensi wartawannya. Sedangkan aspek *benevolence* menyangkut peran dan fungsi pers sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan yang harus mengedepankan kepentingan publik dan menyampaikan kebenaran. Aspek *integrity* terkait komitmen pers dan para wartawannya untuk menjaga etika dan profesionalitas kerjanya.

2. Lihat: Ross Tapsell, "Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital", Tangsel: Marjin Kiri (2019).

Julie Posetti, Senior Research Fellow di Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, mengungkapkan, peran jurnalisme terletak pada kemampuannya untuk memberi kejelasan dan membangun kepercayaan terkait konten yang telah diverifikasi. Setidaknya ada tujuh prinsip utama yang patut dipegang teguh bagi jurnalisme yang kredibel. Yaitu: akurasi, independensi, keadilan, kerahasiaan (sumber berita), kemanusiaan, akuntabilitas, dan transparansi.[3]

Terkait akurasi, Julie Possetti menjelaskan, bahwa jurnalis tidak selalu bisa menjamin "kebenaran", tapi menjadi akurat dan mendapatkan fakta dengan benar tetap menjadi prinsip utama jurnalisme. Sedangkan menyangkut independensi, ditegaskan bahwa jurnalis harus menjadi suara yang independen. Artinya, jurnalis tidak boleh bertindak atas nama kepentingan khusus dan menyampaikan sesuatu yang menimbulkan konflik kepentingan. Selanjutnya, jurnalis harus mempertimbangkan keadilan. Peliputan yang adil tentang informasi, peristiwa, sumber dan kisah mereka perlu disaring, ditimbang dan dievaluasi secara terbuka dan penuh wawasan. Jurnalis harus menyediakan konteks dan menampilkan berbagai perspektif untuk membangun kepercayaan dan keyakinan bagi publik. Kerahasiaan narasumber adalah hal lain yang juga penting, khususnya untuk liputan investigatif, guna melindungi narasumber dan membangun kepercayaan sumber informasi. Prinsip lainnya, jurnalis harus memperhatikan aspek kemanusiaan. Jurnalis perlu mempertibangkan dampak dari informasi yang disampaikan bagi pihak-pihak tertentu di luar yang menjadi sasaran pemberitaan. Prinsip kemanusaiaan juga berarti bahwa jurnalis patut memberi perhatian kepada kelompok-kelompok masyarakat yang tidak beruntung, dan mereka yang terpinggirkan. Dalam konteks ini, kepentingan umum merupakan prinsip yang harus dikedepankan. Selain itu, prinsip yang tak kalah penting yaitu akuntabilitas dan transparansi. Akuntabilitas adalah tanda profesionalisme dan jurnalisme yang beretika. Jurnalis mesti bersedia memperbaiki kesalahana dengan segera, jelas dan tulus; mendengarkan keprihatinan khalayak dan menanggapi mereka. Sedangkan transparansi berperan menopang akuntabilitas dan membantu pengembangan serta pemeliharaan kepercayaan terhadap jurnalisme.

Bagi pers Indonesia, untuk memenuhi unsur-unsur yang membangun kepercayaan publik ada aturan dan ketentuan yang bisa dijadikan pedoman yaitu UU Nomor 40/Tahun 1999 tentang Pers, dan sejumlah Peraturan Dewan Pers antara lain tentang Standar Perusahaan Pers; Standar Kompetensi Wartawan; Kode Etik Jurnalistik; dan ketentuan-ketentuan lain mengenai standar dan pedoman dalam menjalankan kerja jurnalistik. Undang undang dan ketentuan-ketentuan tersebut dimaksudkan untuk mendorong pers Indonesia dengan para jurnalisnya menjalankan tugas-tugasnya secara profesional. Pers Indonesia harus berbadan hukum, mampu membayar karyawan termasuk para wartawannya secara layak, memiliki penanggung jawab/pemimpin redaksi dengan kualifikasi sebagai Wartawan Utama sesuai Standar Kompetensi Wartawan, mempunyai struktur organisasi yang memungkinkan dijalankannya pekerjaan jurnalistik dengan baik sesuai Kode Etik Jurnalistik. Hanya dengan profesionalisme, pers Indonesia akan mampu membangun kepercayaan publik terhadap pers dan jurnalisme.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan survei yang dilakukan terhadap 1.020 responden dengan teknik pengumpulan data secara *sistematik random sampling* di 34 provinsi di Indonesia. Responden berusia di atas 13 tahun, dengan pendidikan dari SLTP hingga S2, sedangkan jenis kelaminnya limapuluh persen perempuan limapuluh persen laki-laki. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari 38 item pertanyaan men-

3. Lihat: "Jurnalisme, 'Berita Palsu', dan Disinformasi", UNESCO, 2019, hal. 30-31.

yangkut karakteristik responden, frekuensi atau intensitas penggunaan media, dan kepercayaan terhadap media. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan distribusi frekuensi, dan *cross-tabulations*. Analisis data tersebut untuk menggambarkan secara kuantitatif antar indikator, disertai penjelasan diskriptif terhadap temuan.

HASIL PENELITIAN

A. Konsumsi Media

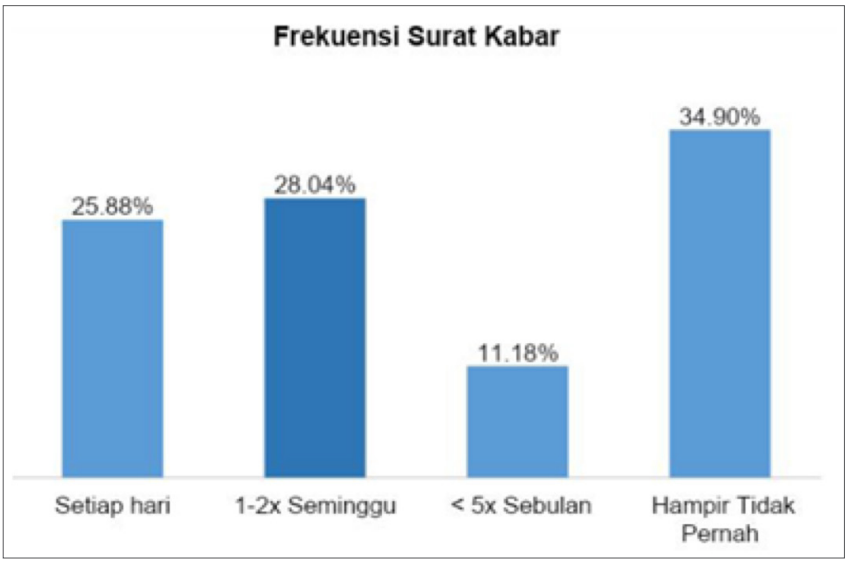
A.1. Konsumsi Surat Kabar, TV, Radio dan Media Online

Pada era ketika orang dengan mudah memperoleh informasi dari berbagai sumber, seperti media siber (*online*) dan media sosial, menarik untuk mengetahui apakah media-media konvensional yaitu media cetak berupa koran, dan media elektronik yaitu televisi dan radio masih cukup diminati sebagai sumber informasi (dan hiburan). Seberapa besar frekuensi atau intensitas penggunaan media konvensional oleh masyarakat dibanding penggunaan media siber ataupun media sosial?

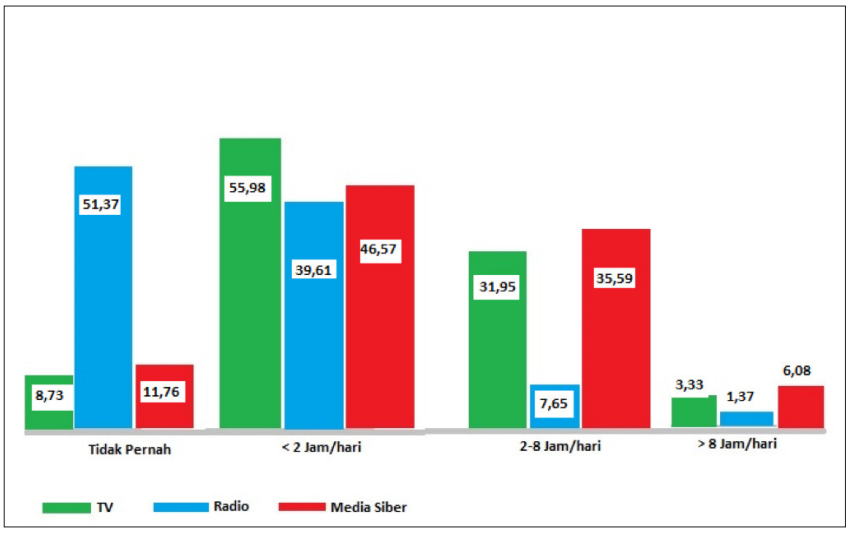
Seperti ditunjukkan gambar 1, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa 34,90 persen responden menyatakan hampir tidak pernah membaca surat kabar harian (SKH). Dengan demikian 65,10 persen responden masih mengonsumsi surat kabar harian. Mereka terdiri dari 25,90 persen menyatakan membaca surat kabar harian setiap hari, 28 persen membaca dengan frekuensi 1-2 kali dalam seminggu, dan 11,20 persen. Ini berarti bahwa mereka yang masih mengonsumsi surat kabar harian secara intens, yaitu membaca setiap hari, sekitar 25 persen. Angka ini kiranya masih cukup baik mengingat bahwa surat kabar harian saat ini tengah bersaing dengan sumber-sumber informasi yang luar biasa banyak dan beragam dari media internet. Bagaimana dengan konsumsi publik terhadap media TV dan radio, serta media siber (portal berita)?

Pada gambar 2 bisa kita lihat bahwa media TV masih cukup diminati sebagai sumber informasi dan hiburan. Tercatat reponden yang tidak pernah (lagi) menonton TV sebanyak 8,73 persen.

Gambar 1. ***Tingkat Konsumsi Surat Kabar***



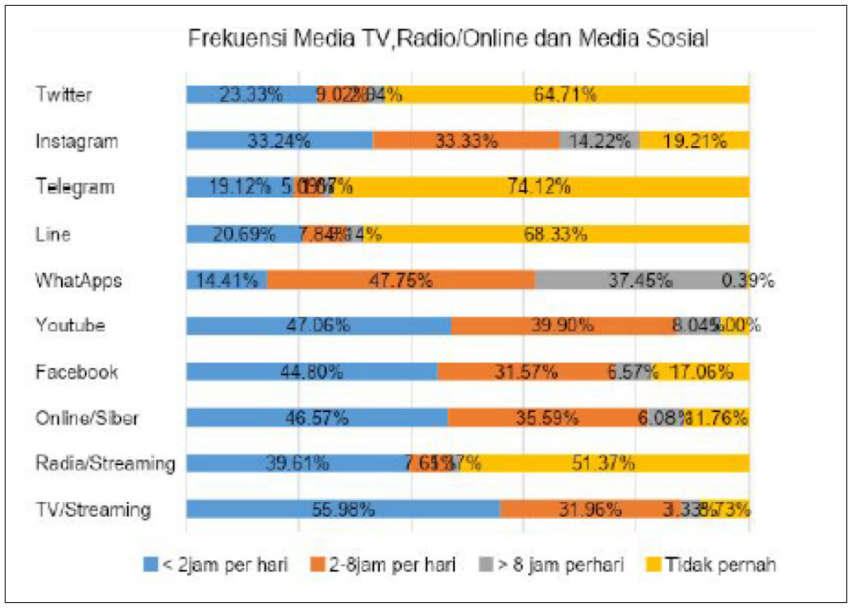
Gambar 2. ***Konsumsi Media TV, Radio, Media Siber***



Dengan kata lain, lebih dari 90 persen responden menyatakan masih menonton TV dengan durasi beragam. Sedangkan media radio juga masih memiliki pendengar, meskipun jumlahnya lebih kecil dibanding penonton TV. Data menunjukkan, jumlah responden yang tidak lagi mendengarkan siaran radio 51,37 persen, sisanya sekitar 49 persen masih mendengarkan siaran radio dengan durasi beragam. Sementara itu, sebanyak 11,76 persen responden menyatakan tidak pernah mengakses media siber (portal berita). Selebihnya, sekitar 88 persen menyatakan mengonsumsi media siber dengan durasi yang beragam.

Kalau ditelaah lebih jauh terkait intensitas dalam mengonsumsi media, data pada gambar 2 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang menonton TV dengan intensitas cukup tinggi yaitu 2-8 jam per hari mencapai 31,95 persen. Sedangkan responden yang mendengarkan radio dengan intensitas cukup tinggi (2-8 jam per hari) sebanyak 7,65 persen; dan media siber sejumlah 35,59 persen. Dengan demikian di antara media arus utama, media siber menempati posisi teratas yang diakses responden dengan intensitas cukup tinggi (2-8 jam per hari), disusul media TV, dan radio. Sedangkan pada media cetak yaitu surat kabar harian (SKH), seperti ditunjukkan pada gambar 1 di depan, jumlah responden yang masih intens membaca SKH yaitu rutin setiap hari, sebanyak 25, 90 persen.

Gambar 3. ***Konsumsi Media Sosial, Media Siber, TV dan Radio***



Tingginya intensitas masyarakat mengonsumsi media siber bisa dipahami mengingat perkembangan teknologi internet. Jaringan internet kini sudah menyebar ke berbagai pelosok dan penjuru di Tanah Air. Hal itu ditunjang pula dengan produksi dan distribusi gawai, terutama *smarphone*, yang semakin massif.

A. 2. Konsumsi Media Sosial

Kemajuan teknologi informasi digital melahirkan apa yang kita kenal dengan sebutan media sosial (*social media*). Ada banyak definisi tentang media sosial. Di sini secara umum media sosial diartikan sebagai "medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual".[4] Sedangkan jenis media sosial pun cukup banyak, seperti *social networking* (seperti facebook, whatsapp), *blog* (situs-situs pribadi) dan *microblog* (twitter), *media sharing* (youtube, flickr) dan sebagainya. Dalam penelitian ini ada tujuh media sosial yang dijadikan bahan kajian. Yaitu facebook, youtube, twitter, whatsapp, line, Instagram, dan telegram. Seberapa banyak responden yang mengonsumsi media sosial tersebut, bagaimana frekuensi atau intensitasnya?

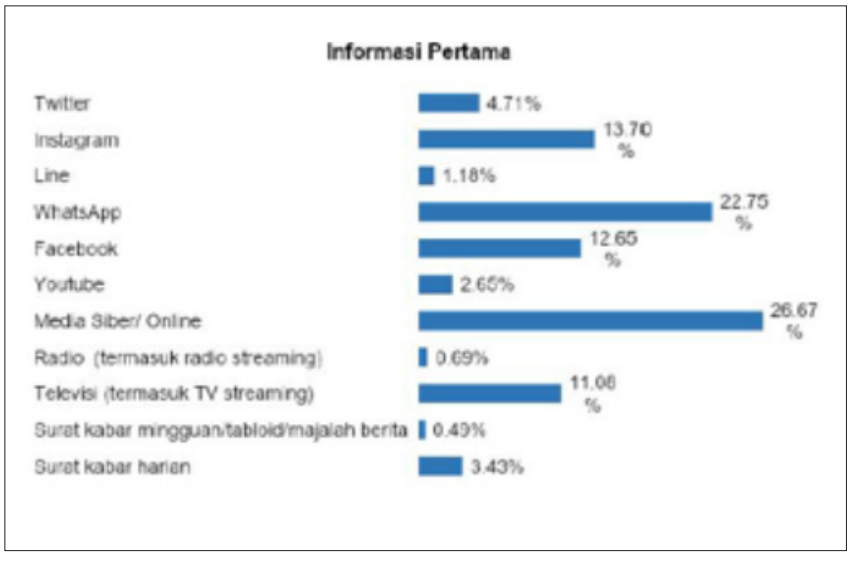
Pada gambar 3 kita melihat, konsumsi publik terhadap beberapa jenis media sosial cukup tinggi. Peringkat pertama yaitu whatsapp, disusul youtube, facebook dan instagram, serta media sosial lain yaitu twitter, line, dan

4. Nasrullah, Rulli, "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi", Bandung: Simbiosa Rekatama Media, cetakan ke tiga, 2017, hal.11.

telegram. Hampir tidak ada (0,39 persen) responden yang mengatakan tidak pernah mengakses whatsapp. Artinya, hampir seratus persen responden mengaku pernah mengakses whatsapp. Frekuensi atau intensitas penggunaan whatsapp pun sangat tinggi. Responden yang mengakses whatsapp selama kurang dari 2 jam/hari sebanyak 14,41 persen, selama 2-8 jam/hari sebanyak 47,75 persen, selama lebih dari 8 jam/hari 37,45 persen. Jumlah responden yang mengakses whatsapp secara cukup intens yaitu 2-8 jam/hari jauh lebih tinggi dibanding yang mengakses TV, radio dan media siber. Demikian pula yang sangat intens (lebih dari dua jam/hari), jauh lebih banyak dibanding media arus utama.

Peringkat kedua yang banyak diakses yaitu youtube. Responden yang menyatakan tidak pernah mengakses youtube sebanyak 5 persen. Dengan demikian 95 persen pernah mengakses media sosial berbagi video ini. Intensitas mereka mengakses youtube cukup tinggi, yaitu 47,06 persen (kurang dari 2 jam/hari), 39,90 persen (2-8 jam/hari), dan 8,04 persen (lebih dari 2 jam/hari). Intensitas ini juga lebih tinggi dibanding responden yang mengakses TV, radio dan media siber. Begitu pun responden yang mengakses secara cukup intens (2-8 jam/hari) facebook dan instagram seperti terlihat di gambar 3, lebih besar dari yang mengakses media konvensional (TV, radio) dan portal berita.

Gambar 4. ***Akses Terhadap Informasi Pertamakali***



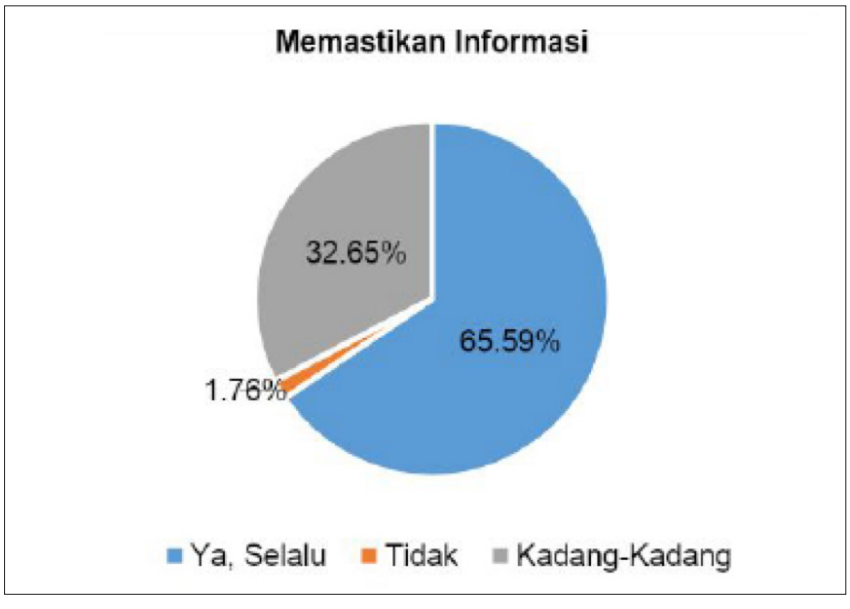
Besarnya jumlah responden yang mengakses media sosial dengan intensitas cukup tinggi mengungkapkan bahwa bagi banyak orang kini media sosial sudah menjadi kebutuhan sehari-hari untuk memperoleh informasi, hiburan, berbagi cerita dan berinteraksi. Selain karena mudah diakses, yaitu melalui gawai yang sangat beragam wujud, tampilan, dan harganya, aplikasi media sosial menawarkan fitur-fitur menarik yang tidak bisa diperoleh di media konvensional. Melalui whatsapp misalnya, seseorang bisa berkomunikasi dan mengirim berbagai jenis data seperti teks, pesan audio, foto maupun video, link berita dan informasi dari berbagai situs, membangun grup untuk pertemanan maupun urusan pekerjaan. Demikian pula jenis media sosial lain, masing-masing memiliki keunggulan bagi pengguna.

B. Akses Terhadap Informasi

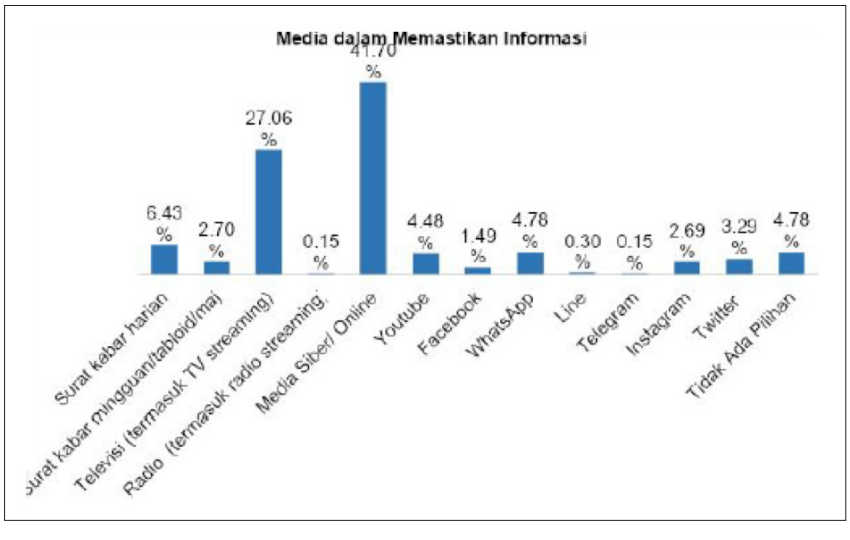
Terkait intensitas penggunaan media, pertanyaan selanjutnya adalah dari media apa responden menerima pertamakali informasi-informasi yang menjadi perhatian besar masyarakat? Gambar 4 menunjukkan bahwa media siber (portal berita) menempati posisi tertinggi sebagai media penyampai informasi pertama bagi responden. Sebanyak 26,67 persen responden mengaku memperoleh informasi penting pertamakali dari media siber. Berikutnya adalah whatsapp dengan jumlah responden 22,75 persen, disusul instagram (13,70 persen), facebook (12,65 persen), TV (11,08 persen), twitter (4,71 persen), dan surat kabar harian (3,43 persen), radio (0,69 persen).

Temuan di atas menunjukkan bahwa responden lebih cepat memperoleh informasi pertamakali dari media yang berbasis

Gambar 5. ***Usaha Memastikan Informasi***



Gambar 6. ***Memastikan Kebenaran Informasi***



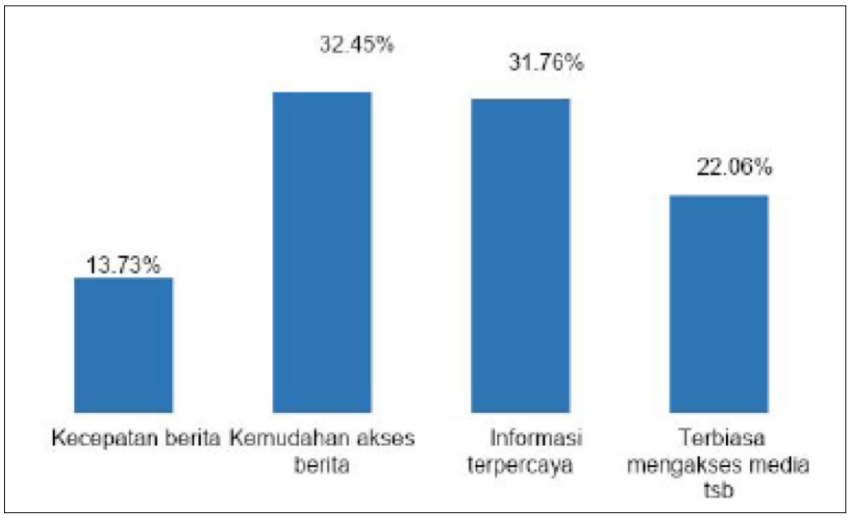
internet, baik itu media sosial maupun media siber. Televisi (termasuk TV streaming) masih cukup berperan sebagai penyampai informasi pertama bagi responden. Sedangkan radio (termasuk radio *streaming*), karena memang sudah jarang diakses, kurang berperan bagi responden. Media cetak, karena memang terbitnya harian, bahkan mingguan, tentu bukan sebagai penyampai informasi awal bagi responden. Bandingkan dengan media siber dan media sosial yang bisa memperbarui informasi setiap saat.

Dalam kaitan ini yang menarik adalah bahwa ketika memperoleh informasi yang dianggap penting pertama kali, dari manapun datangnya, responden menyatakan perlu melakukan *crosscheck* untuk memastikan kebenarannya melalui media lain. Pada gambar 5 ditunjukkan bahwa 65,59 persen responden menyatakan selalu memastikan informasi yang diperoleh, 32,65 persen menyatakan tidak, dan 1,78 persen mengaku kadang-kadang saja melakukan konfirmasi ke media lain.

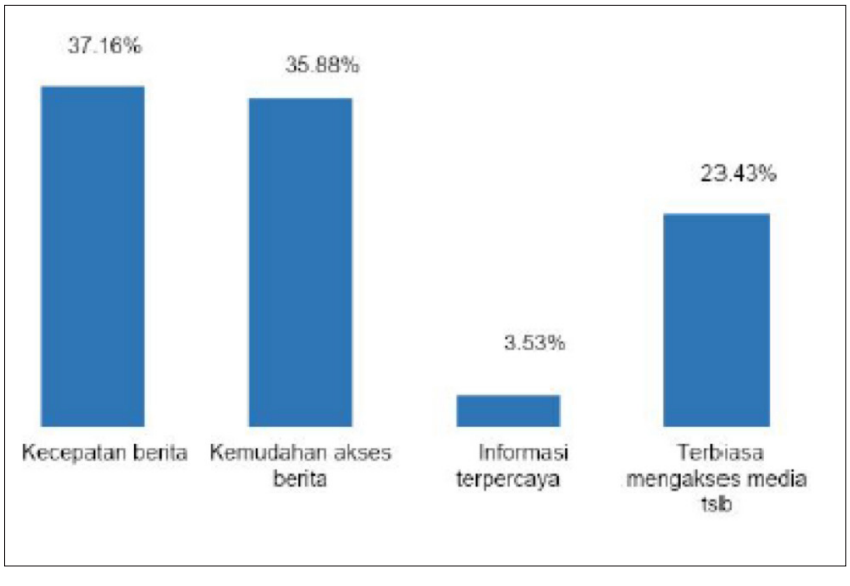
Pada gambar 6 ditunjukkan bahwa media siber menjadi pillihan pertama bagi responden untuk memastikan adanya informasi yang mereka dapatkan sebelumnya. Sebanyak 41,70 persen responden mengaku memastikan kebenaran suatu informasi melalui media siber, disusul melalui TV (27,06 persen), kemudian surat kabar harian (6,43 persen), dan media-media lain.

Data temuan tersebut menunjukkan bahwa untuk urusan informasi penting responden masih mengandalkan media arus utama yakni portal berita (media siber), televisi, dan surat kabar harian (media cetak). Alasannya yaitu bahwa media arus utama lebih bisa dipercaya dibanding media sosial. Seperti diperlihatkan pada Gambar 7, alasan responden mengkonfirmasi informasi penting pada media arus utama yaitu: kemudahan akses (32,45 persen), informasinya terpercaya (31,76 persen), disusul alasan kebiasaan mengakses media tersebut (22,06 persen), dan kecepatan (13,73 persen). Reponden memilih alasan "kemu-

Gambar 7. ***Alasan Memilih Media Arus Utama***



Gambar 8. ***Alasan Memilih Media Sosial***



dahan akses" dan "informasinya bisa dipercaya" hampir sama kuat. Ini kiranya berlaku bagi media siber dan TV, karena dalam survei ini hampir semua responden memiliki *smartphone* untuk mengakses media siber, juga perangkat televisi. Jadi, terkait informasi yang dinilai penting, responden memercayai media arus utama, baik dalam *platform* konvensional (cetak, elektronik) maupun digital (media siber).

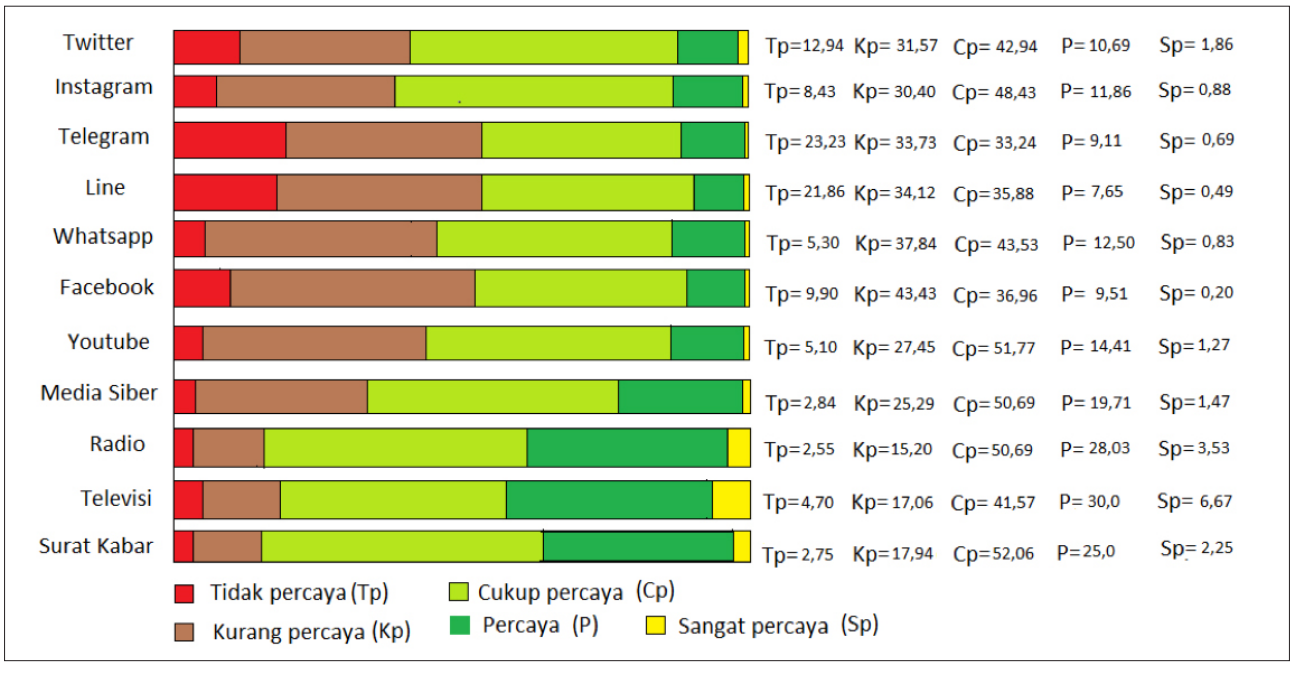
Media sosial, meskipun memiliki keunggulan berupa kecepatan dan kemudahan untuk diakses, tidak menjadi pilihan responden untuk mengonfirmasi informasi penting. Hal itu terlihat pada gambar 8, yang menunjukkan bahwa hanya 3,53 persen responden yang memilih media sosial karena alasan informasinya terpercaya.

C. Kepercayaan Terhadap Media Arus Utama

Media arus utama, baik yang konvensional yaitu media cetak, TV dan radio, maupun yang berbasis internet yakni media siber, memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dibanding media sosial.

Pada gambar 9 ditunjukkan, di antara media arus utama (surat kabar harian, radio, TV dan media siber), surat kabar harian mendapat kepercayaan publik terbesar. Meskipun tidak banyak diakses, dibanding TV dan media siber, ternyata kepercayaan publik terhadap surat kabar (cetak) sangat tinggi. Pada gambar 9 terlihat, responden yang menyatakan tidak percaya pada surat kabar harian hanya 2,25 persen, kurang percaya 14,31 persen. Selebihnya menyatakan cukup percaya (48,43 persen), percaya 30,70 persen, dan sangat percaya 4,31 persen. Posisi ke dua ditempati media radio (termasuk radio streaming), yang juga sudah jarang diakses. Jumlah responden yang menyatakan tidak percaya kepada radio 2,55 persen, kurang percaya 16,20 persen, selebihnya menyatakan cukup percaya 50,69 persen, percaya 28,03 persen dan sangat percaya 3,53 persen. Selanjutnya, media televisi (termasuk TV streaming) pada posisi ke tiga. Sebanyak 4,70 persen responden menyatakan tidak percaya, 17,06 persen kurang percaya, dan 41,57 persen cukup percaya, 30 persen percaya, 6,67 persen

Gambar 9. ***Tingkat Kepercayaan Terhadap Media***



sangat percaya. Di tempat terakhir yaitu media siber dengan pernyataan tidak percaya 2,84 persen, kurang percaya 25,29 persen, cukup percaya 50,69 persen, percaya 19,71 persen, dan sangat percaya 1,47 persen.

Sementara itu, terhadap media sosial sebagian responden menyatakan kepercayaan mereka, namun tingkatnya tidak lebih tinggi dibanding tingkat kepercayaan kepada media arus utama. Kepercayaan publik yang lebih besar terhadap media arus utama dibanding terhadap media sosial tentu merupakan hal yang wajar. Sebagai media informasi, media arus utama dalam memproduksi dan mendistribusikan informasi terikat pada sejumlah peraturan hukum dan kode etik profesi. Publik beranggapan, bahwa karena adanya aturan dan kode etik profesi (Kode Etik Jurnalistik), informasi yang disajikan oleh media arus utama sudah melalui prosses verifikasi dan konfirmasi sehingga lebih bisa dijamin validitasnya.

Seperti ditunjukkan gambar 10, sebagian besar responden yaitu 65,88 persen menyatakan percaya kepada media arus utama karena faktor data atau informasi yang disajikan. Sedangkan 20,49 persen menyatakan kepercayaan mereka berdasar nama medianya yang dinilai sudah terpercaya atau kredibel. Selebihnya, 13,63 persen mempertimbangkan faktor narasumbernya. Sebenarnya, ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan tidak terpisahkan yang penting untuk membangun kepercayaan publik. Sebuah media yang biasa menerbitkan informasi yang benar yaitu dengan lebih dulu memverifikasi atau menguji kebenaran informasi tersebut dan mengonfirmasi kepada sumber atau pihak yang terkait, akan mendapat nilai kredibilitas yang tinggi dari publik. Sehingga ketika publik mendengar nama media tersebut akan berasumsi baik dan percaya pada informasi yang disampaikannya. Media yang kredibel tentu akan menampilkan narasumber yang kredibel pula, sehingga akan menambah keyakinan publik terhadap kualitas berita atau informasi yang disampaikan.

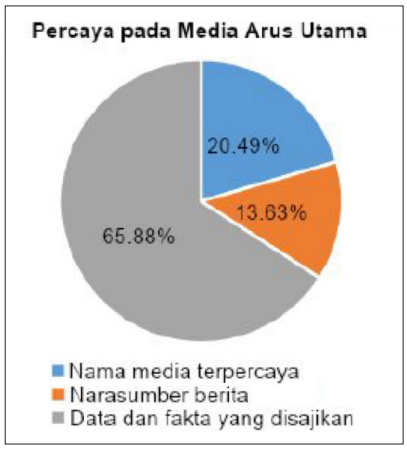
Berbeda halnya dengan media sosial. Tingkat kepercayaan publik terhadap media sosial tidak sebesar pada media arus utama. Pada gambar 11 diperlihatkan, sebagian besar responden yang mempercayai media sosial beralasan menggunakannya sebagai penyeimbang terhadap informasi resmi dari suatu instansi atau lembaga (56,77 persen). Alasan lainnya yaitu pemilik akun media sosial tersebut dinilai kredibel

(21,47 persen), dan menganggap akun media sosial tidak memiliki kepentingan pribadi (10,98 persen), serta informasinya orisinal (10,78 persen). Memang harus diakui, bahwa tidak semua informasi yang disampaikan melalui media sosial tidak bermutu atau bahkan hoaks. Faktanya, tidak sedikit tokoh masyarakat, intelektual, yang memiliki akun media sosial dan menyampaikan informasi yang dinilai publik cukup baik. Sehingga banyak *netizen* yang menjadi pengikutnya (*follower*). Terkadang informasi dari para tokoh tersebut juga dikutip media arus utama dan dijadikan bahan berita.

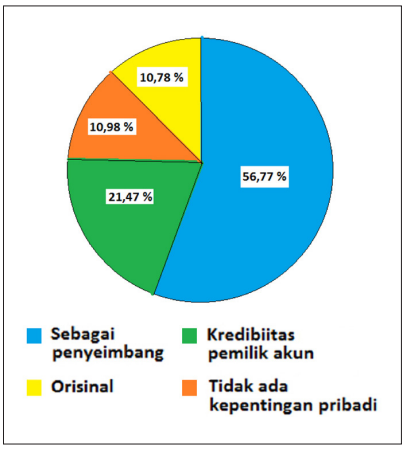
D. Kesimpulan dan Rekomendasi

Dari data temuan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam era informasi digital sekarang, publik semakin akrab dengan media berbasis internet seperti media siber dan media sosial. Hal ini dikarenakan media siber dan media sosial lebih mudah diakses dan lebih cepat dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan media konvensional. Beberapa jenis media sosial, seperti whatsapp, youtube dan facebook diakses oleh sebagian besar responden. Hampir seratus persen responden mengaku mengakses whatsapp, dengan intensitas atau frekuensi penggunaan sangat tinggi. Sedangkan media konvensional seperti surat kabar harian (cetak) dan radio (elektronik) juga masih diakses publik, meskipun

Gambar 10. ***Alasan Percaya Pada Media Arus Utama***



Gambar 11. ***Alasan Percaya Pada Medsos***



intensitas atau frekuensi penggunaannya tidak setinggi media sosial. Namun, media konvensional lain yaitu televisi masih diakses sebagian besar respoden dengan intensitas atau frekuensi penggunaan cukup tinggi.

Meskipun media sosial memiliki kelebihan yaitu faktor kecepatan dan kemudahan diakses, untuk urusan informasi publik tidak menjadikannya sumber informasi yang terpercaya. Sebagian besar responden mengatakan lebih mempercayai media pers, baik yang konvensional (surat kabar cetak, radio dan televisi) maupun media siber yang berbasis internet. Surat kabar harian menempati urutan pertama tingkat kepercayaan publik, disusul radio, televisi dan media siber. Sedangkan media sosial dipercaya sebagian responden dan diposisikan sebagai penyeimbang informasi dari instansi atau lembaga resmi.

Dengan demikian, media arus utama atau pers masih menjadi pedoman bagi publik dalam mengonsumsi informasi. Hal ini tentu merupakan kabar baik bagi pers dan jurnalis untuk meningkatkan kualitas kerja dan profesionalismenya agar tetap bisa memperoleh kepercayaan masyarakat. Pers memang tidak mungkin bersaing dengan media sosial dalam hal kecepatan menyampaikan informasi. Tetapi, pers harus mampu menyajikan informasi yang teruji kebenarannya dan terkonfirmasi pada pihak-pihak yang terkait, dengan mempertimbangkan berbagai aspek sesuai Kode Etik Jurnalistik. Di sisi lain, literasi media perlu terus dilakukan terhadap publik, agar mereka lebih pintar dalam mengonsumsi informasi, dan lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Lembaga-lembaga cek fakta dan *media watch* penting untuk terus dikembangkan. Sedangkan pemerintah bisa berperan dalam memfasilitasi agar perusahaan-perusahaan pers bisa tetap hidup dengan layak dan berkembang.

TERKUNCI
PANDEMI

Peran media adalah salah satu kunci penanganan pandemi covid-19. Menjaga hak publik atas informasi menjadi kebutuhan mendasar. Menyelamatkan ekosistem pers adalah investasi masa depan

Selamatkan warga, UMKM, dunia usaha, dan Pers Indonesia!

Iklan layanan masyarakat ini dipersembahkan:

SPS Serikat Perusahaan Pers · Asosiasi TV Lokal Indonesia · Asosiasi Media Siber Indonesia · SMSI · PRSSNI · forum pemred · UTI · Pewarta Foto Indonesia · ATVJI · Dewan Pers