JURNAL DEWAN PERS

Edisi No. 7, November 2013

Konvergensi & Independensi

Tren Media Jelang Pemilu 2014

DEWANPERS

Dewan Pers adalah lembaga independen yang dibentuk berdasar UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers sebagai bagian dari upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional. Fungsi-fungsi Dewan Pers adalah:

(a) melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain;

(b) melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers;

(c) menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik;

(d) memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers;

(e) mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah;

(f) memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan;

(g) mendata perusahaan pers (Pasal 15 UU No. 40/1999).

ISSN 2085-6199
9 772085 619996

Sekretariat Dewan Pers:
Gedung Dewan Pers, Lantai 7-8, Jl. Kebon Sirih 34, Jakarta 10110.
Tel. (021) 3521488, 3504877,3504874-75, Fax. (021) 3452030
Surel: sekretariat@dewanpers.or.id
Laman: www.dewanpers.or.id /www.presscouncil.or.id
Twitter: @dewanpers

Konvergensi & Independensi

Tren Media Jelang Pemilu 2014

DEWANPERS

Jurnal Dewan Pers

Konvergensi & Independensi

Tren Media Jelang Pemilu 2014

Cetakan Pertama November 2013
Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ix + 60 halaman, 17 cm X 23 cm
ISSN : 2085-6199

Sekretariat Dewan Pers:
Gedung Dewan Pers, Lantai 7-8, Jl. Kebon Sirih 34, Jakarta 10110.
Tel. (021) 3521488, 3504877,3504874-75, Fax. (021) 3452030
Surel: sekretariat@dewanpers.or.id
Laman: www.dewanpers.or.id /www.presscouncil.or.id
Twitter: @dewanpers

DAFTAR ISI

- **Pengantar Jurnal**

  Ninok Leksono v

Bagian I : Konvergensi Media dan Konsekuensinya

- **Persoalan - Persoalan Praktek Jurnalisme Warga**

  Bagir Manan 3

- **Berselancar di Atas Gelombang Perubahan: Model Bisnis Baru Media Cetak**

  Amir Effendi Siregar 9

- **Kode Etik Jurnalistik dalam Konvergensi Multimedia Massa**

  Priyambodo RH 15

- **Jangan Paksakan Warga Jadi Wartawan**

  Pepih Nugraha 23

Bagian II : Dinamika Pers dan Pemilu

- **Pers Dalam Perspektif 2014**

  Bagir Manan 31

- **Kembali ke Standar Jurnalisme Profesional dan Etika Pers**

  Atmakusumah 37

- **Liputan Pemilu Dalam Era Baru Media**

  Winarto 47

Pengantar Jurnal

Boleh jadi, dalam diskursus pers dan media hari-hari ini, tak ada topik yang begitu banyak menarik perhatian sebagaimana konvergensi media dan independensi pers. Yang pertama terkait dengan menyatunya wujud dan kanal dalam media, dan yang kedua terkait dengan peliputan pers menjelang pemilu legislatif dan pemilu presiden tahun 2014.

Isu konvergensi media sudah sejak dekade lalu muncul seiring dengan maraknya media baru, khususnya media online. Kemajuan teknologi ini menimbulkan impak yang amat mendalam tidak saja pada perkembangan industri media, tetapi juga praktik jurnalistik.

Dalam industri media, sudah sering kita mendengar berita tentang penutupan media cetak, terutama di Amerika Serikat, akibat terus menyusutnya pendapatan iklan karena sirkulasi merosot. *Christian Science Monitor* dan *Newsweek* adalah di antara contohnya. Bahkan harian *New York Times* yang amat berpengaruh juga disebut akan terbit hanya dalam versi digital dalam tempo satu dua tahun mendatang.

Selain migrasi *platform*, munculnya media baru disertai pula dengan menguatnya arah industri media memiliki semua jenis media dalam grup. Misalnya saja, yang semula hanya memiiki media cetak, ingin punya media elektronik, dan yang sudah memiliki keduanya lalu ingin memiliki media digital.

Sementara dari praksis jurnalistik kita menyaksikan perubahan arah dari sekadar meliput untuk satu medium, ke arah multi-media. Adanya *newsroom* atau ruang redaksi terintegrasi, yang menyediakan sudut untuk masing-masing medium, lalu redaktur super yang membagi-bagi berita apa untuk medium mana terlebih dulu, juga menjadi sebuah *trend*.

Memang *trend* itu sendiri lebih mudah diwacanakan daripada diimplementasikan, mengingat faktanya hingga hari ini juga belum banyak perusahaan media yang berhasil membangun *integrated newsroom* tadi disebabkan oleh pelbagai alasan.

Yang tidak kalah seru tentu juga isu yang terkait dengan bagaimana kerja wartawan seiring dengan lajunya perkembangan konvergensi. Mungkinkah satu wartawan melaksanakan tugas untuk multimedia ? Di sini pun ada sejumlah problem. Tetapi di sisi lain – demi efisiensi – akan ada perusahaan media yang akan meminta wartawannya untuk melaksanakan jurnalisme multimedia.

Sebenarnya yang tidak kalah menarik adalah juga di sisi masyarakat konsumen media. Tak bisa dipungkiri lagi, bahwa masyarakat Indonesia pun, sebagaimana di negara-negara maju, telah bertransformasi

menjadi masyarakat multimedia. Aktivitas umum mereka adalah "pagi memasang TV (kalau tidak ditonton ya didengarkan beritanya), berangkat ke kantor dengan memasang radio mobil, lalu saat *coffee time* membaca berita Internet. Saat makan siang, selain dari media elektronik, ia bisa menerima *breaking news/headline news* melalui perangkat *mobile* atau *gadget* -nya. Sore, menjelang pulang kantor, ia bisa membuka-buka majalah atau kembali membuka situs online. Malam adalah saat untuk menonton TV atau kembali ke online bagi kalangan muda.

Bisa ditambahkan di sini, bahwa dalam membicarakan perkembangan media secara umum, kita juga tidak dapat menafikan perkembangan *social-media*, yang – baik twitter, maupun facebook, blog – semakin ikut meramaikan "pemberitaan" di luar *mainstream media*.

Kini, selain "*citizen journalist*", atau warga pewarta, dikenal pula istilah *peer-to-peer journalism*, di mana warga pewarta atau blogger bisa menyampaikan beritanya langsung ke audiens. Hal ini tentu membuat redaktur, pemimpin redaksi, ataupun *mainstream media* terkesan jadi *redundant*, atau seolah tak dibutuhkan lagi. Ini lah yang membuat pengamat pers seperti Scott Gant menulis buku dengan judul "*We're All Journalists Now*" (2007).

Independensi Media

Masuk akal jika "demam pemilu" sudah mulai melanda sebagian warga masyarakat, lebih-lebih mereka yang terlibat langsung dengan pesta demokrasi sekali setiap lima tahun ini.

Kalangan pers pun termasuk yang sudah ikut sibuk dari sejak awal dengan persiapan hajatan nasional ini, sebenarnya bahkan sejak pemilihan anggota KPU, pendaftaran pemilih, dan – tentu saja – saat proses kampanye mulai berlangsung.

Kalangan pers juga sempat risau ketika aktivitas jurnalistik coba dihambat atau dihalang-halangi. Dewan Pers berpendapat bahwa dalam keadaan normal "*preventive approach*", yakni tindakan yang semangatnya membatasi, atau bahkan menghalangi, keleluasaan aktivitas peliputan, tidak diperlukan.

"*Preventive Approach*" tidak selaras dengan prinsip kebebasan pers yang dituangkan dalam UU Pers No 40 tahun 1999.

Di tengah wacana Pemilu yang mulai hiruk-pikuk sebenarnya yang banyak disorot oleh masyarakat adalah independensi media, khususnya elektronik. Sorotan masyarakat tersebut masuk akal, mengingat beberapa pemilik media elektronik tidak saja punya aspirasi politik, tapi malah sudah secara gamblang mencalonkan diri sebagai calon presiden atau calon wakil presiden.

Masyarakat mempertanyakan, apakah boleh pemilik TV yang mencalonkan diri sebagai capres atau cawapres mengiklankan diri secara masif melalui medianya? Jika menghormati aturan bahwa

frekuensi adalah milik publik, dan bukan milik individu, tentu iklan capres atau parpol tertentu di media elektronik yang dimiliki dan tidak mengikuti prinsip keberimbangan merupakan pelanggaran.

Masih muncul sederet pertanyaan lain. Misalnya saja, bagaimana dengan program tayangan yang dikemas "canggih", sehingga formatnya tidak serta-merta dikenali sebagai iklan? Tim kreatif era politik memang kini pintar untuk mengemas kampanye sebagai CSR atau *talkshow*, atau bahkan jajak pendapat.

Terhadap kekhawatiran yang muncul, sejumlah pimpinan pers saat berdiskusi di Dewan Pers menyatakan, bahwa *newsroom* juga beranggotakan individu idealis, sehingga anggapan *newsroom* mudah diarahkan atau didikte oleh pemilik merupakan hal yang menggampangkan.

Dewan Pers pada sisi lain juga memandang masyarakat berhak mendapat informasi seluas-luasnya tentang program parpol dan program capres atau caleg, dan karena itu informasi terkait dengan itu tak semuanya buruk.

Wacana Intelektual

Dua topik yang diangkat oleh Jurnal Dewan Pers kali ini kami harapkan dapat menambah bacaan atas topik dan wacana yang aktual hari-hari ini.

Jurnal ini tidak berpretensi sebagai jurnal ilmiah, namun sejauh mungkin pandangan yang dikemukakan di sini menampilkan segi dan sisi obyektif tentang permasalahan yang ada.

Kami berharap pandangan yang disampaikan oleh para penulis di Jurnal ini mampu merangsang pemikiran lebih jauh, baik tentang konvergensi media maupun tentang independensi media.

Selamat membaca.

Ninok Leksono

Anggota Dewan Pers

Bagian I

Konvergensi Media dan Konsekuensinya

Persoalan - Persoalan Praktek Jurnalisme Warga[1]

Bagir Manan

1. Pendahuluan

Perlawanan rakyat terhadap berbagai penguasa di Timur Tengah (Tunisia, Mesir, Libya, Yaman, Oman, Bahrain, dan lain-lain), tidak hanya menyangkut perubahan kekuasaan dan perimbangan kekuatan publik global. Perlawanan yang terjadi, ternyata mempengaruhi juga sistem informasi dan komunikasi publik atas peristiwa tersebut.

Suatu saat, para penguasa di negara-negara yang sedang bergolak mencoba membendung pemberitaan luas mengenai perlawanan yang sedang terjadi (dilakukan secara terbuka dengan demonstrasi oleh jutaan warga). Pembatasan berita dimaksudkan agar tidak terlalu banyak rakyat dunia mengetahui pergolakan yang sedang terjadi. Salah satu sarana yang dipergunakan yaitu menghalangi bahkan menutup (*blocking*) siaran-siaran melalui TV internasional yang selama ini beroperasi di negara-negara mereka, seperti Al Jazeera. Tetapi, usaha menutup berbagai peristiwa tersebut ternyata kurang berhasil. Melalui jurnalisme warga, seperti twitter, facebook, blog atau melalui internet dan lain-lain, masyarakat dunia tetap dapat mengikuti secara terang-benderang segala hal yang sedang terjadi. Bahkan Al Jazeera secara terus-menerus menyerukan (meminta) orang-orang yang berada di tempat-tempat pergolakan mengirimkan berita atau gambar (*life* atau *non-life*) melalui twitter, dan lain-lain. Suatu jasa komunikasi atau informasi yang luar biasa. Jurnalisme warga secara nyata menunjukkan manfaat kehadirannya.

[1] Disampaikan pada Pelatihan Pers di Banda Aceh, 10 Maret 2011.

Meskipun demikian, kehadiran jurnalisme warga masih dalam perdebatan, baik secara normatif maupun non-normatif. Secara normatif berkaitan dengan asas-asas dan kaidah-kaidah (hukum dan etik) jurnalistik. Secara praktis, kehadiran jurnalisme warga membawa beberapa dampak. *Pertama,* menjadi pesaing baru bagi media-media tradisional, antara lain, menyangkut kecepatan menyampaikan informasi. *Kedua,* jurnalisme warga berkembang dengan pesat, mungkin dari menit ke menit. Setiap orang dan setiap saat dapat menjadi bagian jurnalisme warga. *Ketiga,* jurnalisme warga, secara ekstrim, dapat juga menimbulkan anarkhi informasi, seperti soal akurasi, pemalsuan penyampaian informasi, dan lain-lain.

2. Pengertian

Sebutan *jurnalisme warga* atau *citizen journalism*—baik secara ilmiah maupun praktek—masih mengandung banyak diskursus. Benarkah jurnalisme warga adalah jurnalisme, atau apakah praktek jurnalisme warga merupakan kegiatan atau aktivitas jurnalistik?

Ada yang mengatakan, jurnalisme warga termasuk salah satu jenis jurnalisme. Kegiatan-kegiatan jurnalisme warga adalah kegiatan jurnalistik. Sebagai konsekuensi, sudah seharusnya (semestinya) jurnalisme warga tunduk pada asas-asas dan kaidah-kaidah (hukum dan etik) jurnalistik. Ada yang berpendapat, jurnalisme warga bukan (tidak termasuk) jurnalisme, karena itu tidak tunduk pada asas-asas dan kaidah jurnalistik.

Terlepas dari apakah jurnalistik atau bukan jurnalistik, kehadiran jurnalisme warga merupakan satu kenyataan yang tidak mungkin dibendung. Jalan yang tepat adalah menemukan kebijakan yang tepat agar jurnalisme warga memberi manfaat sebesar-besarnya. Bermanfaat baik sebagai perwujudkan kebebasan berkomunikasi, maupun sebagai sarana informasi publik yang bermanfaat bagi rakyat banyak. Jangan sampai jurnalisme warga mencederai asas-asas dan kaidah (hukum dan etik) yang akan atau dapat menimbulkan kekacauan informasi, menimbulkan kegaduhan di berbagai segi kehidupan individu dan sosial, politik, ekonomi dan lain-lain. Sebagai negara berdaulat, RI

"Kehadiran jurnalisme warga membawa beberapa dampak. *Pertama,* menjadi pesaing baru bagi media-media tradisional, antara lain, menyangkut kecepatan menyampaikan informasi."

berhak menetapkan kebijakan agar kehadiran jurnalisme warga memberi sebesar-besarnya manfaat bagi orang banyak (informasi yang benar, jauh dari kemungkinan menimbulkan bahaya, ancaman terhadap ketenteraman dan kekacauan, serta menghormati sistem nilai dan keyakinan yang hidup dalam masyarakat).

Kebijakan-kebijakan yang tepat, tidak hanya harus ditetapkan melalui regulasi negara atau pemerintah. Tidak kalah penting, kebijakan yang lahir dari pelaku jurnalisme warga sendiri.

Walaupun hingga saat ini masih diperdebatkan, hubungan antara jurnalisme warga dengan pengertian jurnalisme atau kegiatan jurnalistik, *sama sekali tidak mengurangi kewajiban hukum dan etik yang semestinya berlaku pada pelaku jurnalisme warga.* Para pelaku jurnalisme warga harus tunduk pada pembatasan umum kemerdekaan menyatakan pendapat dan pikiran. Pelaku jurnalisme warga tidak boleh misalnya menulis atau memuat pernyataan atau informasi yang akan menimbulkan kontroversi, merendahkan martabat, apalagi menimbulkan ketidaktertiban umum.

Jurnalisme warga adalah pranata yang dalam kenyataan menjalankan fungsi-fungsi jurnalistik, seperti menyampaikan informasi, melakukan kritik sosial, dan lain-lain. Karena itu, sudah semestinya memperhatikan ketentuan-ketentuan hukum dan etik yang lazim berlaku di lingkungan jurnalistik. Pentingnya memperhatikan asas dan kaidah etik adalah untuk mewujudkan tanggung jawab sosial jurnalisme warga. Demikian pula kewajiban taat pada hukum. Kewajiban taat kepada hukum merupakan tuntutan peradaban (*law abiding society*). Terlepas dari, apakah jurnalisme warga bagian dari jurnalisme atau di luar jurnalisme, sama sekali tidak mengurangi kewajiban untuk menjunjung tinggi asas dan kaidah hukum.

3. Perkembangan jurnalisme warga

Telah dicatat, perkembangan jurnalisme warga tidak mungkin dibendung karena beberapa hal.

Pertama, perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan setiap orang menyampaikan informasi kepada publik dan berkomunikasi dengan publik secara langsung dan perorangan. *Kedua,* keterbukaan informasi dan komunikasi yang cepat. Kita acap kali mendengar ungkapan “alangkah kecil atau sempitnya dunia ini”. Ungkapan ini bukan saja bermakna acap kali saling bertemu atau saling berkomunikasi. Ungkapan tersebut dapat juga diberi makna, betapa manusia makin saling membutuhkan satu sama lain untuk berbagi informasi, berbagi pengetahuan, berbagi duka, berbagi pertolongan dan

lain-lain (seperti berita tsunami, gunung meletus, dan lain-lain). Kecepatan informasi merupakan cara menumbuhkan solidaritas dan lain-lain. Tidak kalah penting, informasi yang cepat sangat diperlukan ketika menghadapi suatu perubahan besar (seperti penggantian pemerintahan dengan tiba-tiba). *Ketiga,* ruang yang lebih lapang. Segala hal dapat dimuat dalam jurnalisme warga, seperti membuat pantun dengan menggunakan lidah suatu suku (*ikan* menjadi *ikang*, dan lain-lain). Ruang isi yang lebih longgar sekaligus mewujudkan kebebasan yang lebih longgar. Hakikat komunikasi publik yang demokratis adalah kebebasan menyampaikan informasi.

4. Persoalan-persoalan praktek jurnalisme warga

Pertama, persoalan normatif (hukum dan etik).

Ada berbagai persoalan normatif jurnalisme warga—antara lain—persoalan rezim hukum yang berlaku. Apabila jurnalisme warga tidak termasuk pers, atau jurnalisme, maka regim hukum dan etik pers tidak berlaku. Ada untung dan ada pula kerugian. Keuntungan jurnalisme warga tidak masuk pers yaitu secara normatif tidak terikat pada asas dan kaidah hukum dan etik yang mengatur kewajiban dan tanggung jawab pers. Tidak ada kewajiban untuk memenuhi misalnya kewajiban konfirmasi, kewajiban *cover both sides*, kewajiban memuat hak jawab, kewajiban meminta maaf dan lain-lain. Kerugiannya, kegiatan-kegiatan jurnalisme warga tidak mendapat perlindungan dari hukum dan etik pers. Bagi mereka berlaku kaidah-kaidah hukum umum. Mereka tidak dapat mengelak dari ketentuan seperti perbuatan tidak menyenangkan, perbuatan pencemaran nama baik, perbuatan fitnah dan lain-lain. Sedangkan kalau termasuk sebagai pers atau jurnalisme, jurnalisme warga berhak mendapat perlindungan sepanjang kegiatan tersebut dilakukan sebagai pelaksanaan tugas jurnalistik, atau penyajian didasarkan pada fakta dan tidak melanggar kaidah hukum dan etik pers. Hal-hal tersebut dapat dijadikan alasan-alasan menghapus sifat perbutan bertentangan atau melawan hukum (*wederrechtelijh, onrechtmatig*). Tidak demikian, kalau jurnalisme warga berada di luar jurnalisme. Meskipun berita didasarkan fakta atau dibuat dengan etikat baik, memenuhi syarat-syarat kegiatan jurnalistik, tidak dapat dipergunakan sebagai alasan menghapus atau alasan pemaaf sifat perbuatan bertentangan atau melawan hukum. Paling-paling, faktor-faktor tersebut dapat dipertimbangkan sebagai hal-hal yang meringankan.

Kedua, pengawasan atau pengendalian.

Telah dikemukakan, jurnalisme warga dilakukan oleh setiap orang yang tidak dibatasi oleh persyaratan-persyaratan tertentu. Hal yang sebenarnya serupa dengan wartawan. Tidak ada persyaratan tertentu menjadi wartawan. Meskipun tidak ada syarat-syarat tertentu untuk menjadi seorang wartawan, tetapi mereka diawasi dan dikendalikan oleh lembaga media tempat mereka bernaung, organisasi wartawan, hukum pers dan kode etik jurnalistik. Berbagai instrumen pengawasan dan pengedalian tersebut praktis tidak dapat diterapkan pada jurnalisme warga.

Ketiga, jurnalisme warga dapat dilakukan tanpa identitas. Pelaku jurnalisme warga dengan mudah menggunakan identitas orang lain tanpa dapat diketahui atau sekurang-kurangnya sangat tidak mudah dilacak.

Keempat, jurnalisme warga mudah disalahgunakan. Kemudahan dan keterjangkauan memiliki dan mengoperasikan teknologi informasi di satu pihak, dan ketiadaan pembatasan di pihak lain, jurnalisme warga lebih berpeluang disalahgunakan. Jurnalisme warga lebih berpeluang digunakan untuk menimbulkan kegaduhan sosial, politik, ekonomi dan lain, baik sebagai suatu keisengan maupun suatu kesengajaan.

Kelima, kecepatan informasi melalui jurnalisme warga sangat bermanfaat, terutama di saat-saat menghadapi kegentingan seperti bencana. Di pihak lain, kecepatan jurnalisme warga dapat berpengaruh pada asas kehati-hatian, keakuratan dan lain-lain syarat informasi yaitu faktual, benar, dan tepat. Bahkan ada kemungkinan informasi menyesatkan (*misinformation*), karena tidak ada kesempatan melakukan konfirmasi atau *check and recheck*.

Keenam, jurnalisme warga dapat mengganggu kemerdekaan pers. Dalam lingkungan jurnalisme telah lama diterima, kemerdekaan pers bukan tanpa batas. Kegiatan jurnalistik dibatasi kewajiban-kewajiban, seperti menghormati privasi, menjaga harmoni sosial, menjaga nilai-nilai moral dan sosial yang hidup dalam masyarakat, menjaga agar fungsi kenegaraan tetap berjalan secara teratur (misalnya, fungsi peradilan), kewajiban atas ketertiban umum dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan di atas sangat longgar di kalangan jurnalisme warga. Ketaatan terhadap kewajiban-kewajiban tersebut sangat ditentukan oleh kesadaran dan pengetahuan pribadi. Aktivitas jurnalisme warga yang dilakukan tanpa memperhatikan batas-batas di atas dapat mengundang reaksi sosial maupun dari pemegang kekuasaan. Reaksi-reaksi tersebut—ada kemungkinan—tidak hanya terhadap jurnalisme warga, tetapi terhadap seluruh media dan kegiatan jurnalistik. Apabila reaksi terjadi dalam bentuk pembatasan atau pengendalian yang

lebih ketat terhadap seluruh kegiatan jurnalistik, dapat menyentuh prinsip-prinsip kemerdekaan pers.

5. Penutup

Telah dikemukakan, tidak mungkin membendung perkembangan jurnalisme warga. Walaupun ada persoalan—antara lain—yang disebut pada rubrik no. 4, kehadiran jurnalisme warga sangat bermanfaat. Selain soal-soal kecepatan, dapat dicatat manfaat lain, antara lain:

(1) Jurnalisme warga lebih membuka peluang terhadap akses informasi dengan penyebaran yang lebih luas.
(2) Jurnalisme warga memperluas peluang transparansi.
(3) Jurnalisme warga memperluas bentuk partisipasi langsung rakyat dalam pengelolaan informasi dan komunikasi, sesuatu yang sangat penting dalam pendewasaan demokrasi.
(4) Jurnalisme warga memperluas ruang dialog antar pelaku jurnalisme warga, bahkan masyarakat pada umumnya.
(5) Jurnalisme warga dapat lebih murah dibandingkan dengan informasi melalui media lainnya.
(6) Kegiatan jurnalisme warga tidak membutuhkan formalitas atau presedur tertentu (aktivitas jurnalisme warga dapat dilaksanakan waktu rapat, waktu makan, di atas kendaraan). Tetapi, peluang tanpa batas ini dapat berpengaruh pada hubungan sosial di sekitarnya. Masing-masing sibuk, sehingga kurang memperhatikan orang-orang di sekitar atau tidak lagi mengikuti pembicaraan dengan baik. Acap kali hal itu tidak dapat dihindari. Ada kemungkinan suatu informasi harus disampaikan seketika yang diterima dalam rapat atau suatu pertemuan.

Apa yang dapat dilakukan agar di satu pihak jurnalisme warga memberi manfaat sebesar-besarnya, dan di pihak lain dapat mengurangi berbagai masalah-masalah yang dikemukakan di atas.

Suatu kebijakan yang tepat adalah *kanalisasi bukan membendung, dan sosialisasi secara terus menerus untuk meningkatkan tanggung jawab sosial pelaku jurnalisme warga.* Dewan Pers dan organisasi wartawan dapat mengembangkan isi dan metode sosialisasi jurnalisme warga.

* * *

Bagir Manan, Ketua Dewan Pers

Berselancar di Atas Gelombang Perubahan: Model Bisnis Baru Media Cetak

Amir Effendi Siregar

Dalam berbagai seminar Serikat Perusahaan Pers (SPS), penerbit daerah sering mengeluhkan harga jual suratkabar seribuan rupiah yang dilakukan oleh penerbit nasional. Harga jual yang rendah itu dianggap mengganggu pertumbuhan pers daerah. Pada saat yang sama kita juga melihat bahwa harga jual eceran suratkabar nasional pereksemplar di Jakarta sudah jauh lebih rendah dari harga ongkos cetak dan kertas. Bahkan terdapat suratkabar yang diedarkan secara gratis.

Untuk majalah, harga jual memang masih tinggi. Namun persaingan sangat ketat, bukan lagi bagaimana menjual majalah kepada pembaca, tetapi bagaimana memperoleh pembaca yang tepat dan luas. Ini diperlukan agar iklan dapat diperoleh dan ditingkatkan. Itulah sebabnya disamping majalah dijual kepada pembaca, banyak juga yang dibagikan secara gratis. Kemudian terdapat juga jenis majalah yang sengaja diedarkan secara gratis.

Semua ini memperlihatkan bahwa pendapatan yang berasal dari sirkulasi saat ini sangat kecil sementara iklan diperebutkan oleh banyak penerbitan. Disamping itu teknologi komunikasi, khususnya internet berkembang sangat pesat. Untuk tetap hidup dan berkembang, saat ini diperlukan model bisnis baru media cetak, yang tidak hanya mengandalkan *revenue* konvensional seperti sirkulasi yang semakin mengecil dan iklan yang diperebutkan banyak penerbit. Diperlukan program pendapatan baru yang melibatkan pembaca dan komunitas yang bernilai ideal sekaligus komersial. Bersamaan dengan itu harus memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet dan bekerjasama dengan media lainnya seperti radio dan televisi dan media sosial. Media cetak tak lagi bisa berdiri sendiri.

Peta Media Cetak dan Elektronik

Secara umum dapat kita lihat bahwa media relatif masih bersifat elit, isinya seragam dan kepemilikannya terkonsentrasi. Saat ini media yang paling elit di Indonesia adalah media cetak. Jumlahnya sebesar 1.324 yang terdiri 630 suratkabar harian dan mingguan, 694 tabloid dan majalah. Total sirkulasinya sekitar 23,3 juta dengan 9, 4 juta eksamplar suratkabar harian untuk 240 juta penduduk (Serikat Perusahaan Pers 2012-2013). Jumlah ini masih sangat kecil bila mengikuti standar minimal Unesco yang 1:10 antara suratkabar dan penduduk. Apalagi bila ingin dibandingkan dengan negara maju, seperti Amerika, Jepang, Jerman yang jumlah sirkulasinya sebanding dengan jumlah penduduk.

Tiap suratkabar atau majalah di Indonesia sirkulasinya berkisar antara ribuan dan puluhan ribu hanya beberapa saja yang ratusan ribu, sementara di negara maju banyak sekali yang ratusan ribu bahkan jutaan. Media cetak di Indonesia terutama beredar di kota-kota besar dan daerah urban. Jumlah yang kecil ini memang sangat berhubungan secara signifikan dengan potensi pembaca yang bila dilihat dari jumlah penduduk yang berpendidikan dan sudah berkerja SMA ke atas jumlahnya hanya sekitar 36 juta dari 110,8 juta penduduk yang bekerja (BPS 2012). Untuk memperluas jangkauan ini sebagian media cetak sudah mempergunakan internet. Meskipun penggunaan internet tumbuh sangat pesat, penetrasi internet di Indonesia baru sekitar 24,23% persen, itu berarti sekitar 63 juta penduduk (APJII 2012). Sementera di negara maju penetrasi internetnya sekitar 70% ke atas. Sebagai gambaran berikut adalah penetrasi internet di beberapa negara: Singapura 77,2 % (3,6 juta orang), Jerman 82,7 % (67,7 juta orang), Taiwan 70,0 % (16,1 juta orang), Malaysia 61,7 % (17,7 juta orang), China 38,4 % (513 juta orang), Phillipine 33,0 % (33,6 juta orang), Thailand 27,4 % (18,3 juta orang), Indonesia 22,4 % (55 juta orang) (Sumber Internet World Stats, 31 Dec 2011 and updated March 2012)

Meskipun televisi dianggap dapat menjangkau lebih banyak penduduk, Nielsen mengatakan bahwa penetrasi televisi di Indonesia berkisar sekitar 94 % penduduk. Namun angka ini bisa *miss leading* karena ternyata angka ini diperoleh dari penetrasi televisi untuk beberapa kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Yogyakarta, Denpasar, Palembang (Media Scene 2012/2013).

Angka di atas 90 % ini dikutip oleh banyak pihak sebagai penetrasi televisi di Indonesia. Namun secara faktual televisi di Indonesia baru mampu menjangkau sekitar 81 % penduduk, sementara penduduk yang mempunyai akses terhadap lembaga penyiaran

swasta adalah sebesar 67 %, itu berarti sekitar 130 juta penduduk (Media Scene 2012/2013). Posisi TVRI yang diharapkan dapat menjangkau lebih banyak penduduk dan diharapkan dapat menjadi alternatif sebagai penyeimbang lembaga penyiaran swasta hingga kini belum mendapat perhatian yang layak.

Sementara itu, bila kita lihat isi stasiun televisi swasta, lebih banyak diorientasikan untuk penduduk urban, bersifat sangat seragam dan elitis. Betapa tidak, mayoritas stasiun televisi swasta yang sekitar 200 dari 300 stasiun televisi dikuasai oleh 10 stasiun televisi Jakarta/Nasional mendasarkan dirinya pada rating yang dibuat oleh Nielsen yang melakukan penelitian hanya di 10 kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Makassar, Palembang, Banjarmasin, Denpasar dengan lebih dari 50 % populasi sampelnya berada di Jakarta. Untuk itu perlu dicari jalan keluar, antara lain, seperti yang diusulkan oleh sebuah seminar yang diselenggarakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan "stake holder" penyiaran pada akhir Juni 2013 yang mengusulkan agar dilahirkan lembaga rating alternatif yang dibantu dan dibiayai negara. Tentu saja bisa lewat kementerian di bidang pendidikan dan kebudayaan ataupun lewat Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) ataupun lewat lembaga lain yang tepat, Kemudian, sistem siaran berjaringan harus dilakukan agar muncul berbagai macam lembaga rating tingkat lokal maupun regional.

Radio adalah media yang jangkauannya relatif paling luas di Indonesia. Ini adalah media yang paling demokratis dalam hal keanekaragaman isi dan kepemilikan. Terdapat sekitar 1178 stasiun radio dengan 775 radio komersial anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). Sisanya adalah radio publik lokal, radio komunitas dan radio komersial non-PRSSNI (Media Scene 2011). Kemudian terdapat sekitar 77 stasiun RRI.

Model Binis Baru

Svida Alisjahbana dalam pertemuan CEO Media di Manado Februari lalu menyajikan secara sangat menarik model baru bisnis media cetak kelompok FEMINA. Presentasinya yang berjudul *Brand Relevance* memperlihatkan secara jelas kekuatan komunitas (*the Power of Community*) dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis majalah FEMINA. Bayangkan FEMINA membangun komunitas yang disebut dengan *Women Entrepreneur, Career Woman, Food Lovers*, *Beauty, Finance Manager, Smart Shopper, Fashion Lover*, *Traveller.* FEMINA yang pada

dasarnya merupakan sebuah media cetak, dalam seluruh kegiatannya itu juga bekerjasama dan mempergunakan media sosial, *web*, buku, radio, televisi. Masing-masing komunitas mempunyai banyak kegiatan antara lain *women entrepreneurship competition, workshop*, *seminar, femina award*, *fahsionista, beauty freak* dan lainnya. Namun yang paling penting dibangun dan dijaga kualitasnya adalah isi media yang bagus dan terpercaya. *Content* menjadi titik sentral dan awal dari semua kegiatan itu. Selanjutnya dalam konsep ini Pemimpin Redaksi-nya juga disebut sebagai *Chief Community Officer.*

Bambang Harymurti, CEO Majalah *Tempo* pada kesempatan yang sama di Manado memberikan penekanan khusus pada model bisnis hibrida. Digital tidak dianggap sebagai ancaman. Versi cetak dan digital harus berjalan secara bersama-sama. Meskipun saat ini penghasilan dari versi digital dalam kasus Indonesia masih sangat kecil, namun masa depannya sangat menjanjikan. Model bisnis hibrida ini sudah terbukti manjur. Bambang mengambil *The New York Times* sebagai contoh. Sirkulasi digital berbayar sebanyak 807 ribu sementara sirkulasi versi cetak 780 ribu.

Demikian juga yang terjadi dengan Majalah *Swa* dan *Warta Ekonomi*, kegiatan di luar cetak (*off-print*) dalam bentuk seminar, *workshop*, penelitian, pemberian penghargaan dan lainnya merupakan *revenue* baru yang tinggi. Komposisi pendapatan (*revenue*) menjadi berubah. Sirkulasi yang tadinya cukup besar saat ini hanya sekitar 10-15%, sementara dari iklan menjadi sekitar 35-45% dan dari aktivitas *off-print* (*events*)sekitar 35-45 %. Meskipun sebenarnya seluruh aktivitas itu terintegrasi.

Dengan demikian tantangan buat penerbit media cetak saat ini adalah bagaimana mengidentifikasi pembaca dan komunitasnya. Memahami secara mendalam pembaca dan komunitasnya. Kemudian membuat kelompok-kelompok komunitas sesuai dengan pekerjaannya, profesinya dan bisa juga lokasi serta tempat pembaca itu tinggal. Untuk melakukan hal semacam ini tentu saja dibutuhkan tenaga ahli yang mumpuni untuk membantu. Bisa yang berasal dari perguruan tinggi dan juga mereka yang sudah lama bergerak di dunia media. Selanjutnya adalah merumuskan kegiatan yang dapat dilakukan oleh masing-masing komunitas. Kegiatan tersebut bisa bersifat ideal maupun komersial.

Suratkabar daerah seperti *Kedaulatan Rakyat*, atau *Pikiran Rakyat*, atau *Suara Merdeka*, yang sudah mempunyai sejarah panjang di daerahnya, tentu saja sangat berakar di daerah dan komunitasnya. Para pimpinan dan pengurus suratkabar itulah sebenarnya yang paling tahu dan

memahami daerahnya. Dibantu dengan tenaga ahli yang berasal dari daerah itu dan ahli media lainnya, tidaklah terlalu sukar mengidentifikasi dan merumuskan komunitas dan kegiatan yang harus dilakukannya. Bisa saja terdapat komunitas pengusaha besar, pengusaha menengah dan kecil. Komunitas olahraga tertentu, komunitas mahasiswa dan lainnya. Aktivitas yang dirumuskan dan dilakukan tidak hanya bersifat komersial tapi juga ideal dan sosial. Bersamaan dengan itu, kerjasama dengan radio lokal maupun televisi lokal, termasuk memiliki situs yang baik di jaringan dunia maya, perlu dilakukan untuk menyebarkan informasi dan hal penting lainnya buat masyarakat pembacanya. Dengan demikian, suratkabar ataupun media cetak hidup bersama komunitas dan pembacanya setiap saat. Jangan dilupakan, isi media adalah yang terpenting. Kegiatan-kegiatan pembaca dan komunitas bisa mendapat tempat dalam media dengan tentu saja memperhitungkan nilai berita. Kualitas isi harus dijaga dan ditingkatkan secara terus menerus.

Inilah yang disebut sebagai model baru bisnis media cetak. Media cetak tidak bisa lagi berdiri sendiri. Harus memanfaatkan teknologi dan kawin dengan versi onlinenya. Membangun, mengorganisir dan memanfaatkan pembaca/komunitasnya. Melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi komunitas dan penerbitannya, baik secara ideal maupun komersial. Menggunakan dan bekerjasama dengan media lainnya, termasuk radio dan televisi dan media sosial. Semuanya terintegrasi secara baik. Namun, titik sentral dan penting dari semua aktivitas itu adalah membuat isi atau *content* sebaik-baiknya, karena dari isi yang prima dan kredibitel itulah dibangun kepercayaan terhadap media (*brand image*) dan penjabaran aktivitas lainnya. Isi media yang baik memang seharusnya menampilkan wajah, aktivitas dan kepentingan pembaca/komunitas bukan wajah dan aktivitas pemilik.

“Media cetak tidak bisa lagi berdiri sendiri. Harus memanfaatkan teknologi dan kawin dengan versi onlinenya. Membangun, mengorganisir dan memanfaatkan pembaca/komunitasnya. Melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi komunitas dan penerbitannya, baik secara ideal maupun komersial.”

***

Referensi:

Alisjahbana, Svida (2013) , *Brand Relevance*, Makalah disampaikan pada pertemuan CEO Serikat Perusahaan Pers (SPS), 8 Februari 2013 di Manado.

Harymurti, Bambang (2013), *Discovering Innovative Business Model for the Future of Print Media Industry,* Makalah disampaikan pada pertemuan CEO Serikat Perusahaan Pers (SPS), 8 Februari 2013 di Manado.

Media Scene (2011), *Radio In Indonesia*, Media Scene, ITKP, Jakarta

Media Scene (2013), *Media Penetration,* Mediatama Advertising, Jakarta.

Media Scene (2013), *Television in Indonesia, Population Statistics of TV Coverage Area*, Mediatama Advertising, Jakarta

---

Amir Effendi Siregar adalah Ketua Dewan Pimpinan Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat. Anggota Dewan Pers (2003-2006). Isi artikel ini sebagian besar telah dimuat suratkabar *Kompas* tanggal 1 Juni 2013.

Kode Etik Jurnalistik dalam Konvergensi Multimedia Massa

Priyambodo RH

> "Dalam konvergensi media hal terpenting adalah bagaimana dalam satu perangkat praktis kita dapat mendapatkan informasi apapun, terutama yang menghibur, dan tantangannya menyangkut bagaimana semua informasi itu sahih."

Steven Paul "Steve" Jobs (1955-2011) mengemukakan pendapatnya diatas kepada pers usai meluncurkan piranti telekomunikasi selular dan hiburan fenomenal, iPhone, pada 29 Juni 2007. iPhone hadir pasca-evolusi perangkat musik digital iPod yang pertama kali diluncurkan pada 21 Oktober 2001.

Penemu sejumlah piranti keras dan lunak teknologi informasi secara mandiri maupun di bawah merek dagang Apple Inc. dan The Walt Disney Company (setelah membeli Pixar milik Jobs) itu menempatkan duet produk iPod dan iPhone sebagai contoh evolusi konvergensi.

Dalam berkarya menciptakan piranti teknologi, Steve Jobs tidak pernah melupakan pentingnya kesahihan informasi atau hak atas karya intelektual (HAKI atau *intellectual property rights*/IPR).

Layaknya kekhawatiran Thomas Alva Edison (1847-1931), yang tercatat memiliki 1.093 hak paten, termasuk penemuan lampu listrik dan baterai alkaline, Steve Jobs yang mendapat pengakuan 230-an hak paten (belum termasuk beberapa temuan belum tercatat paten menjelang akhir hayatnya) sangat khawatir pengakuan HAKI akan terlupakan manakala temuan teknologi menjadi produk massal.

Guna lebih menjamin informasi multimedia melalui perangkat ciptaannya sahih, maka salah satu gagasan Steve Jobs adalah membuka pasar

maya yang menjual aplikasi berbasis sistem operasi berkode Apple (iOS). Application Store (App Store) kemudian menjadi kecenderungan baru yang diikuti produk bersistem operasi lainnya, seperti Google Play (awalnya bernama Android Market) untuk Android, dan Samsung App Store untuk aplikasi pengembangan dari Samsung.

Asosiasi serikat perusahaan dan penerbitan pers dunia (World Association Newspapers/WAN IFRA) juga mencatat kekhawatiran yang sama terhadap informasi yang sahih dalam penerapan konvergensi multimedia massa. Hal ini berkaitan dengan penyebaran isi pesan (*content*) yang kian beragam, namun makna (*context*)-nya kurang jelas. Penyebaran informasi semacam ini berpotensi melanggar kode etik jurnalistik (KEJ), terutama kasus plagiat.

WAN IFRA, yang berkantor pusat di Damstad (Jerman) dan Paris (Prancis), dalam serangkaian surveinya menemukan kenyataan bahwa temuan teknologi informasi semakin mewujudkan konvergensi multimedia massa dengan berbagai dampaknya, termasuk kemungkinan plagiarisme informasi.

Sejumlah televisi di Indonesia juga melanggar KEJ menyangkut plagiarisme, misalnya membuat program yang seluruh tayangannya diberi catatan kaki "Courtesy: YouTube". Padahal, pengelola tayangan televisi tersebut harus mencantumkan secara lengkap siapa atau pihak mana yang mengunggah (*upload*) materi audio visual ke laman *www.youtube.com* sebagai bentuk penghargaan HAKI, sekalipun belum tentu ada jaminan tayangan di YouTube adalah karya asli dari pengunggahnya.

Beranjak dari telaah Henry Jenkins III dalam buku *Convergence Culture* terbitan NYU Press pada 2007, WAN IFRA mencatat bahwa pula dalam perusahaan dan penerbitan pers yang menerapkan konvergensi multimedia menemui kenyataan yang sangat menarik dan kompleks. Kekuasaan informasi tidak semata-mata dari pengelola multimedia massa, namun publik selaku pengakses informasi juga dapat ikut menentukan ke mana alur informasi diarahkan dan wartawan dikerahkan peliputannya.

Kata kunci "publik selaku pengakses informasi juga dapat ikut menentukan ke mana alur informasi" jauh-jauh hari telah menjadi telaah Djamaluddin Gelar Datuk Maradjo Sutan (1904-1967) yang lebih dikenal dengan nama Adinegoro.

Dalam buku *Falsafah Ratu Dunia* terbitan Balai Pustaka Jakarta pada 1949, Adinegoro banyak menekankan pentingnya pers senantiasa dengan publiknya. "Yang terpenting untuk bentukan anggapan umum ialah pertalian rohani antara pers dan masyarakat," catatnya di halaman 31 buku itu.

"Publik selaku pengakses informasi juga dapat ikut menentukan ke mana alur informasi."

Jauh sebelum Internet ditemukan, konsep Web 2.0 dimanfaatkan, dan media jejaring sosial berseliweran, Adinegoro sudah menekankan pentingnya hubungan pers dan publiknya dalam membentuk anggapan umum (opini publik/*public opinion*).

Bahkan, jauh sebelum adanya organisasi massa menyerbu kantor perusahaan pers lantaran jengkel atas pemberitaannya, Adinegoro pun sudah menorehkan catatan dalam *Falsafah Ratu Dunia*: "Pers dilahirkan dan dibesarkan oleh masyarakat, dibesarkan, tetapi juga bisa dirubuhkan oleh masyarakat."

Ia juga mengibaratkan hubungan pers dan masyarakat, serta pemerintah. "Bulan diibaratkan seperti pers dan bumi sebagai masyarakat, sedang pemerintah adalah ibarat matahari yang mempengaruhi sepenuhnya pers dan masyarakat itu."

Dengan kata lain, Adinegoro jauh-jauh hari sudah mengingatkan bahwa pemerintah yang gagal mempengaruhi kehidupan pers dan masyarakat, maka gagal pula fungsi kepemerintahannya. Dalam posisi inilah, wartawan dituntut lebih mengetahui kewajibannya.

"Wartawan harus mengetahui bahwa kebaikan bagi satu golongan atau partai atau perkumpulan dalam masyarakat. Di sini terletak salah satu kewajiban bagi wartawan, pandai mengenali perbedaan antara kepentingan seseorang, dan kepentingan umum," demikian Adinegoro.

Adapun Jenkins menelaah konvergensi multimedia massa menciptakan kebudayaan baru lantaran arus isi pesan pemberitaan berhamburan datang dengan berbagai *platform* piranti lunak di beragam piranti kerasnya.

"Konvergensi adalah kata untuk menggambarkan perubahan teknologi, industri, budaya dan sosial yang datang bersama-sama dari industri yang sebelumnya terpisah (komputasi, dicetak, film, audio, dan sejenisnya) yang semakin menggunakan teknologi yang sama atau terkait dan pekerja terampil," catat Jenkins.

Dalam praktiknya perusahaan dan penerbitan pers yang menerapkan konvergensi multimedia harus melibatkan wartawan *multitasking* (melakukan berbagai jenis pekerjaan), *multiplatform* (berperan serta di berbagai unit kerja), dan *multichannel* (distribusi produk melalui berbagai saluran). Hal ini berlangsung pula di Indonesia pasca-reformasi 1998.

Perusahaan dan penerbitan pers yang menerapkan konvergensi multimedia pada gilirannya harus menerapkan pola yang dalam industri disebut komunikasi komitmen kerja sama kompensasi. Hal ini berkaitan dengan kinerja wartawannya memerlukan kompetensi *multitasking*, yakni harus berpikir cepat, mengajukan pertanyaan secara cepat, meringkas permasalahan liputan menjadi informasi layak siar sekaligus layak jual juga secara cepat.

Selain itu, wartawan harus mampu mengantisipasi perkembangan beritanya secara cepat pula. Seiring dengan unsur kecepatan, wartawan *multitasking* dituntut harus mampu menyajikan berita secara akurat dan lengkap, walau disajikan menggunakan pola berkejaran (*running news*) layaknya kinerja di kantor berita.

Manajemen pemberitaan multimedia massa tentu saja diharapkan publiknya untuk tidak sekadar menyajikan berita secara cepat, namun harus pula akurat dan lengkap pada saat bersamaan. Manajemen pemberitaan harus menyajikan informasi yang sahih, yakni menyajikan fakta, wawancara dan data jurnalistik.

Beranjak dari pemahaman mengenai opini di balik fakta, wawancara atau keterangan narasumber, dan data, maka wartawan multimedia massa dengan menyusun minimal sejumlah pertanyaan semacam ini dalam pemberitaan yang didasari Fakta ⇦⇨ Wawancara Nara Sumber ⇦⇨ Data sebagai berikut:

FAKTA	WAWANCARA	DATA
• Apa kasusnya? • Siapa yang terlibat? • Kapan peristiwanya? • Di mana peristiwanya? • Mengapa bisa terjadi? • Bagaimana kelanjutannya?	• Siapa saja yang terlibat? • Siapa yang Pro? • Siapa yang Kontra? • Siapa saksi mata kasus? • Siapa pihak yg paham? • Siapa lagi? Materi Pertanyaan: • Uji dengan temuan fakta • Uji dng komentar pihak lain (Pro & Kontra) • Tanya mengapa kasus terjadi dan Bagaimana tindaklanjutnya? • dll.	• Latar belakang kasus? • Dokumen lama? • Verifikasi Fakta? • Verifikasi Wawancara? • Verifikasi kasus sejenis? • Verifikasi kasus siapa saja yg terlibat kasus? • Verifikasi Di mana saja kasus sejenis ada? • Verifikasi biografi/rekam jejak Narasumber (Pro & Kontra) • dll.

Fakta jurnalistik seringkali dimaknai sebagai "fakta dari keterangan nara sumber" yang diwawancara wartawan. Namun, wartawan dan manajemen pemberitaan harus memeriksa kembali kebenaran fakta yang dikemukakan nara sumbernya. Khalayak juga menginginkan fakta yang disajikan pers harus sahih, sehingga laporan wartawan dari lokasi kejadian senantiasa mendapat perhatian.

Wartawan juga harus jeli memilih nara sumber pemberitaannya, yakni menekankan kredibilitas dan kapabilitas, serta memiliki rekam jejak yang jelas secara keilmuan/akademis maupun perilakunya di tengah masyarakat.

Selain itu, wartawan dan perusahaan pers berkewajiban melayani tanggapan publik atas pemberitaan yang disajikan. Publik dapat menguji kesahihan berita dengan memanfaatkan kejelasan Fakta ⇦⇨ Wawancara Nara Sumber ⇦⇨ Data.

Pasal 1 ayat 11 UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers mencatat: *"Hak Jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya."*

Adapun Ayat 12 dalam pasal yang sama mencatat: *"Hak Koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain."*

Sedangkan Ayat 13 dalam pasal yang sama mencatat: *"Kewajiban Koreksi adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan oleh pers yang bersangkutan."*

Kemampuan wartawan dalam menyajikan opini di balik Fakta ⇦⇨ Wawancara Nara Sumber ⇦⇨ Data dengan berbagai kiatnya yang dibarengi tanggung jawab profesi menghadapi kemungkinan hak jawab, hak koreksi dan kewajiban koreksi seperti itulah yang membuat jurnalisme senantiasa tidak pernah berhenti untuk berlogika sehingga publik pun menanti kehadirannya. Hal ini pula yang menjadi tantangan besar terhadap kompetensi wartawan dan perusahaan persnya.

Publik pun kini dapat menikmati hasil liputan pers lebih aktual melalui berbagai cara. Misalnya, berita hiburan dan sepakbola –yang notabene paling banyak diakses publik— mengenai pesohor senantiasa hadir secara aktual, dan khalayak dapat mengaksesnya melalui berbagai piranti layaknya telepon selular iPhone dan iPad (dengan sistem operasi iOS) dari Apple Inc., di telepon tablet (phablet) bersistem operasi Android ataupun di ponsel kelas cerdas (*smartphone*) menggunakan *Windows mobile.*

Khalayak juga semakin menghadapi kenyataan yang saling tumpang tindih saat memanfaatkan piranti berkonvergensi. Semakin banyak produk yang dipromosikan sebagai telepon seluler, ternyata fungsi kamera digitalnya sangat mumpuni untuk menghasilkan foto maupun video. Sebaliknya, publik disuguhi perangkat kamera digital yang ternyata mampu membenamkan kartu telepon selular sehingga bermanfaat pula untuk berselancar ke Internet, bahkan bercakap-cakap (*chat*) menggunakan aplikasi gratisan, seperti WhatsApp.

Konsep konvergensi secara umum berlangsung di semua lini layanan kehidupan masyarakat. Sistem per bankan juga berkonvergensi, sehingga transaksi keuangan dewasa ini tidak harus dilakukan di bank ataupun anjungan tunai mandiri (ATM), karena aplikasi yang ada di layar ATM bisa pula tertanam di ponsel cerdas yang semakin mudah dimiliki khalayak.

Hebatnya lagi, publik dapat membeli informasi berbayar terkoneksi langsung dalam sistem transaksi perbankan yang juga sudah tersedia aplikasinya dalam berbagai platform tergantung dengan peralatan jenis apa yang digunakan.

Konvergensi multimedia massa juga semakin memungkinkan kinerja wartawan menjangkau khalayaknya secara global. Banyak peristiwa dari daerah terpencil menjadi cepat diketahui khalayak dunia lantaran kinerja wartawan yang memanfaatkan konvergensi multimedia massa.

Wartawan kini memiliki pilihan untuk menggunakan beberapa saluran untuk mengirim beritanya dengan cakupan mendunia. Bahkan, wartawan di sejumlah perusahaan multimedia massa tidak lagi menuliskan tanggal dan lokasi pembuatan beritanya dari lokasi liputan (*dateline*) karena semuanya telah tersedia dalam aplikasi pemberitaannya yang secara otomatis terhubung dengan piranti sistem penentu lokasi global (Global Positioning System/GPS). Tenggat (*deadline*) mereka pun menjadi setiap saat.

Pada gilirannya, wartawan harus lebih fokus terhadap kebenaran dalam jurnalisme melalui laporan pandangan mata untuk televisi, radio dan portal berita di Internet. Bagaimana dengan media cetak? Mau tidak mau pengelola media cetak harus menyajikan berita berkedalaman dengan mengamati apa saja yang telah disajikan televisi, radio dan portal berita. Faktor “cepat, akurat dan lengkap” yang utuh dalam satu pemberitaan akan jauh lebih bermakna bagi publiknya.

Dalam konvergensi multimedia massa yang padat teknologi dan padat modal dalam industri pers, maka wartawan harus memanfaatkan kesempatan

semacam ini dengan penuh tanggung jawab, karena publik tetap menginginkan kredibilitas keberagaman pemberitaan. Adapun kelalaian dalam jurnalisme juga dapat berdampak global. Wartawan mau tidak mau juga harus lebih memahami kebudayaan lintas benua, agar berita yang mereka sajikan tidak menabrak kebudayaan wilayah lain dengan tetap mengutamakan kode etik jurnalistik.

Selain itu, wartawan di tengah kemewahan teknologi informasi yang dimanfaatkan manajemen pers sebagai industri agaknya harus pula semakin peka bahwa sarana kerja yang mereka gunakan hanyalah sebatas alat, sehingga jangan malah diperalat sehingga mengabaikan kode etik jurnalistik yang hakikinya demi kepentingan publik.

***

Priyambodo RH adalah Direktur Eksekutif Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS); Ketua Bidang Multimedia Persatuan Wartawan Indonesia (PWI); Komisi Pendidikan Dewan Pers; Wartawan Utama/Ombudsman Kantor Berita Antara; e-mail: priya3rh@gmail.com

Jangan Paksakan Warga Jadi Wartawan

Pepih Nugraha

Inventor (penemu) itu sudah tiada, yang ada hanya para *innovator*. Saya pegang benar pandangan ini, setidak-tidaknya saat mulai menggeluti sosial media sejak 2005. Terlebih lagi di dunia internet, apa yang disebut para penemu sudah tidak ada lagi. Sebagai gantinya, Anda akan berhadapan dengan para *innovator* muda pendiri *star-up* yang menghasilkan sejumlah aplikasi dan *website* yang bermanfaat untuk kehidupan. Di ranah internet dan bisnis online, Anda akan selalu berhadapan dengan istilah-istilah baku *benchmarking*, *personal branding*, *immitating*, dan inovasi.

Sebagai salah satu pendiri dan admin pertama Kompasiana, saya benar-benar memanfaatkan jargon-jargon yang ada di jagat internet ini. Untuk kepentingan situs atau *website* yang saya dirikan, tentunya. Kompasiana (http://kompasiana.com) adalah blog sosial yang merupakan bagian (rubrik) dari Kompas.com. Di sini berkumpul 200.000 anggota yang telah terdaftar. Tidak semua dari seluruh anggota terdaftar itu penulis, sebagian besar di antaranya pembaca dan pemberi komentar. Akan tetapi yang pasti, 800 hingga 1.000 tulisan warga tayang di Kompasiana setiap harinya. Kompasiana adalah "etalase" terbuka gratis di mana penulis warga menyimpan tulisan karyanya sendiri.

Mengapa saya harus mengambil contoh Kompasiana? Bukankah dengan hanya mengambil satu contoh akan mengaburkan esensi tulisan? Tentu saja saya akan balik bertanya; adakah media sosial dengan *platform* "Menulis" (*writing*) yang lebih besar dari Kompasiana? Bukankah forum Kaskus jauh lebih besar dan bahkan menjadi situs media sosial terbesar di Indonesia yang juga mengusung *users generated content*?

Benar, tetapi ada perbedaan kultur di antara dua jenis media sosial itu. Kompasiana merupakan etalase tulisan

warga, sementara Kaskus merupakan etalase diskusi virtual dengan saling menukar atau berbagi tautan (*link*), baik tautan atas tulisan pribadi di blog miliknya atau tautan dari media-media online arus utama. Perbedaan hakikinya, Kompasiana secara ketat mengharuskan naskah asli penulis, bukan salinan atau *copy paste*, juga bukan situs berbagi tautan. Kompasiana benar-benar sebuah media sosial dengan *platform* jelas, yakni menulis. Di media warga ini, warga diberi kebebasan menulis dengan tiga kategori, laporan atau reportase warga (*citizen reportage*), opini warga, dan karya fiksi warga. Di Kompasiana, tidak diperkenankan menampilkan tulisan orang lain atau berita-berita online arus utama. Benar-benar harus karya asli si penulisnya sendiri.

Dalam perjalanan membangun dan mengembangkan media sosial yang kemudian berujud blog sosial Kompasiana, saya banyak melakukan *benchmarking* terhadap situs jurnalisme warga sebelumnya, khususnya terhadap Ohmy News di Korea Selatan dan situs lokal Panyingkul yang lahir di Makassar, Sulawesi Selatan. Memang di belahan dunia lainnya ada situs warga seperti OkNation di Thailand, Stomp di Singapura, dan NowPublic di Kanada. Akan tetapi terhadap Ohmy News yang didirikan Oh Yeon-ho tahun 2000 lalu, saya belajar bagaimana warga bisa digerakkan untuk melaporkan peristiwa dalam satu wadah bersama.

Satu pelajaran berharga yang saya petik, bahwa warga sudah bosan terhadap informasi yang mereka dapatkan dari media arus utama yang dikuasai pemerintah saat itu. Berita atau informasi yang penuh kamuflase dan tidak jujur, seakan-akan "kebenaran" berada di tangan wartawan profesional dan editor di Newsroom. Warga ingin memperoleh kebenaran hakiki dari suatu peristiwa, yang tidak direkayasa sedemikian rupa sehingga fakta bisa diputar-balik. Maka yang dilakukan Oh Yeon-ho dengan Ohmy News-nya itu adalah memberi ruang yang seluas-luasnya bagi warga biasa untuk melaporkan apa yang mereka lihat dan alami. Dengan memanfaatkan laporan para demonstran yang berunjuk rasa di lapangan, Ohmy News hadir dan menemukan momentumnya. Media warga ini kemudian menjadi *booming* karena memperoleh *timing* saat kejatuhan Roh Tae-wo yang represif itu.

Panyingkul sebagai media warga lokal yang didirikan Lily Y Farid seharusnya menjadi pelopor media jurnalis warga dan karenanya bisa besar meski lahir di luar Jakarta atau di luar Pulau Jawa. Saya belajar bagaimana situs yang pada mulanya disambut antusias penulis Makassar maupun pembacanya seperti kehilangan tenaga, padahal hasrat warga menulis sebenarnya tidak terbendung lagi. Dari

"Warga sudah bosan terhadap informasi yang mereka dapatkan dari media arus utama yang dikuasai pemerintah saat itu. Berita atau informasi yang penuh kamuflase dan tidak jujur, seakan-akan "kebenaran" berada di tangan wartawan profesional dan editor di *Newsroom*. Warga ingin memperoleh kebenaran hakiki dari suatu peristiwa, yang tidak direkayasa sedemikian rupa sehingga fakta bisa diputar-balik."

Ohmy News dan Panyingkul saya belajar satu hal penting, yaitu jangan pernah memaksakan warga untuk menjadi wartawan! Biarkan warga menulis dan melaporkan dengan cara serta gayanya sendiri, sebab justru di sinilah daya tarik dari sebuah laporan warga. Kalau warga dilatih menjadi wartawan dan memaksa gaya tulisan-nya sebagaimana gaya wartawan pro-fesional, apa bedanya dengan membaca media *mainstream*?

Ohmy News, misalnya, sejak awal mengedit berita warga yang masuk. Jelas situs ini menerapkan moderasi yang ketat, di mana tulisan yang masuk tidak langsung tayang melainkan diedit oleh jurnalis atau editor di *newsroom*. Setelah disunting, barulah tulisan warga ditayangkan. Demikian pula dengan Panyingkul. Warga pewarta di Makassar yang berkhidmat kepada situs ini memperoleh pendidikan jurnalistik berkala yang diselenggarakan oleh lembaga pers independen. Apa yang ditayangkan di Panyingkul memang sangat sempurna karena menyerupai laporan jurnalis profesional. Akan tetapi sebagaimana kritik membangun yang disampaikan kepada situs warga ini, Panyingkul kehilangan "ruh" sebagai media warga dengan gaya serta bahasa penulisnya yang khas warga biasa.

Belakangan saya menjadi paham, Ohmy News kesulitan keuangan akibat harus membayar para penulisnya sedangkan berita yang disajikan telah kehilangan daya pikatnya, sebab pembaca tidak lagi menangkap hasil kerja warga yang *genuine*. Panyingkul juga demikian. Situs ini malah mati sebelum berkembang.

Meniru atau *immitating* di dunia online tidaklah berarti kejahatan, melainkan harus dianggap inovasi jika belajar dari kelebihan dan kekurangan yang dimiliki keunggulan situs yang akan di-*benchmark*. Dari dua media so-sial pelopor Ohmy News dan Panying-

kul, saya mendapat satu pelajaran penting, yakni jangan pernah menjadikan warga sebagai wartawan dan jangan pernah membayar tulisan warga yang ditayangkan di media sosial yang kita kembangkan. Membayar penulis warga pernah dilakukan Asia Blogging Network (ABN) milik blogger Budi Putra. Akan tetapi, situs media sosial yang juga bisa disebut pelopor ini mati sebelum Kompasiana hadir di tahun 2008. Sebagai media sosial, pengelola hanya menyediakan etalase bagi konten warga sebagaimana yang dilakukan Facebook, Twitter, Wordpress, Blogspot, Pinterest, Tumblr, dan lain-lain, tanpa berpretensi atau bersusah-susah mendidik warganya menjadi wartawan.

Bukan Wartawan

Tentu saja dalam berbagai kesempatan saya sebagai admin dan pendiri pertama Kompasiana sering mendapatkan kritikan yang menegaskan bahwa Kompasiana bukanlah situs *citizen journalism*, ia tak lebih dari etalase tulisan warga. Apa reaksi saya terhadap kritikan yang muncul dan sering dilontarkan penggiat media sosial ini? Saya tegaskan; tidak ada reaksi apa-apa. Tidak harus menyangkalnya, tidak pula harus membenarkannya. Akan tetapi, bolehlah saya memberi sedikit gambaran.

Di Kompasiana dengan *platform* menulis, warga dipersilakan menayangkan tiga jenis tulisan sebagaimana saya singgung tadi, yakni reportase warga, opini warga, dan karya fiksi warga. Pada kenyataannya berdasarkan data statistik yang terus saya dan tim pantau setiap pekannya, yang paling besar porsi penayangannya adalah karya fiksi warga (50 persen), opini warga (40 persen), dan paling kecil reportase warga (10 persen). Karya fiksi warga sering melebihi 50 persen, sedangkan reportase warga mentok di angka 10 persen itu.

Lantas, bagaimana saya menyikapi angka faktual yang terukur dengan baik ini?

Jawabannya bisa dikira-kira; “bunuh diri” kalau saya memaksakan *branding* Kompasiana sebagai media jurnalisme warga yang isinya berupa laporan peristiwa faktual yang biasa ditulis, diliput dan dilaporkan wartawan profesional media arus utama. Mengapa? Karena kalau *branding* jurnalisme warga itu yang saya paksakan, saya berarti menegasikan keniscayaan karena saya berpegang pada angka 10 persen yang minim itu. Tanpa harus memakai embel-embel *citizen journalism,* toh saya tidak kehilangan *trade mark* sebagai media warga (*citizen media*). Sedangkan warga biasa yang konsisten menulis di Kompasiana dengan sendiri memperoleh *personal branding*.

Dalam buku yang saya tulis, *Citizen Journalism: Pandangan,*

Pemahaman dan Pengalaman terbitan Penerbit Buku Kompas (2012), saya tegaskan bahwa warga yang menulis laporan peristiwa dan ditayangkan di media sosial, bukanlah wartawan. Mereka adalah warga biasa yang terlalu berat menyandang predikat "journalist" atau "journalism" itu sendiri. Untuk itu dalam buku saya keberatan dengan sebutan *citizen journalism* yang kalau diterikan kepada pelakunya disebut *citizen journalist*. Saya lebih mengusulkan penggunaan kata *citizen reporter* (warga pelapor) sebagai ganti kata *citizen journalist*. Mengapa demikian?

Bagi saya yang juga jurnalis profesional, kata "jurnalisme" (*journalism*) terlalu sakral dan tidak boleh diumbar sembarangan. Juga tidak boleh buru-buru diterapkan begitu saja kepada warga biasa. Apakah bisa diterima seorang warga yang baru pertama kali menayangkan hasil laporannya di media sosial bisa disebut begitu saja sebagai wartawan? *No way*.

Ada pendidikan khusus untuk menjadi jurnalis. Wartawan juga dibekali kode etik jurnalistik. Wartawan juga dinaungi undang-undang pers sebagai aturan main dalam bermedia. Jadi, tidak semudah itu menjadi wartawan. Warga ya warga. Bahwa dia melakukan praktik laporan dan penulisan sebagaimana yang dilakukan wartawan profesional, ya saya harus berani menyebutnya sebagai warga pelapor saja, bukan wartawan.

Kode Etik

Masalah kode etik (*code of ethics*) juga sering ditanyakan publik peserta pelatihan menulis di berbagai tempat yang saya hadiri. Saya bahkan sering dianggap kontroversial karena biasa menjawab "tidak perlu kode etik" apabila warga biasa hendak menulis di media sosial. Sering saya diberondong pertanyaan susulan agar lebih merinci lagi jawabannya. Saya tetap teguh pada pendirian, bahwa warga biasa menulis di media sosial bukanlah wartawan. Karena bukan wartawan, tidak perlu menggunakan atau memiliki kode etik wartawan tersendiri. Warga menulis di media sosial tidak perlu diatur-atur, buang-buang energi saja.

Sebagai ganti dari "kode etik" di dunia maya itu, saya menekankan mereka menggunakan aturan atau norma hukum universal saja sebagaimana di dunia nyata. Norma universal di dunia nyata menyebutkan bahwa berbohong, menghina, menghujat, berjudi, mencuri, dan prostitusi itu adalah kejahatan. Orang mengatakannya tidak sesuai norma hukum yang berlaku. Maka jenis-jenis kegiatan yang tidak sesuai norma hukum universal di dunia nyata, juga tidak boleh dilakukan di dunia maya dalam hal ini di internet. Atau pelajari saja butir-butir penting Kode Etik Jurnalistik yang bisa dijadikan patokan jurnalis profesional bekerja. Ya, sesederhana itulah.

Jadi, saya membekali warga yang bergiat di media sosial itu semacam sopan-santun saja yang disebut netiket atau etiket berinternet. Antara lain *think before you post* atau pikirkan baik-baik konten yang Anda miliki sebelum benar-benar ditayangkan, apakah konten yang Anda miliki itu melukai perasaan seseorang, menghina satu golongan, mempertentangkan SARA (suku, agama, ras, antargolongan), atau membunuh karakter seseorang. Persoalannya, semua ada di ujung jari untuk menekan tombol "publish" yang kalau tidak dipertimbangkan masak-masak, beberapa detik kemudian kemungkinan ada orang yang terhina atau golongan yang terlukai.

Apa yang dilakukan Dewan Pers dengan menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber sudah tepat, sebab memang pemilik atau pengelola media siber itu sendiri yang harus diberi pedoman, khususnya terkait *users generated content* atau konten yang diciptakan dan ditayangkan warga. Tetapi, bukan mengatur warga biasa menulis. Untuk itulah di Kompasiana tidak ada moderasi terhadap tulisan warga. Semua konten warga bisa langsung tayang. Barulah setelah tayang admin Kompasiana bekerja 24 jam yang saya sebut *post moderation*.

Biarkan saja warga menulis seekspresif mungkin karena mereka bukan wartawan. Mereka menulis dan membuat beritanya sendiri karena mungkin kurang atau tidak puas dengan berita media arus utama yang ada, yang barangkali di benak warga sudah tercemari kepentingan politik atau bermotif ekonomi si empunya media.

Wallahu alam...

Bintaro, 12 Juli 2013

Pepih Nugraha, wartawan Harian *Kompas*, pendiri Kompasiana.

Bagian II

Dinamika Pers dan Pemilu

Pers dalam Perspektif 2014

Bagir Manan

"The basic roles of the journalist are to promote peace and understanding, to work with honesty, and compassion, to give voice to the voiceless, desperately poor, the oppressed; to challenge stereotyping and expose corruption and lying—and to respec diversity and difference."[1]

1. Pembukaan

Tahun 2014 bukan sekedar ada pemilihan umum anggota DPR, DPD, DPRD dan Presiden-Wakil Presiden. Sesuai dengan UUD, Presiden SBY akan "pamit mundur" untuk selamanya. Setelah dua kali berturut-turut, SBY tidak dapat lagi dicalonkan dan menjadi Presiden. Kita akan memiliki Presiden baru. Pada saat ini partai-partai politik, kelompok-kelompok pemerhati mulai bergulat mencari Presiden setelah 2014. Termasuk pula orang perorangan yang dengan giat berbicara, ber-manuver untuk menarik perhatian publik, karena merasa sebagai yang paling layak menjadi Presiden. Ini salah satu buah reformasi yaitu keterbukaan dan persamaan kesempatan menduduki berbagai jabatan penting. Tetapi baik yang sudah duduk di berbagai singgasana atau sedang bermanuver, baru dalam batas adu omong dan menjaga penampilan. Belum ada, dan itu sudah biasa, yang mengutarakan jenis-jenis kepentingan riil rakyat yang akan dikerjakan. Semua masih sebatas, lagi-lagi sudah biasa, hanya menjual jargon dengan menyatakan ini salah dan itu salah tanpa substansi mana yang benar dan

[1] Richard Keeble, Ethics for Journalists, 2nd ed, Routledge, 2009.

cara memperbaiki. Ada beberapa kemungkinan. *Pertama,* berbagai platform perjuangan sudah ada di kantong. Akan diutarakan pada waktu yang tepat agar tidak dikritisi apalagi dirampok pesaing. *Kedua,* dari pengalaman yang sudah-sudah, platform tidak perlu. Rakyat *toch* tidak mengerti. Untuk dipilih, cukup dengan "cas cis cus" dan menyediakan ampaw (amplop) ala kadarnya (*money politics*). Rakyat kita yang umumnya miskin dan tidak cerdas, mudah dipesonakan, dibodohi, dan dibeli dengan paling banyak sepuluh kilogram beras. *Ketiga*, sebenarnya rakyat sendiri tidak peduli lagi siapa yang akan memimpin negeri ini. Kenyataannya, rakyat tidak pernah mendapat banyak, malah acap kali mereka lebih sengsara atau lebih sulit dari sebelumnya. Pasar tradisional dihancurkan oleh warung-warung modern yang mengantongi izin bahkan fasilitas dari penguasa. Petani garam, petani kedelai, petani buah, nelayan diporakporandakan oleh impor-impor barang tersebut. Seperti dikatakan Fadel Muhammad (mantan Menteri Kelautan), yang penting ada persediaan barang di pasar bukan bagaimana menghasilkan barang tersebut. Kalau impor merupakan cara yang mudah, mengapa harus berpayah-payah dengan petani atau nelayan. Di sini berlaku hukum ekonomi kuno: *survival of the fittest*, pasar bebas, persaingan bebas. Sangat liberal kapitalistik. Ya, itu tuntutan global. Sebagai hamba globalisasi, sudah menjadi kewajiban untuk senantiasa nampak sebagai *the good guy* bagi tuan-tuan kapitalis. Dasar-dasar demokrasi ekonomi, koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat, susunan ekonomi atas dasar paham kekeluargaan, adalah impian belaka, bukan suatu konsep yang layak diperjuangkan. Buktinya, tanpa dasar-dasar ekonomi yang disebutkan di atas, ekonomi kita tumbuh dengan 6,7%. Suatu jenis pertumbuhan spektakuler sejagat. Investasi berlomba-lomba masuk dengan sangat membanggakan. Bagaimana relevansinya dengan kesejahteraan umum, keadilan sosial, bukan patokan utama pemerintah. Sesuai dengan paham individualisme, soal-soal kesejahteraan dan keadilan adalah urusan pribadi. Bukankah hal ini merupakan salah satu hasil kebebasan yang mati-matian kita perjuangkan. Mengapa harus menggelayuti pemerintah? Kita tidak lagi dalam tahap menjadi pemimpin bangsa tetapi pemimpin global. Berdasarkan trend semacam itulah rakyat tidak peduli yang akan memimpin Indonesia setelah 2014. Pemerintah memang disusun melalui rakyat, tetapi bukan bagian, apalagi menyatu dengan rakyat. Ada *the great wall* yang memisahkan rakyat dengan pemerintah atau penguasa. Kelangsungan pemerintah ditentukan sepanjang masih disenangi para kaum kapitalis di dalam maupun di luar.

Begitulah kira-kira perasaan rakyat sekarang. Selain tidak peduli, kalau mereka mau rusuh ya rusuh saja.

Apakah model pemerintahan semacam itu yang akan dibiarkan setelah 2014. Mestinya perlu dikaji. Kalau memang itu yang baik, teruskan. Kalau perlu perbaikan, mesti ada usaha perubahan.

2. Perspektif perbaikan setelah 2014

Meskipun pendekatan atau strategi pertumbuhan dan besaran investasi (penanaman modal) sangat penting, tetapi harus diletakkan sebagai sarana atau alat (*tool*), bukan tujuan. Di atas sarana, tujuan itulah yang mestinya diletakkan paling depan (paling utama). Menurut UUD 1945, tujuan itu tidak lain dari *mewujudkan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, mencapai sebesar-besarnya kemakmuran atas dasar keadilan sosial bagi seluruh rakyat.* Kalau diungkap lebih singkat, tujuan tersebut tidak lain dari *pemerataan kemakmuran* (*distribution of wealth*) dan pemerataan keadilan (*distribution of justice*).

Harus diakui, didapat berbagai kebijakan atau program "menolong orang miskin" atau "berpendapatan rendah", seperti program "raskin", bagi-bagi uang secara periodik untuk orang miskin, atau program-program insidental, bahkan program seketika atau "*impromptu*." Di tengah-tengah usaha-usaha dadakan di atas yang acap kali menimbulkan masalah baru seperti penyelewengan dan pembagian yang tidak merata, kita dihadapkan pada persoalan mencapai kesejahteraan yang lebih mendasar, seperti lapangan kerja, urbanisasi, harga-harga hasil pertanian yang rendah, infrastruktur yang terbengkalai, dan lain sebagainya. Terlalu naif memaknai *distribution of wealth* atau *distribution of justice* dengan program raskin atau yang semacam itu.

Komitmen terhadap tujuan bernegara yang diletakkan dalam suatu *platform* yang jelas dengan segala refleksinya di bidang politik (dalam dan luar negeri), ekonomi, sosial dan lain-lain, harus dijadikan tuntutan dan dasar memilih pemimpin yang akan datang. Hal ini hanya akan terwujud apabila

"Komitmen terhadap tujuan bernegara yang diletakkan dalam suatu *platform* yang jelas dengan segala refleksinya di bidang politik (dalam dan luar negeri), ekonomi, sosial dan lain-lain, harus dijadikan tuntutan dan dasar memilih pemimpin yang akan datang."

dilakukan beberapa hal sebelum 2014. *Pertama,* harus ada peninjauan secara menyeluruh dan mendasar dengan menggunakan semua sarana demokratis yang ada untuk meniadakan atau mencegah pembentukan atau pembaharuan undang-undang di bidang politik dan ketatanegaraan yang semata-mata berorientasi pada menjamin kelangsungan kekuasaan kekuatan politik yang ada. Berbagai undang-undang politik dan ketatanegaraan yang akan menjadi dasar penyelenggaraan negara setelah suksesi 2014 harus dalam perspektif pembaharuan dan komitmen mencapai tujuan bernegara. Bukan sekedar menghasilkan para penikmat-penikmat kekuasaan yang disertai segala bentuk penyalahgunaan kekuasaan. Perlu perubahan budaya politik dari sekedar mendapatkan segala privilege dan fasilitas kekuasaan menjadi satu kultur politik yang bertanggungjawab dan seperasaan dengan rakyat banyak.

Kedua; secara sungguh-sungguh membangun kesadaran rakyat untuk mempersoalkan secara terbuka platform mereka yang akan memimpin. Menjauhkan diri dari segala sogokan politik (*money politics*) dari para pencari kekuasaan yang tidak memiliki komitmen dan tanggung jawab mencapai tujuan bernegara. Hal-hal di atas dapat dicapai melalui pendewasaan demokrasi untuk seluruh rakyat.

Ketiga, kebangkitan kaum cendekiawan. Sejarah rakyat (bangsa) Indonesia tidak pernah lepas dari peran cendekiawan. Semua perang perlawanan terhadap kolonial dipelopori dan dijalankan kaum cendekiawan. Demikian pula di masa pergerakan. Pada saat ini para cendekiawan tetap dipanggil untuk mengisi kemerdekaan, yang disebutkan Bung Karno: “mewujudkan kesejahteraan dan keadilan”.

Bagi rakyat banyak, kemerdekaan baru sekedar penggantian yang memerintah (dari kolonial ke tangan bangsa sendiri). Kesejahteraan, kemakmuran, keadilan sosial masih tetap sekedar harapan dan cita-cita. Sekedar bertahan hidup mungkin mereka tidak berpeluh lagi. Semua peluhnya telah sirna dari tubuh mereka, karena terperas tiap hari. Selain mengemban komitmen historis dan wujud tanggung jawab keterpelajaran, kaum cendekiawan berutang kepada cendekiawan pendahulu yang menitipkan tanggung jawab mengisi kemerdekaan yaitu mewujudkan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, sebesar-besarnya untuk kemakmuran, dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat. Kaum cendekiawan bangkitlah menjadi pembela terdepan menghapus kepincangan dan ketidakadilan di depan kita.

Kelima; menanamkan secara sungguh-sungguh, bahwa DPR adalah badan pembentuk (pembuat) undang-undang. DPRD adalah badan pembentuk (pembuat) Peraturan Daerah. Tugas utama DPR adalah

membentuk undang-undang. Tugas utama DPRD adalah membentuk Peraturan Daerah. Tidak seperti sekarang. waktu anggota DPR lebih banyak dihabiskan atas nama pengawasan. Betapa penting rakyat tidak memilih kaum pajangan (vote getters) sekedar untuk meraih kursi, tetapi tidak memiliki kecakapan sebagai pembentuk undang-undang. Lebih memprihatinkan kalau kelak susunan keanggotaan DPR (DPRD) tidak pula memahami benar makna pengawasan dan hak anggaran dalam kaitan dengan pembagian wewenang (kekuasaan) eksekutif dan legislatif. Selain anggota DPR (DPRD) yang cinta bangsa, rakyat, dan tanah air, kita memerlukan anggota yang pandai merumuskan dalam undang-undang, anggaran, dan pengawasan untuk mencapai tujuan negara.

3. Utang budi dan tanda terima kasih pers

Pers telah sangat berjuang, bahkan berkorban, baik untuk dirinya sendiri (membela dan mempertahankan kebebasan) maupun untuk publik (pers sebagai sarana publik). Martir-martir pers didapati pada segala periode masa. Namun hingga hari ini, dari perspektif reformasi, perslah yang paling banyak menerima nikmat reformasi, bukan rakyat jelata yang menjadi sumber dasar pers sebagai sarana publik.

Reformasi bukan sekedar perubahan. Reformasi adalah sebuah komitmen dan cita-cita. Selain kemestian demokrasi, *rule of law*, penghormatan dan jaminan hak asasi manusia, kembali saya ingin menegaskan komitmen sosial pers untuk ikut membebaskan rakyat dari segala bentuk kemiskinan, keterbelakangan, kebodohan, bahkan dari berbagai bentuk penindasan merupakan satu kemestian.

Salah satu nikmat reformasi yang luar biasa yaitu pulihnya kebebasan. Bagi pers kebebasan itu adalah kebebasan atau kemerdekaan pers. Paling tidak, ada dua aspek utama kebebasan atau kemerdekaan pers. *Pertama,* kebebasan atau kemerdekaan berpendapat (termasuk kebebasan berbeda pendapat), kebebasan memperoleh, menyimpan, dan menyebarluaskan informasi. *Kedua,* kebebasan melakukan kontrol dan kritik.

Sebagai manifestasi kebebasan atau kemerdekaan tersebut, segala bentuk sensor (preventif dan represif), *breidel, licensing* dilarang. Negara atau pemerintah dilarang melakukan atau menetapkan sesuatu yang akan menyakiti atau mencederai kemerdekaan pers. Menjalankan usaha media tidak perlu izin (SIUPP). Kontrol dan kritik dilakukan dengan bebas. Satu-satunya pengendalian adalah kewajiban menjunjung kode etik pers atau pranata *self restraint* lainnya.

Apakah segala kebebasan itu sekedar untuk kebebasan (*freedom for the sake of freedom*)? Mestinya tidak! Sebagai pranata publik, pers tidak sekedar sebagai jendela informasi publik dan alat kontrol. *Ada fungsi yang tidak kalah penting yaitu memperjuangkan dan membela kepentingan publik baik dalam hubungan dengan penguasa maupun terhadap kekuatan sosial yang tidak bertanggung jawab atau sewenang-wenang.*

Bagaimana fungsi-fungsi tersebut dilihat *dari perspektif tahun 2014?* Telah dikemukakan, tahun 2014, bukan saja ada pemilihan anggota DPR, DPD, DPRD (mungkin orang-orangnya tidak berubah banyak). Tetapi yang paling utama, akan ada penggantian pemerintahan dari SBY kepada Presiden baru. Mengapa sangat penting? Karena jabatan kepresidenan menurut UUD 1945 adalah jabatan yang bertanggungjawab menjalankan pemerintahan. Presiden adalah *the real executive* bukan sekedar *nominal executive* (*Strong*).

Mendahului uraian ini, saya mengutip Richard Keeble, dengan terjemahan bebas sebagai berikut:

"Peran dasar wartawan atau pers adalah mewujudkan perdamaian dan saling pengertian, bekerja atas dasar kejujuran, senantiasa jernih, penuh kasih sayang, Pers atau wartawan siap menjadi penyambung lidah bagi mereka (rakyat) yang tidak memiliki kesempatan atau kekuatan bersuara, bagi kaum yang tidak berdaya, dan yang tertindas. Pers atau wartawan siap melawan segala bentuk arahan atau perintah yang mewajibkan untuk hanya mengikuti satu jalan (*stereotyping*), siap menentang segala bentuk penyelewengan dan kebodohan, dan senantiasa menghormati keragaman (*diversity*) dan perbedaan (*difference*)."

Akhirnya sudah semestinya pula pers mempersembahkan penghargaan terhadap pemerintah yang akan berganti. Penghormatan dan jaminan kebebasan pers merupakan prestasi yang wajib dikenang dan dihargai.

Selamat berjuang. Sampai bersua tahun 2014

***

Bagir Manan, Ketua Dewan Pers

Peran Ideal Media Pers dalam Pemilihan Presiden, Anggota Parlemen, dan Kepala Daerah:

Kembali ke Standar Jurnalisme Profesional dan Etika Pers

Atmakusumah

Kita menyadari bahwa masyarakat luas merupakan sasaran akhir bagi segala upaya dan tujuan pers dalam pencarian, pengolahan, penyiaran, dan penyebaran informasi, pendapat, dan kritik. Maka, demikian pula, kegiatan peliputan pemilihan umum oleh pers terutama sekali dimaksudkan demi kepentingan dan untuk membangun masyarakat yang "sarat-informasi" (*well-informed*).

Akan tetapi, hanyalah dalam iklim pers yang bebas, masyarakat dapat sepenuhnya memperoleh manfaat dari informasi yang disiarkan media massa, karena dalam iklim demikianlah mereka dapat menemukan alternatif-alternatif kebenaran. Alternatif-alternatif ini selanjutnya dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi masyarakat untuk menentukan sikap dan pilihan mereka. Baik itu menentukan sikap terhadap suatu isu serta program para politisi maupun pilihan terhadap para pemimpin mereka.

Perlunya alternatif-alternatif kebenaran ini lebih-lebih lagi dirasakan ketika masyarakat hendak menjatuhkan pilihan mereka dalam pemilihan umum. Inilah pentingnya bagi media pers untuk menyajikan selengkap mungkin konsep dan program partai-partai politik serta para pemimpinnya tentang pembangunan yang mereka rencanakan untuk negeri kita. Selain itu, penting pula menampilkan informasi tentang latar belakang karier para pemimpin itu selama ini agar masyarakat dapat menilai apakah mereka patut memimpin negeri ini selanjutnya.

Dengan demikian, peliputan oleh pers bukan sekadar menonjolkan karakter dan citra para pemimpin yang sedang mencalonkan diri untuk menjadi presiden dan wakil presiden atau anggota Dewan Perwakilan Rakyat dan

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah serta gubernur, bupati, dan wali kota.

Kebebasan pers, memang, merupakan basis atau fondasi bagi kehidupan masyarakat yang bebas—berdasarkan simpulan pendapat (premis) bahwa publik yang "sarat-informasi" dapat secara mandiri mengelola pemerintahannya sendiri.

Sebaliknya, dalam iklim pers tanpa kebebasan, yang tersebar hanyalah informasi tanpa mengandung banyak alternatif kebenaran. Bahkan sangat mungkin terjadi monopoli informasi oleh kekuatan-kekuatan politik yang berkuasa. Akibatnya, media massa hanya akan menjadi alat propaganda dari kekuatan-kekuatan politik itu.

Wartawan Memajukan Demokrasi

Jochen Raffelberg, konsultan media dari Jerman yang pernah lama bekerja untuk kantor berita Reuters, mengingatkan bahwa "Dalam pengertian fundamental, kontrol terhadap alat-alat penyaluran informasi untuk masyarakat merupakan landasan bagi kekuatan politik."

Pers lahir ke dunia karena cita-cita ingin membebaskan manusia dari keterbatasan, bahkan kegelapan, informasi dan kesempitan pikiran. Cita-cita itu hanya dapat dikembangkan sepenuhnya dalam alam demokrasi. Oleh karena itu, dalam kata-kata Raffelberg, yang beberapa tahun yang lalu berkunjung ke Indonesia, "wartawan ... mempunyai misi demokratis; mereka memajukan demokrasi."

Bagaimana pers dapat menjalankan tugasnya yang bermanfaat bagi pencerahan pikiran masyarakat luas dalam kegiatan meliput pemilihan umum? Raffelberg menyarankan **tiga etika** yang perlu dipegang teguh oleh para wartawan, yaitu:

- **Otonomi:** Secara moral wartawan merupakan pihak-pihak otonom yang putusan-putusannya didasarkan pada pertimbangan rasional, bernas dengan informasi, tidak memihak, dan bukan karena paksaan. Putusannya objektif dan bebas dari pengaruh yang tidak patut.

  Wartawan jangan terlalu bergantung pada satu narasumber informasi yang tunggal (seperti: kalangan *lobby* dan kelompok kepentingan khusus) dan jangan berutang budi kepada narasumber. Pisahkan hubungan pribadi dari hubungan profesional.

"Dalam pengertian fundamental, kontrol terhadap alat-alat penyaluran informasi untuk masyarakat merupakan landasan bagi kekuatan politik."

- Jochen Raffelberg

Dengarkan dengan cermat semua pihak dan cerminkan keterangan mereka dalam tulisan. Jauhkan diri Anda dari kepentingan bisnis atau kepentingan ekonomi perusahaan pemilik media massa Anda sendiri.

- **Dapat dimintai tanggung jawab** (*accountability*): Wartawan dapat dimintai tanggung jawabnya dan responsif terhadap keperluan serta kepentingan para pemilih. Pada waktu yang bersamaan, wartawan memberi penerangan dan pendidikan kepada para pemilih tentang apa yang mungkin dapat dicapai.

  Wartawan hendaknya berpikiran terbuka. Jangan memberikan informasi atau saran yang sempit atau berpihak.

  Prinsip *accountability* (tanggung jawab) menunjukkan bahwa wartawan memiliki kewajiban untuk menggunakan sumber informasi sedemikian rupa agar para pembaca, pendengar, dan penonton memperoleh informasi dan pemahaman yang dibutuhkannya supaya mereka dapat melaksanakan kewajibannya sebagai warga demokratis yang bertanggung jawab.

- **Tanggung jawab:** Wartawan hendaknya bertindak dengan cara yang dapat membantu memelihara dan memperbaiki sistem perwakilan dan proses pembuatan undang-undang.

  Dan, wartawan jangan korup!

Media Pers (yang Ideal) (Dibedakan dari Media Bukan-Pers)

Media pers, yang kita bedakan dari media bukan-pers, 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** sebagai bagian yang dominan atau bagian yang penting.

Media pers—tentu saja yang kita idealkan—perlu memenuhi sedikitnya lima persyaratan berikut:

1. Mempublikasikan atau menyiarkan karya jurnalistik untuk kepentingan umum.
2. Berpendirian independen.
3. Tidak bersikap partisan.
4. Tidak menjadi corong kekuatan atau kekuasaan kelompok tertentu, seperti kekuatan atau kekuasaan politik, ekonomi, dan lain-lain.
5. Mengikuti standar jurnalisme profesional dan menaati kode etik jurnalistik, yaitu bahwa:
   a. Laporan pers hendaknya akurat dan faktual;
   b. Laporan pers hendaknya objektif, yang berarti:
      - berimbang;
      - *fair* (adil);

- tidak bias;
- tidak diskriminatif—ketika meliput berbagai perbedaan seperti dalam ras, suku, agama, gender, bahasa; dan
- tidak berprasangka.

Pers Independen Lebih Dipercaya Publik

Sebelum mantan presiden Irak, Saddam Hussein, tertangkap dari "lubang tikus" di Ad Dawr, sebelah tenggara Tikrit, pada 13 Desember 2003 malam, Pentagon (Departemen Pertahanan Amerika Serikat) sudah lama memikirkan cara mengumumkan peristiwa itu kepada publik yang efeknya paling kuat sehingga dampak psikologisnya juga besar. Pilihan mereka adalah menggunakan video—yang membuktikan bahwa Saddam Hussein sudah tertangkap—yang diperlihatkan dalam konferensi pers di Bagdad.

Di dunia Arab, video sangat penting karena publik Arab cenderung tidak mempercayai media massa, sebab pers di negara-negara Arab diatur oleh pemerintah sehingga **tidak independen**. Publik Arab sangat mempercayai video, lebih-lebih lagi jika disiarkan oleh media seperti Al-Jazeera dan Al-Arabiya, stasiun siaran televisi satelit **independen** yang berbasis di Qatar dan Dubai. ("Pemunculan Berita Penangkapan Saddam Dirancang Cermat"; Nurkhoiri, *Koran Tempo*, 17 Desember 2003, halaman 9; mengutip AFP, *The New York Times*).

Pelajaran bagi Pers: Harus Bersih dan Profesional

Perlakuan pemerintah Perdana Menteri Thaksin terhadap *The Nation*, harian berbahasa Inggris yang kritis di Bangkok, dan terhadap pemiliknya, Sutichai Yoon, telah mengusik (*harass*) perusahaan pers tersebut berdasarkan peraturan anti-pencucian uang (*money-laundering ordinance*). Pemeriksaan dengan menggunakan peraturan yang sama juga dilakukan terhadap pemimpin umum dan pemimpin redaksi surat kabar tersebut.

Demikian menurut pengamatan Lin Neuman dari The Committee to Protect Journalists (CPJ) yang berkantor pusat di New York. Ia menceritakan pengamatannya itu pada lokakarya Southeast Asia Press Alliance (SEAPA) di Jimbaran, Kuta, Bali, pada 23 Januari 2003. (Lin

"Perusahaan pers harus bersih dan wartawan juga harus bersih dan profesional."

- Lin Neuman

Neuman sekarang menjadi penasihat pimpinan harian *The Jakarta Globe*).

Menurut pendapatnya, tindakan pemerintah Thailand terhadap surat kabar seperti *The Nation* mengandung "pesan" berupa peringatan terhadap media pers yang kritis, dan juga merupakan pelajaran, bahwa:

- **perusahaan pers harus bersih**; dan
- **wartawan juga harus bersih dan profesional**.

Praktik Peliputan dan Penyajian Karya Jurnalistik

Untuk memenuhi persyaratan bagi praktik peliputan dan penyajian karya jurnalistik yang bertanggung jawab, sebagaimana tercermin dalam berbagai saran serta pengamatan itu tadi, pengelola media pers perlu selalu berpedoman pada standar jurnalisme profesional dan kode etik jurnalistik. Keduanya bersifat universal dan bagaikan saudara kembar yang berasal dari satu telur. Keduanya menekankan bahwa media pers dan wartawan haruslah, umpamanya:

1. Memperhatikan persyaratan penyajian karya jurnalistik, seperti objektivitas, *fairness* (keadilan), keberimbangan, dan ketidak-biasan.
2. Cermat dalam hal akurasi bagi penyampaian fakta-fakta laporannya.
3. Menghargai kehidupan pribadi atau *privacy,* sepanjang tingkahlaku dan perbuatan seseorang tidak mengganggu atau merugikan kepentingan umum.
4. Tidak berprasangka atau bersikap diskriminatif terhadap perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa.
5. Menghormati hak-hak asasi manusia, termasuk kebebasan pers selain kebebasan masyarakat untuk berekspresi dan menyatakan pendapat serta untuk memperoleh informasi.
6. Tidak terbujuk oleh iming-iming narasumber yang hendak memberi "uang suap" atau "uang amplop" sehingga sajian karya jurnalistiknya tidak objektif dan tidak profesional.
7. Bahkan perlu sekuat tenaga menolak tekanan dari pihak luar berupa paksaan atau teror.

Mendengarkan Semua Pihak

Untuk dapat menyajikan kebenaran, para wartawan dianjurkan agar bersedia mendengarkan dengan cermat semua pihak dan mencerminkan keterangan mereka dalam media pers. Para wartawan malahan dianjurkan agar menjauhkan diri dari kepentingan bisnis atau kepentingan ekonomi perusahaan pemilik media massanya sendiri. Selain itu, diingatkan pula:

1. Agar selalu diingat bahwa pers atau wartawan pun bisa salah.
2. Subjek berita yang diberitakan

tidak menyenangkan (apalagi bisa merugikan) merasa langit seolah-olah sudah runtuh—dan dunia akan kiamat.

3. Banyak tokoh publik—baik pejabat negara maupun kalangan swasta, terutama yang dianggap "*untouchable*"—merasa tidak boleh diberitakan secara tidak menyenangkan.
4. Sebelum memuat atau menyiarkan berita yang dipandang penting bagi publik, hendaknya dipertanyakan pada diri sendiri—atau dibicarakan bersama rekan-rekan sejawat, apakah berita itu mengandung kepentingan umum?
5. Untuk berita yang bisa menimbulkan kontroversi dan tuduhan fitnah, sebaiknya berdasarkan lebih dari satu narasumber—sebagai koroborasi (*corroboration*) atau pencocokan—agar pengelola media pers dan publik memiliki keyakinan yang kuat akan kebenaran laporan itu.
6. Sebaiknya digunakan sebanyak mungkin narasumber yang namanya disebutkan dengan jelas—atau sesedikit mungkin narasumber anonim, konfidensial, atau rahasia—untuk mempermudah pertanggungjawaban akurasi berita.
7. Apabila menggunakan narasumber anonim, konfidensial, atau rahasia—apakah narasumber itu kredibel karena memiliki otoritas dan kompetensi dalam bidang yang menjadi bahan pemberitaan.
8. Media pers yang memiliki jaringan pemberitaan yang luas, lebih-lebih lagi, sangat perlu bertindak cermat dalam memastikan akurasi laporannya karena kesalahan pemberitaan dapat tersebar dengan lebih luas. (Seperti: *Jawa Pos* News Network, Pers Daerah Kelompok K*ompas*, Grup *Media Indonesia, Tempo* News Room).
9. Untuk mengekspresikan pandangan atau sikap redaksional tertentu, baik dalam rubrik opini maupun dalam pemberitaan, tidak harus berarti menggunakan bahasa yang "kasar". Bahasa bernada "keras" dapat lebih efektif dalam komunikasi jurnalistik daripada bahasa bernuansa kasar. Perbedaan antara "bahasa kasar" dan "bahasa keras", memang, dapat sangat tipis. Namun, wartawan yang berpengalaman tidak akan terlampau sulit membedakannya.
10. Pencantuman hanya inisial nama subjek berita dapat menyulitkan

pencarian, penelusuran, atau pemuatan klarifikasi pihak-pihak yang dilibatkan dalam pemberitaan kontroversial atau mengandung tuduhan yang dapat merugikan atau mencemarkan nama baik subjek berita.

11. Ada kemungkinan fokus berita (dalam teras, *lead,* atau *intro*) berubah atau perlu diubah setelah didapat klarifikasi dari subjek berita atau narasumber.
12. Jangan terjebak oleh isu-isu provokatif mengenai suku, ras, agama—atau apa pun yang bisa mengarah pada pandangan diskriminatif dan berprasangka—kecuali bila dilaporkan secara mendalam, kritis, analitis, dan berimbang.

Dua Tantangan: Independensi dan "Budaya Amplop"

Dalam menghadapi setiap peristiwa pemilihan umum—untuk memilih para pemimpin politik—seperti dalam pemilihan presiden dan anggota parlemen, atau lebih-lebih lagi dalam pemilihan langsung kepala daerah, media pers—khususnya di Indonesia—akan selalu dihadapkan pada sedikitnya dua tantangan penting.

Pertama: Dapatkah pers, terutama di daerah, **tidak terbawa arus sentimen etnis dan agama** sehingga tidak mendorong pers dan wartawan untuk melanggar asas objektivitas dan independensi pada standar jurnalisme profesional dan kode etik jurnalistik?

Kedua: Dapatkah pers dan wartawan **tidak terbujuk oleh iming-iming keuntungan komersial** dan **tidak terbawa arus "budaya amplop"** sebagai kompensasi bagi dukungan politik dari media pers?

***

Bagaimana Memberitakan Kajian Lembaga Survei tentang Calon Pemimpin Negara

Dalam tulisan tentang "Peran Ideal Media Pers dalam Pemilihan Presiden, Anggota Parlemen, dan Kepala Daerah" telah dijelaskan bahwa adalah penting bagi media pers untuk menyajikan selengkap mungkin konsep dan program partai-partai politik serta para pemimpinnya tentang pembangunan yang mereka rencanakan untuk negeri kita. Selain itu, penting pula menampilkan informasi tentang latar belakang karier para pemimpin itu selama ini agar masyarakat dapat menilai apakah mereka patut memimpin negeri ini selanjutnya.

Dengan demikian, peliputan oleh pers bukan sekadar menonjolkan karakter dan citra para pemimpin yang sedang mencalonkan diri untuk menjadi presiden dan wakil presiden atau anggota Dewan Perwakilan Rakyat dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah serta gubernur, bupati, dan wali kota. Melainkan, peliputan itu terutama sekali menampilkan kemampuan sebagai pengelola tata pemerintahan yang maju dan demokratis, yang hendaknya tercermin dalam perjalanan karier mereka serta dalam konsep dan program pemerintahan yang mereka rancang.

Sepanjang yang dapat kita amati selama ini, hasil penelitian lembaga-lembaga survei pemilihan umum di Indonesia hanya terpusat pada citra dan karakter para calon pemimpin politik. Dengan kata lain, para responden survei itu tampaknya hanya mendasarkan pilihan mereka pada popularitas tokoh-tokoh tersebut. Popularitas yang dimaksudkan tidak harus berarti karena keberhasilan karya-karya pembangunan berdasarkan konsep mereka, melainkan karena seringnya mereka tampil dalam berbagai kampanye politik atau sebagai narasumber pemberitaan pers dan muncul dalam iklan media massa.

Bila pers memang memiliki posisi yang demikian dominan dalam menciptakan citra para pemimpin, maka menjadi kewajiban pers pula untuk memberikan gambaran yang jelas dan lengkap mengenai tokoh-tokoh tersebut. Dengan demikian, publik tidak akan memperoleh kesan dan penafsiran yang keliru tentang sosok dan pendirian politik mereka. Dengan mendapat bekal informasi yang benar dari pers, kita berharap bahwa publik yang "sarat

informasi *(well-informed)"* akan memberikan pilihan yang tepat ketika menjadi responden lembaga survei dalam penelitian mengenai pemilihan umum.

Lembaga Survei Perlu Diteliti

Publikasi hasil penelitian lembaga survei mengenai para calon pemimpin negara yang akan bertarung dalam pemilihan umum sebenarnya lebih bermanfaat bagi para petarung itu daripada untuk publik. Hasil penelitian ini bisa memberikan indikasi tentang seberapa jauh popularitas mereka di kalangan masyarakat. Akan tetapi, publik—setidaknya sebagian, yang sudah menetapkan pilihannya sendiri—hanya menganggap pemberitaan hasil penelitian itu sebagai semacam hiburan untuk meramaikan suasana.

Walaupun demikian, pers lazimnya tidak akan menghindar dari penyiaran pemberitaan tentang hasil penelitian lembaga-lembaga survei, siapa pun yang menjadi pilihan dalam survei itu. Walaupun demikian, pers tetap perlu meneliti kredibilitas lembaga-lembaga ini dengan mengamati pengalaman dan para pengelola lembaga tersebut.

Penting bagi pers untuk memastikan bahwa lembaga survei yang hasil penelitiannya dipublikasikan tidak memiliki tujuan khusus untuk kepentingan partai politik atau para pemimpin politik tertentu. Tujuannya hanyalah untuk memperkaya informasi yang mungkin diperlukan oleh para pemilih. Oleh karena itu, perlu pula diamati, siapa sponsor penelitian tersebut bila pembiayaannya menggunakan dana sponsor.

Penting pula bagi pers untuk mengetahui metode penelitian yang dilakukan oleh lembaga survei tersebut. Juga perlu diamati keanekaragaman kelompok-kelompok masyarakat yang menjadi responden dan seberapa luas wilayah tempat tinggal mereka.

***

Atmakusumah Astraatmadja, pengamat pers, pengajar Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS), anggota Dewan Penyantun Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers), pembina media radio Voice of Human Rights (VHR). Mantan ketua Dewan Pers pada masa Reformasi, direktur eksekutif LPDS, redaktur pelaksana harian *Indonesia Raya*.

Liputan Pemilu dalam Era Baru Media

* Mempertimbangkan Audiens

Winarto

Setelah resmi menjadi Gubernur DKI Jakarta, Jokowi menempati rumah dinasnya di Jalan Taman Suropati, Jakarta Pusat. Sebelumnya ia sempat mengusung beberapa barang miliknya dari Solo, Jawa Tengah, untuk ditempatkan di rumah dinasnya. Salah satu barang yang diusung yaitu tempat tidur kayu kesayangannya. Rupanya Jokowi tidak mau pisah dari tempat tidur yang merupakan hasil karyanya sendiri itu. Maklum, sebelum menjadi Walikota Solo, kemudian Gubernur DKI Jakarta, Jokowi adalah pengusaha mebel. Saat ini ia memiliki dua perusahaan eksportir mebel di Solo.

"Memang sudah jelek sih, tapi kalau pakai itu saya bisa tidur nyenyak. Itu buatan saya sendiri. Kan saya tukang kayu," ungkap Jokowi.

Kisah Jokowi mengusung tempat tidur kesayangannya itu ditulis oleh wartawan portal berita *detik.com* tanggal 14 Oktober 2012. Ternyata, tulisan yang tergolong sebagai berita ringan (dan sangat singkat) itu mampu menarik perhatian pembaca dan memperoleh banyak komentar. Tercatat ada 53 komentar terhadap berita tersebut. Jumlah komentator mungkin bisa lebih banyak bila setiap pengunjung langsung bisa mengirimkan komentarnya tanpa harus mendaftar dulu sebagai "pengunjung terdaftar" (*registered visitor*).

Yang menarik di sini adalah bahwa para pembaca tidak hanya mengomentari isi berita, tapi juga mengkritisi institusi media yang dalam hal ini adalah *detik.com*. Menyangkut isi berita sebagian besar komentator menyampaikan tanggapan positif terhadap Jokowi. Mereka menilai tindakan Jokowi menggunakan tempat tidur sendiri, tidak mau memakai yang baru, sebagai contoh sikap pemimpin yang sederhana dan rendah hati. Sedangkan mengenai institusi media, ada beberapa pengunjung yang secara implisit menganggap *detik.com* tidak mempunyai *news judgement* yang baik. "Hal seperti itu

saja kok diberitakan sih. Apa nggak ada hal lain yang lebih penting?" demikian tulis salah seorang pengunjung situs berita ini.

Tentu *detik.com* memiliki pertimbangan tersendiri mengunggah berita tersebut. Jokowi adalah sosok fenomenal yang setiap gerak geriknya selalu menarik perhatian publik. Berita tentang Jokowi, meski menyangkut hal-hal sepele, tetap dianggap perlu ditulis.

Di sini tidak akan dibahas lebih jauh soal *news judgement* tersebut. Dengan mengetengahkan kasus pemberitaan di *detik.com* tersebut tulisan ini ingin menunjukkan bahwa jurnalisme dewasa ini tak lagi sama dengan jurnalisme pada sekitar limabelas-duapuluh tahun lalu. Jurnalisme dewasa ini adalah jurnalisme yang dimediasi oleh jaringan komputer (internet) yang bersifat interaktif. Salah satu yang mencolok adalah muncul dan semakin kuatnya keberadaan audiens yang tak lagi diam sebagai objek pasif yang hanya menerima apapun pesan atau informasi dari media, melainkan sebagai subjek yang aktif dalam ikut membingkai pesan dari media atau bahkan memproduksi sendiri pesan dan mendistribusikan langsung ke sesama khalayak.

Dalam contoh kasus di atas audiens tidak sekadar menerima informasi yang disampaikan media secara *taken for granted* atau sebagaimana adanya. Mereka melalui komentar yang disampaikan turut memberi konteks dan dengan demikian membangun bingkai (*frame*) tertentu berkaitan dengan konten berita tersebut. Mereka tidak bisa dengan mudah digiring masuk dalam *agenda setting* media. Bahkan mereka juga mengkritisi institusi media dan ini berarti mereka berusaha masuk – meskipun secara tidak langsung – ke dalam proses produksi informasi atau berita. Pada kasus-kasus lain yang akan dibahas nanti kita melihat bahwa audiens bukan hanya sebagai konsumen, melainkan sekaligus juga bisa menjadi produsen dengan kemampuan penuh memproduksi informasi dan mendistribusikannya kepada publik.

"Jurnalisme dewasa ini tak lagi sama dengan jurnalisme pada sekitar limabelas-duapuluh tahun lalu. Jurnalisme dewasa ini adalah jurnalisme yang dimediasi oleh jaringan komputer (internet) yang bersifat interaktif."

Perubahan Relasi Media dengan Audiens

Teknologi internet yang kemudian melahirkan *citizen journalism* (jurnalis-

me oleh warga) merubah pola hubungan antara media, jurnalis dan audiens. Dalam media konvensional–cetak, radio dan tv–audiens adalah objek pasif. Audiens hanya menerima limpahan informasi dari media. Meskipun sejumlah teori mengungkapkan adanya kebebasan audiens untuk memilih (institusi) media mana dan konten apa yang dikonsumsi, tetap saja kebebasan mereka berada dalam kerangka (*frame*) dan *agenda setting* institusi media sebagai produsen informasi, karena dalam hal ini audiens tetap saja sebagai konsumen.

Dalam paradigma yang mendasari era media konvensional, jurnalis adalah penentu agenda publik, pendefinisi apa yang seharusnya dibaca atau ditonton oleh publik dan karenanya berperan besar dalam mengarahkan opini publik. Jurnalis adalah penjaga gerbang 'ruang publik' (*public sphere*). Namun, Hanna Nikkanen menegaskan, *public sphere* kini tidak lagi memiliki gerbang atau tembok pembatas. Dewasa ini diperkirakan ada dua milyar pengguna internet di dunia yang bisa mempublikasikan pesan atau informasi tanpa meyakinkan pada jurnalis 'si penjaga gerbang' tentang penting dan urgensinya pesan atau informasi tersebut. Mereka tidak lagi sebagai audiens yang pasif dari media profesional dan konvensional, tetapi sebagai audiens yang aktif dan sekaligus sebagai produsen pesan melalui kegiatan *citizen journalism*.

Kegiatan jurnalisme oleh warga atau *citizen journalism* yang semakin meluas dirasakan mulai menjadi pesaing bagi para jurnalis profesional yang bekerja di perusahaan-perusahaan media. Sejauh ini situs-situs yang mengunggah buah karya jurnalis non-profesional atau warga-pewarta (*citizen journalist*) itu memang belum sepenuhnya bisa menggantikan karya para jurnalis profesional, tetapi setidak-tidaknya bisa menjadi alternatif atau pembanding terhadap isi media buah karya para jurnalis profesional. Bahkan dalam kasus-kasus tertentu informasi yang diunggah oleh warga-pewarta lebih mampu menyedot perhatian publik dan menjadi rujukan bagi jurnalis profesional. Ini terjadi ketika publik menilai media profesional tidak mampu memenuhi rasa ingin tahu mereka.

Karena beberapa keterbatasan yang dimiliki, media profesional tidak selalu bisa memenuhi rasa ingin tahu audiens. Misalnya keterbatasan teknis berupa kekurangan jumlah personel (tim liputan) dan peralatan, lokasi geografis sumber informasi yang jauh dari jangkauan awak media, atau ketiadaaan anggaran untuk melakukan peliputan. Selain itu media profesional juga menghadapi persoalan yang bersumber pada kepentingan institusi media, hubungan pemilik media dengan kalangan birokrasi, tokoh politik, dan lembaga-lembaga bisnis tertentu.

Ketika lembaga-lembaga media profesional menghadapi jalan buntu seperti itu, publik akan melirik informasi yang bertebaran di ruang publik internet, khususnya yang diunggah oleh para pelaku *citizen journalism*.

Dalam kasus-kasus ketika terjadi bencana alam atau kecelakaan besar jurnalis profesional sering harus berlomba dengan warga dalam menyampaikan informasi ke khalayak. Tak jarang media dan para jurnalis profesional kalah cepat, karena dengan perangkat kamera pada telepon seluler warga bisa mengambil gambar–bukan hanya foto tapi juga video–dan menyebarkannya melalui jaringan internet sebelum awak media profesional sampai di lokasi kejadian. Dalam kasus seperti ini warga adalah mereka yang secara kebetulan berada di lokasi kejadian, sebagai saksi langsung atau mungkin korban yang selamat dalam peristiwa tersebut.

Bagi media profesional informasi dari warga yang secara kebetulan terlibat dalam suatu kejadian tersebut masih agak mudah diakomodasi. Media profesional bisa membeli informasi dari warga tersebut kemudian mempublikasikannya melalui saluran media mereka. Tentu saja para awak media profesional itu lebih jauh perlu mengkonfirmasi atau memverifikasi informasi dari warga ke pihak-pihak yang berkompeten. Langkah demikian merupakan langkah taktis dan elegan dalam mengatasi keterbatasan mereka untuk memperoleh sumber informasi paling awal dan mempublikasikan secara cepat. Tetapi masalahnya, warga tidak selalu bersedia menjual atau memberikan informasi mereka ke media profesional. Karena alasan tertentu mereka lebih suka menyebarkan langsung ke jaringan internet melalui sarana yang mereka miliki: *blog* dan media sosial seperti *facebook*, *youtube* atau *twitter*.

Beberapa waktu lalu para pengguna internet di tanah air dihebohkan oleh tayangan video yang diungah di *youtube* tentang seorang polisi lalu lintas di Bali yang terang-terangan meminta uang kepada seorang pelanggar lalu lintas. Tayangan video tersebut juga disiarkan oleh beberapa stasiun tv nasional dan ditulis oleh sejumlah surat kabar sebagai berita, sehingga memancing tanggapan otoritas resmi kepolisian.

Dalam kasus lain, berkaitan dengan perkara politik terutama ketika media-media profesional dan konvensional (cetak, radio, tv) telah terkooptasi oleh kepentingan politik penguasa ataupun partai politik tertentu, warga bergerilya mengunggah informasi yang penting untuk diketahui publik melalui internet.

Kasus paling mencolok dan mutakhir yaitu aktivitas *citizen journalism* yang berlangsung di Mesir yang berhasil membangun kesadaran kritis warga terhadap represi kekuasaan negara.

Melalui blog dan media sosial warga mengirim informasi tentang tindak kekerasan aparat militer dan tindakan represif lain yang tidak bisa dipublikasikan melalui media profesional dan konvensional. Kalangan pengamat meyakini, para *bloger* dan *citizen journalist* mempunyai andil besar dalam "Revolusi Mesir" yang berhasil menumbangkan rezim otoriter Hosni Mubarak pada tahun 2011. Dalam kasus ini media sosial dan blog telah memainkan peran sebagai pilar ke-empat demokrasi yang selama ini diemban oleh media-media konvensional. Media sosial dan blog mengambil alih peran tersebut ketika media konvensional dan profesional menghadapi jalan buntu saat berhadapan dengan kekuasaan otoritarian yang kuat.

Internet dan Demokratisasi

Maraknya peran *citizen journalism* dalam wujud blog dan media sosial sebagai sarana demokratisasi juga berlangsung di berbagai negara dengan intensitas dan besaran berbeda-beda. Di negara-negara yang kehidupan demokrasinya relatif mapan, blog dan media sosial semakin menguatkan nilai-nilai demokrasi dengan membuka ruang lebih luas bagi semua unsur masyarakat untuk terlibat dalam proses-proses politik seperti pemilu dan pengambilan keputusan kebijakan-kebijakan publik strategis. Kekuatan dari media internet adalah sifatnya yang interaktif dan mengatasi masalah keterbatasan ruang dan waktu.

> "Era internet sebagai *second media age* yang dibedakan dari era sebelumnya yaitu *firts media age* yang didominasi oleh media penyiaran (*broadcast*).
>
> - David Holmes

David Holmes (2012) menyebut era internet sebagai *second media age* yang dibedakan dari era sebelumnya yaitu *firts media age* yang didominasi oleh media penyiaran (*broadcast*). Pada abad ke-20 perkembangan media penyiaran ditandai dengan kontrol oleh negara dan korporasi-korporasi bisnis. Internet dipandang mewakili medium teknis yang tak terbatas untuk pemulihan *public sphere*. Berbeda dari media penyiaran yang bersifat terpusat yaitu dari sedikit sumber ke banyak penerima dan satu arah, internet bersifat tersebar yakni dari banyak sumber ke banyak penerima dan dua bahkan banyak arah (interaktif). Selain itu, konstituen media penyiaran dikonstruksi sebagai *massa*, sementara dalam internet setiap peserta masih bisa mempertahankan individualitasnya.

Douglas Kellner (2002) lebih tegas menyatakan bahwa internet merupakan teknologi yang secara potensial sangat demokratis. Melalu jaringan internet, siapapun yang memiliki akses terhadap teknologi ini bisa terlibat dalam buletin-buletin komunitas, website, situs-situs konferensi, ruang obrolan (*chat rooms*), yang memungkinkan berlangsungnya komunikasi secara interaktif. Saat ini cukup banyak situs-situs yang menyelenggarakan ruang diskusi tentang berbagai masalah sosial dan politik yang memberi akses bagi pengguna internet untuk terlibat. Demokrasi di jagat maya (*cyber democracy*) ini membangun suatu bentuk baru interaksi dan dialog publik dan memperluas konsepsi kita tentang demokrasi.

Kellner mengungkapkan, ruang publik baru dari jagat maya ini memang tidak bisa menggantikan debat dan diskusi langsung tatap-muka, namun bisa mempengaruhi pengambilan keputusan secara signifikan. Sukses Barack Obama dalam pemilihan Presiden AS, misalnya, tak lepas dari peran para pendukungnya yang menyebarkan pidato-pidatonya yang memang menarik ke jaringan internet.

Di Indonesia kita juga melihat kasus serupa dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta yang akhirnya memenangkan pasangan Jokowi-Ahok. Kemenangan pasangan ini juga tidak lepas dari dukungan publik dalam dunia maya yang mampu membangun kesadaran kritis warga dalam memilih gubernur. Para pendukung Jokowi-Ahok melalui jaringan internet berhasil mencitrakan pasangan ini sebagai pemimpin yang bersih dan merakyat selain berprestasi. Namun dalam kasus ini harus diakui pula peran media konvensional yang cukup memberi ruang bagi pasangan Jokowi-Ahok dalam pemberitaan mereka.

Liputan Pemilu dan Harapan Audiens

Sampai di sini kita melihat bahwa internet sebagai bentuk baru media

"Internet merupakan teknologi yang secara potensial sangat demokratis. Melalu jaringan internet, siapapun yang memiliki akses terhadap teknologi ini bisa terlibat dalam buletin-buletin komunitas, website, situs-situs konferensi, ruang obrolan (*chat rooms*), yang memungkinkan berlangsungnya komunikasi secara interaktif.

- Douglas Kellner

membuka ruang lebih luas bagi setiap warga untuk terlibat dalam proses produksi informasi atau pesan. Warga adalah konsumen sekaligus produsen. Sebagai konsumen mereka memiliki kebebasan untuk memilih informasi apa yang akan dikonsumsi dan menentukan apakah mau menerima begitu saja informasi tersebut, mengkritisinya, atau bahkan menolaknya sama sekali untuk kemudian memutuskan mencari sumber informasi lain. Mereka adalah khalayak yang aktif dan kritis, yang mampu membaca *agenda setting* media profesional dan karenanya tidak mudah didikte oleh kerangka (*frame*) media profesional. Sebagai produsen mereka bisa mengunggah informasi alternatif dari yang disampaikan oleh media profesional dan konvensional.

Di tengah perubahan pola hubungan antara media dengan audiens di mana media tidak lagi bisa memonopoli sebagai pendefinisi 'kepentingan publik' dan kinerjanya senantiasa berada dalam pengawasan publik (khalayak yang aktif dan kritis), maka menarik mempertanyakan bagaimana (seharusnya) media dan jurnalis profesional menempatkan diri mereka agar tetap eksis dan mampu menarik perhatian khalayak. Dalam era internet seperti saat ini media profesional harus benar-benar mempertimbangkan kepentingan khalayak jauh lebih besar dibanding pada era sebelumnya di mana media masih mudah mendikte khalayak melalui *agenda setting* mereka. Pertimbangan ini perlu diambil bila mereka tidak ingin ditinggalkan khalayak.

Terkait dengan topik tulisan ini yaitu mengenai Pemilu, pertanyaan yang penting di sini adalah bagaimana seharusnya media dan jurnalis profesional menyajikan berita-berita Pemilu agar memenuhi kebutuhan khalayak. Apa yang sebenarnya diharapkan khalayak terhadap media dalam meliput Pemilu? Selama ini bagaimana persepsi mereka terhadap media dalam peliputan Pemilu?

Dalam upaya menjawab beberapa pertanyaan di atas penulis mencoba melakukan 'survei' kecil-kecilan yaitu dengan menyebarkan questioner kepada para pengguna *facebook*. Questioner berisi lima pertanyaan itu penulis sebarkan kepada 25 responden yang merupakan teman virtual penulis dalam *facebook*. Mereka memiliki beragam latar belakang profesi antara lain penulis, dosen, guru, pegawai negeri, pengusaha dan karyawan swasta. Selain itu juga ada wartawan dan mantan wartawan, serta beberapa yang pernah bekerja di media tetapi bukan sebagai wartawan. Sedangkan tingkat pendidikan rata-rata mereka adalah sarjana (S1), sebagian S2 dan S3.

Pertanyaannya menyangkut persepsi mereka terhadap media konvensional – cetak, radio dan tv – dalam peliputan Pemilu/Pilkada/Pilpres dan harapan mereka terhadap media

dalam peliputan Pemilu/Pilkada/Pilpres.

Menyangkut persepsi mereka terhadap media pada umumnya – koran, radio dan tv – dalam peliputan Pilkada diajukan 2 (dua) pertanyaan. Pertama, yaitu apakah selama ini mereka merasa mendapatkan informasi yang cukup dari media dalam pemberitaan Pilkada guna menentukan pilihan mereka – termasuk apabila mereka memutuskan tidak memilih dalam Pilkada tersebut. Terhadap pertanyaan ini sebanyak 48 persen (12 responden) menjawab **Ya**, artinya mereka merasa mendapat informasi yang cukup dari media sebagai referensi dalam memutuskan pilihan dalam Pilkada. Sedangkan yang menjawab **Tidak** juga sebanyak 48 persen (12 responden), dan 4 persen (1 responden) menjawab **Tidak Tahu**.

Pertanyaan kedua yaitu apakah mereka berpendapat bahwa berita-berita politik tentang Pilkada di beberapa daerah (DKI, Jabar, Jateng, dll) di media umum – koran, radio dan tv – selama ini cukup jujur dan adil bagi para kontestan. Terhadap pertanyaan ini 36 persen menjawab **Ya**, 28 persen menjawab **Tidak**, dan 36 persen menjawab **Tidak Tahu**.

Dari jawaban terhadap kedua pertanyaan tersebut kita bisa mengatakan bahwa meskipun mengaku mendapat informasi yang cukup dari media dalam liputan Pilkada, para responden meragukan kejujuran media dalam menyampaikan informasi tersebut. Terbukti hanya 36 persen yang melihat pemberitaan media jujur dan adil bagi para kontestan. Sedangkan 28 persen responden menilai pemberitaan media tidak jujur dan tidak adil bagi para kontestan. Artinya secara implisit mereka menilai bahwa media memiliki agenda tertentu dalam memberitakan Pilkada, sehingga meskipun laporan mereka terkesan lengkap (secara teknik jurnalistik) sebenarnya memuat misi tertentu yang lebih didasari oleh kepentingan media sendiri.

Dalam realitas setiap institusi media melakukan *framing* terhadap informasi yang disampaikan ke publik. *Framing* yaitu pemilahan informasi didasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk disampaikan ke publik. Proses *framing* oleh media bisa dilakukan sejak jurnalis menentukan *angle* (sudut pandang) berita, memilih narasumber, dan merancang pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. *Framing* juga terjadi pada proses editing oleh editor (redaksi) terhadap hasil liputan atau laporan reporter. Secara ideal, *framing* oleh media dilakukan dengan mempertimbangkan terutama kepentingan publik, bukan (semata-mata) didasarkan pada kepentingan institusi media yang bersangkutan.

Pada era internet di mana sumber-sumber informasi bertebaran di jagat maya, khalayak akan dengan mudah membaca agenda tersembunyi yang dimiliki institusi media dalam

"Keraguan responden terhadap kejujuran media dalam pemberitaan Pemilu/Pilres 2014 agaknya terkait dengan fakta bahwa saat ini sebagian pemilik media berafiliasi dengan organisasi politik tertentu, bahkan menjadi pengurus partai dan mengajukan diri sebagai calon presiden/wakil presiden pada Pemilu/Pilpres 2014."

memberitakan sesuatu. Di sinilah kejujuran jurnalis diuji dan kredibilitas media dipertaruhkan. Terkait dengan liputan Pemilu, publik sangat berharap media dan jurnalis profesional benar-benar menyampaikan fakta secara jujur dan memberikan ruang secara adil bagi para kontestan.

Keraguan responden terhadap kejujuran media lebih terlihat ketika mereka ditanya tentang persepsi mereka terhadap media dalam meliput Pemilu/Pilpres pada 2014 mendatang. Yaitu apakah mereka percaya **media TV nasional** yang ada saat ini akan memberitakan secara jujur dan adil bagi para kontestan dalam Pemilu dan Pilpres 2014 mendatang. Terhadap pertanyaan ini hanya 12 persen responden yang menjawab **Ya** (**Percaya**), sedangkan 60 persen menjawab **Tidak Percaya**. Sisanya, 28 persen menjawab **Ragu-ragu**.

Hasil ini tidak berbeda jauh dari hasil jawaban terhadap pertanyaan berikutnya yaitu apakah mereka percaya **media cetak** (**koran dan majalah**) yang ada saat ini akan memberitakan secara jujur dan adil bagi para kontestan dalam Pemilu dan Pilpres 2014 mendatang. Atas pertanyaan ini hanya 16 persen reponden yang menjawab **Ya** (**Percaya**), sedangkan 48 persen menjawab **Tidak Percaya**. Di sini meskipun selisihnya tipis, jumlah responden yang percaya pada media cetak lebih besar dibanding yang percaya pada TV.

Keraguan responden terhadap kejujuran media dalam pemberitaan Pemilu/Pilres 2014 agaknya terkait dengan fakta bahwa saat ini sebagian pemilik media berafiliasi dengan organisasi politik tertentu, bahkan menjadi pengurus partai dan mengajukan diri sebagai calon presiden/wakil presiden pada Pemilu/Pilpres 2014. Harry Tanoesudibyo dari Grup MNC yang memiliki tiga stasiun TV nasional dan jaringan TV di daerah,

radio, media cetak dan media online telah mendeklarasikan diri sebagai Calon Wakil Presiden mendamping Wiranto sebagai calon Presiden yang diusung Partai Hanura. Sedangkan Aburizal Bakri, pemilik TV One dan Antv telah mewacanakan diri sebagai Calon Presiden dari Golkar. Sementara, Surya Paloh, pemilik Metro TV dan harian *Media Indonesia*, mengindikasikan akan mencalon sebagai Presiden dari Partai Nasdem.

Sejauh ini agaknya publik telah melihat bahwa media-media tersebut memberi ruang istimewa bagi para pemilik masing-masing. Selain dalam pemberitaan, para pemilik media tersebut juga tampil dalam iklan dengan durasi dan frekuensi cukup besar di media yang mereka miliki. Melihat fakta demikian memang wajar bila publik merasa skeptis bahwa media-media tersebut akan memberitakan Pemilu/ Pilpres 2014 secara jujur dan adil. Skeptisisme khalayak itu tentu patut dipertimbangkan media dan para jurnalis, bila mereka tidak ingin ditinggalkan khalayak.

Terkait Pemilu publik berharap media benar-benar bisa menyampaikan informasi yang mereka butuhkan. Dalam survei ini diajukan pertanyaan tentang topik-topik apa yang diharapkan reponden dalam pemberitaan media terkait Pemilu/Pilpres. Survei memberikan enam topik yang bisa dipilih lebih dari satu oleh responden. Yaitu a) profil partai kontestan pemilu, b) profil caleg, c) program partai, d) ideologi partai, e) *track record* calon presiden, dan f) program calon presiden. Di luar enam pilihan tersebut responden dibebaskan untuk menambah sendiri topik yang dianggap penting diliput dan disajikan media terkait Pemilu/Pilpres.

Jawaban responden menunjukkan bahwa topik "Track record calon Presiden" menempati urutan pertama yang dipilih oleh banyak responden yaitu 84 persen (21 responden), disusul topik "Profil caleg" (72 persen/ 18 responen), "*Track record* calon Presiden" (54 persen/ 14 responden), "Program partai" (48 persen/ 12 responden), "Profil partai" (32 persen/ 8 responden) dan "Ideologi partai" (20 persen/ 5 responden).

Jawaban di atas menunjukkan bahwa para responden merasa lebih perlu mendapat informasi tentang pribadi (caleg/capres) dibanding organisasi (parpol). Responden tidak memandang penting parpol apa yang mengusung caleg/capres, tapi lebih melihat pentingnya integritas pribadi caleg/ capres. Hal ini agaknya terkait dengan kecenderungan merosotnya citra partai-partai di mata publik selama ini karena banyaknya kasus korupsi yang menimpa kader partai-partai baik di lembaga legislatif maupun eksekutif. Program dan ideologi partai tidak menjadi sesuatu yang menarik bagi responden. Faktanya sejauh ini tidak ada perbedaan

signifikan program partai yang satu dengan yang lainnya meskipun secara formal partai-partai itu mengaku memiliki ideologi yang berbeda. Dalam sejumlah kasus Pilkada, faktor individu calon kepala daerah lebih menentukan dibanding profil dan program partai pengusungnya.

Kemenangan pasangan Jokowi-Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 lalu merupakan salah satu contoh. Pasangan ini didukung hanya oleh dua partai yaitu PDIP dan Gerindra menghadapi pasangan petahana Fauzi Bowo-Nachrowi yang didukung partai-partai besar seperti Demokrat, Golkar, PAN, PPP, PKS, dan PKB. Banyak pengamat menilai faktor individu Jokowi dan Ahok menyumbang lebih besar dalam meraih kemenangan pasangan ini dibanding faktor partai pendukungnya. Pasangan ini memiliki *track record* bagus saat menjadi kepala daerah di tempat asalnya. Jokowi masih menjabat walikota Solo ketika mencalon sebagai Gubernur DKI Jakarta, sedangkan Ahok adalah mantan Bupati Belitung Timur.

Kejujuran dan Independensi

Mengingat jumlah responden yang sangat kecil dan dalam lingkungan terbatas, hasil survei yang penulis lakukan di atas tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi dan memberi gambaran umum tentang perspektif khalayak media yang jumlahnya mencapai jutaan orang. Meskipun latar belakang pendidikan dan profesi para responden bisa dikategorikan sebagai 'kelas menengah' penulis juga tidak berpretensi menempatkan mereka sebagai representasi kelas menengah umum sebagai khalayak media. Hasil survei di atas lebih tepat dibaca sebagai suatu kilasan pendapat dari serpihan kecil khalayak yang peduli media. Terserah Anda, para pembaca di sini untuk menginterpretasikan hasil survei tersebut.

Satu hal yang hendak dikatakan di sini yaitu bahwa khalayak sesungguhnya adalah penentu hidup matinya sebuah institusi media. Media yang telah kehilangan kepercayaan khalayaknya hanya menunggu waktu untuk mati. Di tengah membanjirnya informasi dalam era internet seperti saat ini denting kematian bisa lebih cepat datang.

Hasil survei di atas menunjukkan bahwa hampir separuh jumlah responden tidak mempercayai kejujuran media

"Khalayak sesungguhnya adalah penentu hidup matinya sebuah institusi media. Media yang telah kehilangan kepercayaan khalayaknya hanya menunggu waktu untuk mati."

profesional dan konvensional dalam peliputan Pemilu/Pilpres. Hal ini mengisyaratkan bagi media dan jurnalis profesional untuk memeriksa diri dan merenungkan apa yang selama ini telah mereka tulis dan sampaikan kepada khalayak.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam buku mereka "Elemen-elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik" (2004) mengungkapkan, bahwa tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Untuk mencapai tujuan itu ada sembilan elemen jurnalisme yang patut diketahui dan dijalankan jurnalis. Yaitu 1) Kewajiban pertama jurnalisme adalah menyampaikan kebenaran, 2) Loyalitas utama jurnalisme adalah kepada warga, 3) Intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi, 4) Para praktisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita, 5) Jurnalisme harus bertindak sebagai pemantau kekuasaan, 6) Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik ataupun dukungan warga, 7) Jurnalisme harus berupaya membuat hal penting menarik dan relevan, 8) Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional, dan 9) Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Tujuan jurnalisme ini disimpulkan Kovach dan Rosenstiel setelah melakukan serangkaian diskusi dan wawancara yang melibatkan sekitar tigaribu peserta termasuk sekitar tigaratus orang wartawan. Awalnya pada bulan Juni 1997, sebanyak 25 orang wartawan berkumpul di Harvard Faculty Club, Cambridge, Amerika Serikat. Mereka berkumpul membicarakan perkembangan mutakhir jurnalisme di Amerika Serikat yang dinilai semakin jauh meninggalkan tugas utamanya melayani publik, yang berakibat turunnya kepercayaan masyarakat terhadap wartawan. Pada tahun 1985, hanya 41 persen warga AS yang berpikir bahwa pers peduli terhadap rakyat. Namun angka itu semakin merosot, menjadi hanya 21 persen pada tahun 1999.

"Di ruang redaksi kita tidak lagi bicara jurnalisme," ungkap Max King, redaktur *Philadelphia Inquirer*, sebagaimana dikutip Kovach dan Rosenstiel. "Kita tergerus oleh tekanan bisnis dan perhitungan untung-rugi," ujar seorang redaktur lainnya. Berangkat dari keprihatinan ini kemudian digelar serangkaian diskusi, penelitian dan wawancara dengan ratusan wartawan dan mereka yang terlibat secara langsung atau tidak dengan profesi jurnalis, termasuk para pakar komunikasi dan pengamat media. Sembilan elemen jurnalisme yang ditulis Kovach dan Rosenstiel merupakan hasil rangkuman dari rangkaian diskusi, wawancara dan hasil penelitian tersebut.

Perkembangan pers dan jurnalisme di Indonesia mungkin tidak separah di AS, meskipun ada kecenderungan semakin kuatnya kepentingan bisnis dalam mendikte kegiatan jurnalisme. Sejauh ini kita melihat media secara umum masih relatif peduli terhadap warga, mereka yang terpinggirkan secara sosial ekonomi, dan kritis terhadap kekuasaan seperti terlihat dalam pemberitaan yang cukup gencar tentang korupsi yang melibatkan berbagai kalangan di jajaran eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Namun struktur kepemilikan media yang oligopolis dan konglomeratif bagaimanapun menimbulkan masalah terutama terkait kebutuhan warga akan informasi yang beragam. Selain itu, menyangkut peristiwa-peristiwa politik, seperti pemilu/pilkada masalah mulai muncul ketika sebagian pemilik media terlibat dalam organisasi politik/ parpol. Dalam konteks inilah pertanyaan-pertanyaan tentang independensi dan kejujuran jurnalis menuntut perhatian besar.

Berkenaan dengan masalah-masalah di atas, Kovach dan Rosenstiel menegaskan perlunya keterbukaan di ruang redaksi (*newsroom*). Upaya memproduksi berita yang akurat, adil, imbang, berfokus pada warga, independen akan sia-sia bila tidak ada keterbukaan di ruang redaksi, tidak ada atmosfer keterbukaan yang memungkinkan orang untuk menentang asumsi, persepsi dan prasangka orang lain. “Mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, bahkan warga dan otoritas mapan, bila kejujuran dan akurasi menghendaki mereka berbuat begitu,” ungkap Kovach dan Rosenstiel.

* * *

Referensi:

Kellner, Douglas, **“Techno-Politics, New Technologies, and the New Public Spheres”, artikel diunduh bulan Juli 2013. (http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/technopoliticsnewtechnologies.pdf)**

Kovach, Bill dan **Tom Rosenstiel**, “Elemen-elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik”, Jakarta: ISAI, Cetakan ke-2, 2004, 274 + xiv halaman.

Nikkanen, Hanna, “They shoot citizen journalists, don’t they? Journalism in the era of citizens: Curating vs. Outsourcing”, artikel diunduh bulan Juli 2013. (http://www.ifla.org/files/assets/faife/publications/spotlights/hannanikkanentheyshootenglishfinal_0.pdf)

Winarto, lahir tanggal 20 Juli 1964. Lulusan Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, Program Pascasarjana Studi Pembangunan, Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), Salatiga, dan Program Pascasarjana Sosiologi, Universitas Indonesia. Wartawan harian sore *Wawasan* (Grup *Suara Merdeka*) Semarang (1989-September 1994), Wartawan RCTI (Oktober 1994-Maret 2012). Kini sebagai direktur lembaga pelatihan jurnalistik dan penulisan *Graha Media School*, Jakarta, pengajar tidak tetap di Universitas Al Azhar, Jakarta, web developer, pemilik dan pengelola sejumlah website di antaranya www.we-painting.com dan www.featureindonesia.com serta menulis artikel dan cerpen di surat kabar.