



# Profesionalisme, Sejarah, dan Masa Depan Profesionalisme, Sejarah, dan Masa Depan Pers Daerah

**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 kewartawan;
- (g) mendata perusahaan pers (Pasal 15 UU No. 40/1999). ■



DEWANPERS

Gedung Dewan Pers Lantai 7 - 8  
Jl. Kebon Sirih No. 32-34, Jakarta Pusat 10110  
Telp. 021-3521488, 3504877, 3504874  
Faks. 021-3452030  
Email: [dewanpers@cbn.net.id](mailto:dewanpers@cbn.net.id) / Website: [www.dewanpers.or.id](http://www.dewanpers.or.id)

# Profesionalisme, Sejarah dan Masa Depan Pers Daerah



DEWANPERS

**Jurnal Dewan Pers**  
Edisi No. 5, Mei 2011

# **Profesionalisme, Sejarah, dan Masa Depan Pers Daerah**



**DEWANPERS**

**Jurnal Dewan Pers**

Edisi No. 5 Mei 2011

# **Profesionalisme, Sejarah, dan Masa Depan Pers Daerah**

**Pengarah:**

Ketua: Prof. Dr. Bagir Manan, SH., MCL

Wakil Ketua: Bambang Harymurti

Anggota: Agus Sudibyo, Bekti Nugroho, Anak Bagus Gde Satria Naradha, Margiono,  
Muhammad Ridlo Eisy, Zulfiani Lubis, Wina Armada Sukardi

**Penyunting:**

Bekti Nugroho

Cetakan Pertama, Mei 2011

xii + 95 halaman, 17 X 23 cm

ISSN: 2085-6199

**Dewan Pers:**

Gedung Dewan Pers, Lantai 7-8, Jl. Kebon Sirih 34, Jakarta 10110

Telp. (021) 3521488, 3504877, 3504874-75, Faks. (021) 3452030

E-mail: [dewanpers@cbn.net.id](mailto:dewanpers@cbn.net.id) / Website: [www.dewanpers.or.id](http://www.dewanpers.or.id)

## DAFTAR ISI

<b>Pengantar Penyunting</b>	_____	v
<b>1. Masa Depan Media Cetak Indonesia</b>		
<i>Asmono Wikan</i>	_____	1
<b>2. Menilik Pers Lokal 10 Tahun Setelah Reformasi</b>		
<i>Ignatius Haryanto</i>	_____	15
<b>3. Kecenderungan Pemberitaan Kasus Korupsi Pada Surat Kabar</b>		
<i>Abdi Rufinus Tarigan, Pemilianna Pardede dan J Anto</i>	_____	25
<b>4. Media, Kesetaraan Gender, dan Hak-Hak Perempuan</b>		
<i>Georgia Wimhöfer dan Ignatius Haryanto</i>	_____	39
<b>5. Mengawal Media agar Tak Jadi Tirani</b>		
<i>Mustam Arif</i>	_____	61
<b>6. Fenomena Kebangkitan Industri Pers Daerah/Media Lokal</b>		
<i>Petrus Suryadi Sutrisno</i>	_____	77
<b>7. Etika Pemuatan Foto di Media Massa</b>		
<i>Verrianto Madjowa</i>	_____	91



## Pengantar Penyunting

# Pers Daerah: Mati Enggan, Hidup Segan

“Saya sering terganggu oleh ulah para wartawan yang selalu mencari-cari kesalahan saja”. “Pers kurang berimbang dalam memberitakan pembangunan daerah, pers hanya menulis yang jelek-jelek saja, padahal banyak pula prestasi yang telah dicapai pemerintah daerah.” “Lebih baik saya *kasih aja* Rp 10 ribu atau Rp 20 ribu daripada mereka *enggak* pulang-pulang. Saya terganggu melihat mereka bergerombol di depan kantor.” “Ini bagaimana pak? Mereka sudah benar-benar seperti preman. Setiap Jumat, mereka mengerumuni pejabat di bandara, mencegat pejabat yang akan pergi keluar kota. Mereka juga kembali lagi pada Minggu sore bahkan membuntuti hingga ke parkiran.”

Inilah beberapa pertanyaan klise atau *complaint* yang sering terjadi pada *session* tanya jawab, bila Dewan Pers mengadakan forum dialog dengan masyarakat di daerah. Selain itu, ada pers daerah yang terus “*menggepup*” kepala daerah (Gubernur, Bupati atau Walikota) dengan berita-berita *headline* mereka. Tentu dengan isi berita yang cenderung membuat si penguasa daerah tidak nyaman. “Koran seperti ini

biasanya baru berhenti bila kita sudah *deal* untuk memasang iklan atau kontrak halaman,” ujar salah seorang pejabat Humas suatu Pemerintah Propinsi saat menyampaikan *uneg-unegnya* ke Dewan Pers beberapa waktu lalu.

Padahal, sejak UU Pers No. 40 diundangkan tahun 1999, berbagai sosialisasi, seminar, diskusi, pelatihan hingga penelitian sudah berpuluh kali diadakan. Tujuan semua kegiatan ini hanya satu: Dewan Pers ingin membuat pers Indonesia—termasuk pers daerah tentunya—lebih profesional. Selain itu, Dewan Pers juga mendambakan profesi wartawan semakin hari semakin terhormat, bermartabat dan bergengsi. Tapi, seiring dengan bertambahnya peran penguasa daerah karena besarnya peran otonomi, semakin besar dan leluasa pula polah tingkah penumpang gelap profesi wartawan ini (oknum-oknum yang mengaku wartawan tanpa disertai komitmen dan integritas profesi) dalam melakukan aksi “premanya.”

Penumpang gelap wartawan ini juga semakin pandai dan lihai memanfaatkan celah dan noktah pejabat-pejabat daerah. Maklum, mereka tahu persis banyak pejabat

daerah yang juga tidak lepas dari masalah penyimpangan jabatan. Dan bagi yang jeli dan melek media, mereka tahu persis bahwa wartawan dan institusi pers adalah profesi dan institusi strategis yang dengan gampang mereka manfaatkan untuk sekadar memburu recehan rupiah (kendati kadang bukan tidak mungkin bisa mendapat jutaan rupiah). Dengan efektifnya komunikasi *gethok tular–word mouth*—mereka tahu persis profesi wartawan tidak secara ketat mendapat pengawasan. UU Pers begitu liberal sehingga penerbitan pers tidak lagi memerlukan ijin dari penguasa, serta semakin canggihnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, klop sudah deviasi profesi wartawan.

Kendati Dewan Pers hanya atau baru menetapkan tiga organisasi profesi wartawan (AJI, IJTI dan PWI) yang memenuhi Standar Organisasi Wartawan, tapi mereka (pendompleng kemerdekaan pers) tidak peduli. Di daerah masih saja bermunculan organisasi profesi wartawan dengan berbagai nama. Sehingga, bila mereka melakukan pelanggaran etika jurnalistik, tidak bisa dikenakan sanksi oleh ketiga organisasi tersebut karena mereka bukan anggotanya. Sementara perusahaan pers tempat mereka bekerja—entah memiliki badan hukum atau tidak—belum tentu sudi memberi sanksi. Bahkan, dengan modal Rp 25 ribu, mereka bisa berganti kartu pers

sebanyak mereka mau. Dengan kemajuan cetak digital, membuat *id card* pers semudah membalik telapak tangan.

Jadi, lengkap sudah peluang mereka—secara yuridis tidak ada pasal di dalam UU Pers yang bisa menjerat mereka secara pidana bila hanya melanggar kode etik jurnalistik (KEJ). Secara sosiologis, banyak pejabat daerah yang juga tidak bersih dalam menjalankan roda pemerintahan dan penggunaan anggaran. Secara ekonomis, oknum-oknum wartawan ini memang tidak mempunyai pekerjaan alternatif. Secara organisatoris, mereka tidak bisa ditindak oleh ketiga organisasi profesi (AJI, IJTI dan PWI) karena mereka bukan anggota organisasi. Dan secara teknologi (era digitalisasi) mereka begitu dimudahkan dan dimanjakan untuk sekadar membuat *ID card* atau *namecard*. Semua ini menjadi semakin lengkap, lantaran bangsa ini memang sudah begitu parah dalam tataran spiritualitas dan moralitas. Pada sisi lain, akal sehat masyarakat juga sudah sering terusaki dan terasuki tingkah polah buruk elite politik, penguasa, pengusaha, aparat negara bahkan juga aparat penegak hukum. Maka yang terjadi adalah suasana batiniah yang begitu pesimis dan apatis. Jangan heran bila yang terwujud adalah gerakan-gerakan egois alam bawah sadar yang tidak lagi peduli dengan moralitas dan bangunan spiritualitas manusia.

Dalam sebuah surveinya, harian *Kompas* pernah menurunkan laporan utama yang menggambarkan “Pers Indonesia Menggenggam Bara” (7 Februari 2005). Hasil jajak pendapat antara lain menyimpulkan, setelah tujuh tahun kemerdekaan dinikmati, dunia pers Indonesia kembali dihadapkan pada posisi dilematis, antara mempertahankan ataukah mengerem kebebasan yang dimiliki. Di satu sisi kekuasaan represif Orde Baru membuat dunia pers begitu tertekan dan terkontrol namun saat reformasi bergulir, pers menikmati masa gemilang dengan kebebasan yang seolah tidak terbatas. Pada akhirnya liberalisasi pers ini mengundang kekhawatiran publik. Kekhawatiran ini juga terasa dan menggejala hingga ke daerah-daerah.

Tidak adanya perubahan keluhan pejabat daerah dari waktu ke waktu soal tingkah polah oknum wartawan pers daerah, maraknya penerbitan pers daerah yang asal terbit—bila ditelusuri masih panjang lagi daftar keluhan ini—menunjukkan betapa keadaan pers daerah dari dulu hingga sekarang belum banyak berubah. Jarang ditemui di satu provinsi bisa terdapat dua atau tiga penerbitan pers daerah. Kebanyakan hanya ada satu pers daerah yang sehat untuk setiap provinsi. Sungguh sebuah keadaan pers daerah yang tidak sehat bila di setiap provinsi hanya ada satu

pers daerah yang muncul. Kondisi ini tidak akan menyehatkan bukan saja iklim bisnis tapi juga iklim demokrasi di daerah, karena tidak adanya mekanisme persaingan sehingga masyarakat bisa dirugikan dalam hal akses informasi. Bisa dibayangkan apa yang akan terjadi bila pers lokal, baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota, bersekutu dengan kepala daerah atau kandidat kepala daerah, karena pertimbangan prospek bisnis dan kalkulasi ekonomi politik.

Kita sungguh dibuat heran dengan anomali bisnis pers daerah. Bandingkan dengan produk-produk usaha bisnis lain. Apa pun jenis bisnis di tingkat lokal selalu ada pemain lebih dari satu yang berhasil *survive*—dalam arti bisnisnya sehat. Sebut saja bisnis air mineral dalam kemasan, restoran, hotel, perbankan dan masih banyak lagi bisnis jasa yang tidak bersifat *single business*. Tapi, coba lihat koran apa yang eksis di Jawa Tengah hanya ada *Suara Merdeka*, di Jawa Barat hanya ada *Pikiran Rakyat*, di Jogjakarta hanya ada *Kedaulatan Rakyat*, di Jawa Timur hanya ada *Jawa Pos*, di Bali hanya muncul *Bali Post* dan di Lampung hanya ada *Lampung Post*, di Sumatra Barat hanya terbit *Singgalang*, di Palembang hanya ada *Sumatra Express* dan di Sulawesi Selatan hanya ada *Fajar*. Kalau toh ada koran pesaing mereka, bisa dikatakan secara



skala bisnis belum bisa berimbang.

“Yah, bisnis pers kan memang tidak sama dengan bisnis rumah makan atau air mineral. Pers memang unik.” Inilah argumen yang sering kita dengar. Tapi, benarkah memang ini sudah menjadi hukum alam dan kita tidak bisa mengubah? Sebuah pertanyaan yang menggoda. Untuk itulah Jurnal Dewan Pers kali ini mengulas fenomena pers daerah dari berbagai *angle* dan paradigma. Ada tulisan Ignatius Haryanto, Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers dan Pembangunan Jakarta, yang mengulas indenpendensi pers daerah menjelang Pilkada. Dalam pandangan Haryanto, masih banyak pers daerah yang gagal menjalankan peran idealnya sebagai lembaga pengontrol. Bahkan banyak pula wartawanya yang terjebak kepentingan pragmatis, menjadi tim sukses kandidat kepala daerah.

Sementara tulisan Asmono, Direktur Eksekutif SPS Pusat, memotret pers daerah yang tetap layak untuk optimis kendati sekarang muncul fenomena media sosial dan internet. Tulisan dibuat berdasar hasil penelitian SPS dan LP3ES tahun 2010. Sedangkan dari Sumatera Utara, J. Anto, Direktur KIPPAS, menguraikan hasil penelitian tentang bagaimana pers daerah melihat gejala korupsi di daerah. Hasilnya sungguh mencengangkan. Bila dibandingkan dengan koran-koran nasional, porsi

pemberitaan pers daerah tentang kasus korupsi pejabat lokal terbilang sedikit.

Penelitian tentang pemberitaan media massa Indonesia serta keberpihakan terhadap isu hak asasi perempuan turut dimuat di sini. Penelitian dilakukan atas kerjasama Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Federal Jerman, ditulis oleh Georgia Wimhofer dan Ignatius Haryanto.

Aktivis dari JURnaL Celebes Makassar, Mustam Arif, turut menyumbangkan tulisan yang mengurai pengalaman organisasinya dalam melakukan program media literasi untuk masyarakat dan lembaga swadaya masyarakat di Sulawesi Selatan. Sedangkan dari Gorontalo ada praktisi media, Verrianto Madjowa, yang mengupas persoalan hak cipta fotografi yang terkait pers.

Jurnal ini juga dilengkapi ulasan dari Petrus Suryadi, Direktur Eksekutif Lembaga Kajian Informasi. Ia menggambarkan lebih detil soal fenomena pers daerah dari jaman ke jaman hingga era reformasi. Salah satu kesimpulannya adalah pers daerah atau media lokal di Indonesia memiliki peluang untuk bangkit dan eksis sebagai industri pers karena tersedianya potensi perekonomian dan bisnis di masing-masing daerah serta ketertarikan investor luar daerah. Hal ini membuktikan bahwa pers daerah dapat menjadi industri pers atau media yang memiliki peluang bisnis untuk

tetap hidup dan berkembang setara dengan industri pers nasional.

Gambaran pers daerah ini menunjukkan betapa kemerdekaan pers yang sudah berjalan 12 tahun ini, belum menunjukkan ke arah pers yang mencerahkan alih-alih memberdayakan masyarakat. Dengan kata lain, kondisi ini masih menunjukkan hasil survei *Kompas* itu hingga kini masih relevan untuk kita renungkan. Padahal menurut sejarah, lahirnya pers di Indonesia tidak bisa dilepas dari pers perjuangan, yang *nota bene* mempunyai peran misi sosial-ideal. Kendati kini bukan lagi era perjuangan atau kemerdekaan, sudah semestinya para pengelola media, selain harus berorientasi komersial, hendaknya tidak melupakan peran idealnya. Sebagaimana disebutkan di dalam UU Pers, pers sebagai lembaga sosial mempunyai peran dan tugas yang sungguh berat sekaligus mulia.

Pasal 6 UU Pers menyebut pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut:

- 1) Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui.
- 2) Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan hak-hak asasi manusia serta menghormati kebhinekaan.
- 3) Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat

akurat, dan benar.

- 4) Melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.
- 5) Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Sedangkan dilihat dari fungsinya pers bisa dikatakan mempunyai fungsi antara lain: sebagai Informasi (*to inform*), sebagai Edukasi (*to educate*), sebagai Koreksi (*to influence*), sebagai Rekreasi (*to entertain*), sebagai Mediasi (*to mediate*), dan sebagai Solusi (*to solve the problem*).

Di negara-negara maju, pers mulai berkembang ke arah arus pers yang lebih substantif, interpretatif dan komprehensif. Pemberitaan bukan lagi sekadar menyajikan data dan fakta tapi sudah mulai dikaitkan dengan hal-hal lain yang lebih produktif dan positif. *Peace journalism*, *Precision Journalism*, *Truth Journalism* adalah perkembangan lebih lanjut dari cabang *mainstream* ilmu jurnalistik saat ini. Artinya, di negara-negara maju dan beradab mulai ada kecenderungan wartawan bukan saja cukup puas melaporkan fakta tapi juga mulai ikut berpartisipasi bagaimana mencari solusi dari setiap masalah yang muncul, baik itu masalah keamanan, sosial, ekonomi, konflik hingga persoalan-persoalan budaya.

Dengan tetap mengingat peran dan fungsi pers itulah di era reformasi ini,

masyarakat Indonesia sudah seharusnya tidak perlu gamang. Karena dari UU Pers dan KEJ jelas disebutkan pers yang benar dituntut tetap profesional, kendati kini marak di mana-mana terjadi disorientasi sistem nilai. Pengungkapan kasus: jaksa Urip Tri Gunawan, rekening tidak wajar Pati Polri, gratifikasi Irwandy Yunus, anggota Komisi Yudisial dan tertangkapnya beberapa anggota DPR RI: Al Amin Nur Nasution, Athony Zedra Abidin, Bulyan Royan hingga mantan Dirjen AHU, Romli Atmasmita, menunjukkan bahwa kemerdekaan pers di Indonesia telah berada di jalur yang benar. Hanya dengan kebebasan pers, keleluasaan wartawan dalam menggali berita dan akses informasi yang terbuka, serta dijaminnya saksi pelapor korupsi, kasus-kasus korupsi akan terkikis habis.

Tugas utama pers di era reformasi adalah bagaimana pers senantiasa ikut serta memberantas KKN, membuka forum komunikasi yang sehat, agar terjadi proses dialektika antara masyarakat dan pemerintah. Proses dialektika inilah yang akan menyebabkan terjadinya interaksi sehat bagi para Bupati, Walikota, Gubernur, Menteri, Presiden dan Anggota DPR dalam setiap pengambilan keputusan. Sehingga, setiap kebijakan atau keputusan yang diambil dijamin akan efektif karena telah melalui proses mekanisme demokrasi yang benar. Bukankah itu esensi demokrasi?

Bila kita lihat ke belakang, sejarah pers tidak bisa dilepaskan dari penemuan percetakan oleh Johannes Gutenberg tahun 1445. Berkat percetakan inilah maka teks bisa diproduksi secara massal, cepat dan murah sampai kemudian munculah koran pertama kali di Eropa pada abad 17 dimana abad politik modern mulai mengemuka. Jadi, sebenarnya sejarah kelahiran pers sangat erat dengan percaturan kehidupan politik modern. Politik modern saat ini adalah bagaimana menjalankan praktek-praktek kehidupan bermasyarakat dan bernegara berdasar asas-asas demokrasi. Inilah esensi gerakan politik modern, gerakan republik (*res publica* = urusan umum). Paham ini yakin kekuasaan bukanlah milik raja oleh karena itu yang berdaulat adalah rakyat.

Di sinilah pentingnya informasi, mengapa? Karena untuk menyelenggarakan urusan umum ini, perlu ada yang memerintah (eksekutif). Namun, kekuasaan yang telah diberikan ini bukan absolut, perlu dipertanggungjawabkan dan dievaluasi. Sejauh mana pihak eksekutif telah menjalankan kekuasaan yang dipinjamkan itu berjalan dengan amanah, atau justru malah terjadi perselingkuhan elite penguasa (eksekutif, legislatif dan yudikatif). Masyarakat perlu selalu mendapat informasi-informasi untuk bisa membantu dirinya mengambil keputusan, baik saat pemilihan

umum atau dalam kehidupan sehari-hari.

Ini penting karena cita-cita negara republik menuntut masyarakat di setiap lini dan level, berpartisipasi dalam pengambilan keputusan politik, baik tingkat lokal, regional, nasional bahkan juga internasional. Untuk itulah masyarakat berhak tahu, siapa yang bakal memimpin dan memerintah, partai-partai politik yang akan menguasai parlemen dan berikut kebijakan-kebijakan yang akan diambil maupun yang telah diambil penguasa. Di sinilah pentingnya fungsi pers. Di lain pihak manusia juga memiliki hak asasi atas informasi tentang apa yang terjadi dalam masyarakat maupun hak untuk menyatakan pendapatnya tentang apapun sesuai dengan aspirasi warga negara.

Jadi, pemerintah yang baik dan bijak adalah yang bisa mengajak segenap unsur masyarakat berpartisipasi sehingga pemerintah tersebut berjalan aspiratif dan responsif. Bisa dibayangkan situasi pemerintahan seperti apa yang akan terjadi bila tanpa disertai praktik-praktik kebebasan pers yang bertanggung jawab. Kendati kondisi ini juga sulit tercapai bila kondisi pers di Indonesia tidak semakin berkualitas. Padahal pers berkualitas hanya tercipta bila insan-insan pers juga cerdas dengan tetap menjaga integritas dan martabatnya sehingga tetap terhormat, di tengah situasi profesi-profesi lain yang mulai kehilangan martabat dan tidak lagi terhormat.

Sejatinya, dari jaman kemerdekaan hingga jaman digital ini, tugas dan peran pers tidak pernah berubah. Para insan pers hendaknya selalu sadar mereka harus memperdayakan mereka yang tidak berdaya, memperkuat yang lemah, mengontrol penguasa dan menyuarakan kaum yang tidak mampu bersuara, menyampaikan aspirasi masyarakat secara benar dan akurat, agar penguasa mengerti setiap kejadian dan fakta sosial, sebagai bahan masukan atau *feedback*. Semua tugas mulia pers ini tidak lain dan tidak bukan hanya untuk menciptakan kondisi masyarakat yang adil, aman sejahtera, rukun dan damai, sebagaimana cita-cita kemerdekaan bangsa Indonesia. Adagium ini tentu saja bukan hanya berlaku untuk tataran nasional atau regional tapi juga di tingkat lokal sekalipun.

Akhir kata, kepada rekan-rekan wartawan selamat berjuang dan teruslah menjadi insan pers yang amanah dan profesional, karena bangsa ini membutuhkan insan-insan pers yang bukan saja cerdas dan *visioner* tapi juga senantiasa tetap tegar menjaga integritas dan kredibilitasnya. Hanya dengan cara inilah insan-insan pers akan tetap mendapat kepercayaan publik. Bisnis pers adalah bisnis kepercayaan, maka bila ada pers yang tidak lagi mendapat kepercayaan maka sejatinya pers itu telah mati dan

kehilangan roh kehidupan sosial. Untuk itu jaga terus kepercayaan publik, caranya dengan terus mengerti, memahami dan mengamalkan UU Pers No. 40/1999 dan KEJ dalam praktek kerja jurnalis. Saya yakin bila para jurnalis amanah dan taat menjalankan UU Pers dan KEJ, akan lahir nanti wartawan sebagai pahlawan

informasi kendati harus menjalani kehidupan di penjara atau harus kehilangan nyawa.\*\*\*

---

*Hidup Pers Daerah dan Salam  
Kemerdekaan Pers.*

**Bekti Nugroho**

# Masa Depan Media Cetak Indonesia

Oleh Asmono Wikan

“Apakah media cetak masih akan bertahan dalam kurun 10 – 20 tahun ke depan?” Itulah pertanyaan umum yang sering mengemuka dalam berbagai diskusi di kalangan penerbit media cetak sejak beberapa tahun terakhir. Bill Gates, bahkan pernah meramalkan jika pada tahun 2000, media cetak akan mati. Nyatanya sampai sekarang media cetak

pada kuartal pertama 2043. Seterusnya, koran cetak tidak akan ada lagi. Skenario Meyer sangat menggetarkan para penerbit media cetak di seluruh dunia. Di Indonesia, ramalan Meyer bukan berarti tidak bergema. Namun tampaknya, dibanding mengurus ramalannya, lebih baik para penerbit melakukan langkah pengembangan yang lebih baik.

**Tabel-1**  
**Jumlah Penerbit Media Cetak di Indonesia (2006 - 2010)**

Tahun	Suratkabar Harian	Suratkabar Mingguan	Tabloid	Majalah	Buletin	Jumlah	Tumbuh (%)
2006	251	235	142	258	3	889	
2007	269	247	167	297	3	983	10,6
2008	290	224	173	318	3	1008	2,5
2009	302	232	177	322	3	1036	2,8
2010	349	240	188	294	5	1076	3,9

Sumber: Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) Pusat, Juni 2010.

masih terus bertahan dan diyakini akan tetap ada hingga sampai kelak manusia tidak memerlukan lagi.

Philip Meyer, penulis buku *Vanishing Newspaper* (2004), bahkan meramalkan di Amerika Serikat, koran terakhir akan terbit

Betapa tidak. Walaupun membuat kecut hati para pelaku industri media cetak di tanah air, ramalan-ramalan itu masih jauh panggang dari api. Jumlah penerbit media cetak masih terus bertumbuh walaupun mengalami tren

perlambatan sepanjang lima tahun terakhir (Lihat Tabel-1).

Jika pada 2006 seluruh titel penerbit (koran harian, mingguan, tabloid, majalah, dan buletin) mencapai 889 judul, lima tahun kemudian, Juni 2010, melesat menjadi 1076 penerbit. Atau mengalami pertumbuhan sebesar 21 persen. Dalam periode tersebut, pertumbuhan terbesar

pertumbuhan tiras masih di bawah dua digit, masing-masing 9,1 persen (2009) dan 3,3% (2010), ini konsisten dengan pertumbuhan jumlah penerbit (Tabel-1),

Salah satu strategi untuk merangsang pertumbuhan media cetak – sisi iklan dan oplah—harus dimulai dari pemetaan yang jelas mengenai potensi pasar media cetak di Indonesia. Upaya

**Tabel-2**  
**Tiras Media Cetak Nasional 2006 - 2010**

No	Jenis Media Cetak	Tahun				
		2006	2007	2008	2009	2010
1	Suatkabar Harian	6,058,486	7,217,600	7,490,252.00	8,080,694	8,744,483
2	Suratkabar Mingguan	1,081,953	1,353,953	1,039,853	1,063,353	1,084,075
3	Tabloid	4,732,055	4,782,555	4,621,055	5,427,955	5,400,803
4	Majalah	5,525,857	5,735,857	5,925,857	6,234,357	6,235,243
5	Buletin	7,809	7,809	7,809	7,809	33,809
	JUMLAH	17,406,160	19,097,774	19,084,826	20,814,168	21,498,413

Sumber: Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) Pusat, Juni 2010.

berlangsung pada tahun 2007 (10,6%), selanjutnya turun menjadi 2,5% (2008), dan 3,9% tahun ini (2010).

Bagaimana dengan tiras? Mengikuti pertumbuhan jumlah penerbit, tiras media cetak juga menunjukkan tren positif tumbuh 23,5% dalam rentang 2006 – 2010 (lihat Tabel-2), sekalipun sempat terjadi fluktuasi kecil pada 2007 – 2008. Dalam tiga tahun terakhir, sekalipun menampakkan laju positif, namun

tersebut, tentu saja, mesti dilakukan melalui sebuah riset atau survei pasar. Dalam konteks inilah, sebagai induk organisasi penerbit media cetak di tanah air, Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) Pusat pada Juni 2009 lalu melakukan sebuah survei bertajuk Masa Depan Media Cetak di Indonesia. Survei ini, yang pelaksanaannya dikerjakan oleh LP3ES, hendak mengkaji beberapa asumsi sebagai berikut.

- Mengetahui jumlah potensi pembaca media cetak (koran, tabloid, dan majalah).
- Mengetahui kemampuan daya beli masyarakat untuk membeli media cetak.
- Mengetahui perubahan *value proximity*.
- Mengetahui minat (membaca) kaum muda terhadap media cetak.
- Mengetahui kecenderungan jenis berita yang disukai pembaca.
- Mengetahui peluang pasar media nasional, lokal, dan komunitas.
- Mengetahui berapa pangsa pasar masing-masing media cetak di tiap propinsi.
- Kebiasaan masyarakat membaca media cetak.
- Mengetahui efektivitas beriklan di media cetak dibanding di televisi dan media online.
- Mengetahui tren pembaca muda media cetak di setiap daerah.
- Mengetahui peluang pasar iklan di setiap daerah.

Lima belas kota (Medan, Pekanbaru, Batam, Palembang, Padang, Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Pontianak, Banjarmasin, Manado, dan Makassar) dipilih sebagai lokasi survei yang

melibatkan 2.971 responden, terbagi secara quota antara responden remaja (usia 12 – 18 tahun) dan responden dewasa (usia 18 tahun ke atas), maupun secara gender.

Pilihan terhadap lima belas kota itu didasari pertimbangan antara lain kota-kota tersebut memiliki dinamika sosial-ekonomi yang cukup tinggi sekaligus berlangsung persaingan yang cukup tajam di antara media-media cetak lokal yang terbit dan beredar di wilayah tersebut. Dalam berbagai survei pasar media yang hampir sejenis, umumnya jumlah kota yang disurvei hanya berkisar antara 9 – 12 kota. Ini berarti dari sisi persebaran cakupan kota, survei SPS lebih luas dan mampu memberikan gambaran lebih besar terhadap prospek media cetak di Indonesia.

Survei SPS adalah survei pembaca...! Bukanlah survei terhadap populasi penduduk Indonesia secara keseluruhan yang membaca media cetak. Lebih tepatnya, adalah survei yang diadakan terhadap para pembaca media cetak di 15 kota, untuk memperoleh gambaran mengenai tren dan perilaku pembaca dalam mengkonsumsi informasi dari media cetak.

Dengan pemahaman seperti itu, sejak awal, survei SPS bukan untuk menggambarkan secara utuh potret



pembaca media cetak di seluruh Indonesia dan perubahan perilakunya dari waktu ke waktu. Melainkan untuk memotret (*snapshot*) respons para pembaca media cetak di 15 kota terhadap kebutuhan informasi dan perilaku konsumsi mereka terhadap media cetak. Sungguhpun demikian, survei ini bisa memberikan alternatif informasi terhadap kecenderungan-kecenderungan pembaca media cetak di 15 kota tersebut.

Survei ini kira-kira bisa disebut sebagai merepresentasi pendapat masyarakat pembaca media cetak di 15 kota, mewakili kelompok pembaca remaja (usia 12 - 18 tahun) dan dewasa (di atas 18 tahun). Pengambilan sampel sebanyak 2.971 responden, dipilih secara acak lantas distratifikasi tidak proporsional pada masing-masing kota (*unproportional stratified random sampling*), seimbang secara gender dan kategoris (remaja dan dewasa).

Stratifikasi sampel yang tidak proporsional ini sengaja dilakukan akibat ketiadaan data yang memadai mengenai jumlah pembaca media cetak di seluruh Indonesia. Jikalau ada data pembaca media cetak, itu berasal dari sebuah survei pembaca (*readership survey*) yang diselenggarakan Nielsen Indonesia. Sayangnya, data itu hanya mewakili pembaca di 9 kota dan bukan bersifat

data sensus selainya sensus penduduk.

Pada sisi lain, survei SPS juga hendak mengetahui tentang perilaku anak-anak muda (usia 12 – 18 tahun) dalam mengkonsumsi informasi dari media. Apakah betul mereka sudah jarang membaca media cetak? Apakah betul pula konsumsi informasi anak-anak muda kini sepenuhnya dipasok oleh internet? Dengan asumsi-asumsi seperti itulah, SPS bersama LP3ES lalu memilih pendekatan sampel yang *unproportional* dan menetapkan model *quota sampling* di seluruh kota lokasi riset.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tatap muka dengan kuesioner, dari tanggal tanggal 23 - 29 Juni 2009 secara serentak di 15 kota itu. Adapun *margin of error* (MoE) adalah  $\pm 1,7\%$  pada tingkat kepercayaan 95%. Instrumen survei lain berupa wawancara mendalam menggunakan panduan ditujukan kepada 2 – 3 pengelola media lokal, serta *focus group discussion* (FGD) yang mengundang peserta di setiap kota sebanyak 6 – 10 orang, mewakili pembaca media dari unsur profesional, pelajar, ibu rumah tangga, akademisi, dan aktivis LSM.

Dengan pendekatan semacam itu, hasil dari survei ini diharapkan bisa memberikan gambaran mendekati realitas perilaku pembaca dalam mengkonsumsi

media cetak sekaligus mendeteksi tingkat persaingan antarmedia di 15 kota. Survei ini juga diharapkan mampu menjawab pertanyaan besar: masihkah media cetak memiliki potensi untuk berkembang?

### **Profil Demografi Responden**

Secara kategoris, responden dibagi dalam komposisi laki-laki (50,1%) dan perempuan (49,9%), kemudian remaja (50,5%) dan dewasa (49,5%). Dengan kategorisasi seperti itu, maka komposisi usia responden paling banyak di kisaran 12 – 17 tahun (44,3%), disusul 35 – 44 tahun (15%), 25 – 34 tahun (13,3%), 18 – 24 tahun (11,5%), umur 45 – 54 tahun (10,1%), 55 – 64 (4,1%), dan di atas 65 tahun sebanyak 1,7%.

Tingkat pendidikan responden juga didominasi oleh mereka yang baru tamat SMP (34,3%), kemudian tamat SMA (33,3%), tamat SD (19,3%), tamat sarjana atau lebih (7%), tamat akademi atau diploma (4,3%), dan tidak tamat SD (1,4%). Dengan kategorisasi remaja dan dewasa yang seimbang, umumnya pekerjaan mereka adalah pelajar atau mahasiswa (47,9%), diikuti pegawai swasta (12,6%), ibu rumah tangga (11,4%), pedagang (7%), PNS/pensiunan (5%), dan pengusaha (1,4%).

Bagaimana dengan status sosial ekonomi (SES) responden itu? Mayoritas

responden berada pada SES C ke atas, dengan minimal pengeluaran Rp 800 ribu sampai Rp 1,25 juta per bulan. Bahkan 29% di antara itu merupakan responden kelas atas (A) dengan pengeluaran bulanan tak kurang dari Rp 1,75 juta. Data ini menggambarkan bahwa separuh lebih responden survei SPS merupakan warga masyarakat dengan pengeluaran rumah tangga menengah ke atas. Ini bisa mewakili bayangan tentang struktur masyarakat kelas menengah di Indonesia.

### **Profil Pembaca Media Cetak**

Responden survei ini memang semuanya mengakses media cetak. Namun disamping media cetak, mayoritas dari mereka (95,9%) juga mendapatkan informasi dari media elektronik. Adapun yang mengakses internet mencapai sepertiga (34,1%). Di antara mereka yang mengakses media elektronik, cuma 2,3% mendengarkan radio, selebihnya menonton televisi.

Suratkabar boleh dibilang idola bagi pembaca media cetak. Hampir semua responden (91%) adalah pembaca surat kabar harian. Tabloid berada di peringkat kedua dengan jumlah pembaca 13,6%, disusul majalah bulanan (9%), dan majalah mingguan (7,3%).

Berapa lama kemudian mereka membaca media cetak? Secara umum,

pembaca surat kabar harian menghabiskan 4 jam per minggu atau setara dengan 34 menit per hari. Sedangkan pembaca majalah sebanyak 30 menit per hari dan 27 menit per hari untuk pembaca tabloid. Sebagai perbandingan, di Inggris (2007), sebuah survei memperlihatkan lama waktu orang Inggris dalam membaca surat kabar harian adalah 40 menit per hari. Jadi, sebenarnya tidak jelek-jelek amat *spending time* yang dialokasikan pembaca di Indonesia terhadap media cetak.

Secara keseluruhan, pilihan terhadap waktu membaca media cetak dijatuhkan pada saat sedang santai di rumah, yang tersebar pada surat kabar (80,2%), majalah (76%), dan tabloid (78%). Dalam situasi ini, mereka bisa mengatur dirinya sendiri kapan membaca, tidak tergantung pada jadwal sebagaimana sajian informasi TV. Dimaklumi pula, struktur pembaca media cetak mayoritas berasal dari pembelian eceran dibanding berlangganan. Pada kategori surat kabar harian, pelanggannya hanya 22,8%. Tapi ini sudah jauh lebih besar dibanding pelanggan majalah (5,3%) dan tabloid (3,6%).

Untuk apa sebenarnya mereka membaca media cetak? Secara garis besar karena dorongan kebutuhan informasi. Dengan distribusi 86,9% pada surat kabar, 68,7% pada majalah, dan 6,3% untuk tabloid. Secara khusus,

majalah dan tabloid bahkan memperoleh dorongan masing-masing 24,6% dan 23,6% dari pembaca yang memang gemar membaca. Ini menunjukkan bahwa media cetak mempunyai pembaca yang loyal. Berbeda dengan motif orang menonton TV, mendengarkan radio, atau mengakses internet.

Bagi responden yang tidak berlangganan, ada beberapa cara pemenuhan informasi dari media cetak yang mereka tempuh. Mayoritas memenuhinya dari membeli eceran. Untuk surat kabar kontribusinya hingga 64,2%, disusul majalah 24,5% dan tabloid (20%). Kalau pun tidak membeli eceran di jalan, pilihan lainnya adalah dengan meminjam teman, membaca di kantor, dan membaca di perpustakaan.

Dari tahun ke tahun, tren harga berlangganan media cetak terus merangkak naik. Nyaris tidak pernah terjadi adanya penurunan harga langganan. Meskipun pada tingkat eceran, sampai saat ini masih sering berlangsung “perang harga” antarpenerbit di beberapa wilayah. Belakangan, koran-koran yang melakukan strategi seperti ini lalu disebut-sebut sebagai “koran seceng” alias koran seribu rupiah. Ada banyak alasan penerbit melakukan ini. Salah satunya sebagai taktik promosi, terutama bagi koran-koran yang baru muncul di pasar.

Yang belum pasti adalah, apakah benar taktik “banting harga” eceran koran-koran di daerah tersebut berpijak dari alasan rendahnya daya beli masyarakat setempat. Temuan survei SPS menunjukkan, bila rata-rata dana yang dialokasikan untuk membeli eceran maupun berlangganan oleh pembaca dewasa terhadap surat kabar adalah Rp 81 ribu per bulan. Sementara untuk belanja majalah dan tabloid masing-masing Rp 50 ribu dan Rp 39 ribu per bulan. Pada kategori remaja, belanja mereka terhadap surat kabar mencapai Rp 65 ribu/bulan, majalah Rp 37 ribu/bulan dan tabloid Rp 45 ribu/bulan.

### **Koran daerah menjadi raja**

Kedigdayaan koran-koran daerah terbukti secara empiris melalui studi ini. Sebanyak 91,4% responden membaca koran daerah, sedangkan yang membaca koran nasional 8,6%. Secara rasional memang bisa dipahami, lantaran populasi koran nasional (baca: koran yang terbit dari Jakarta) kalah jauh dibanding koran daerah. Pada kelompok responden remaja, mereka yang membaca surat kabar daerah sebanyak 91,2% dan hanya menyisakan 8,8% untuk surat kabar nasional. Proporsi sama terjadi pada kelompok responden dewasa, yang membaca surat kabar nasional cuma

8,6%, selebihnya (91,4%) merupakan pembaca surat kabar daerah.

Situasi yang sama juga terjadi pada kejayaan koran-koran pagi. Harian pagi jauh lebih digemari (97,2%) pembaca daripada koran sore (2,5%). Di Indonesia saat ini tercatat hanya ada lima koran sore (*Suara Pembaruan, Sinar Harapan, Terbit, Wawasan, dan Surabaya Post*). Jadi sangat masuk akal kalau pangsa pasar koran sore sekecil itu.

Dilihat dari tingkatan pendidikan responden, surat kabar daerah juga lebih sering dibaca oleh responden dari semua level pendidikan. Kecenderungan jumlah pembaca koran nasional membesar berbanding lurus dengan tingkat pendidikan, justru terjadi pada responden dewasa, meskipun varian besarnya tidak terlalu signifikan. Ini paralel dengan tingkat sosial ekonomi status (SES). Semakin tinggi SES responden, proporsi pembaca surat kabar nasional ternyata lebih banyak dibanding SES di bawahnya. Bahkan, pada SES B sampai A1, pengelompokan porsi pembaca surat kabar nasional terjadi untuk responden dewasa, begitu pula responden remaja.

Fakta ini mengindikasikan, bahwa segmen pembaca surat kabar nasional di seluruh Indonesia, umumnya adalah masyarakat yang berlatar belakang SES menengah ke atas, dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi. Positioning

suratkabar nasional, pada dasarnya memang lebih premium daripada surat kabar daerah dari sisi kualitas konten. Oleh karena itu sangat masuk akal manakala secara kuantitas pembaca koran nasional di seluruh Indonesia jauh lebih sedikit dibanding pembaca koran daerah, lantaran berbanding lurus dengan populasi penduduk yang memiliki SES menengah ke atas dan tingkat pendidikan tinggi.

Rubrik-rubrik di koran tentang kecelakaan, musibah, dan bencana, ruparupanya paling digemari (67,9%) pembaca di 15 kota. Urutan berikut ditempati rubrik kriminal (60,6%), pendidikan (56,6%), olahraga (53,4%), dan gaya hidup (51,2%).

### **Profil Pembaca Majalah**

Lain surat kabar, lain pula majalah. Berbeda dengan karakteristik pembaca surat kabar atau koran yang memiliki kecenderungan relatif sama pada kategori responden remaja dan dewasa, majalah justru mempunyai tren pembaca lebih variatif. Majalah remaja umumnya digemari oleh responden remaja, baik laki-laki (33,7%) maupun perempuan (63,4%). Setelah majalah remaja, responden remaja laki-laki juga menyukai majalah gaya hidup (16,9%) dan majalah berita (6,6%). Sedangkan responden remaja perempuan lebih sering membaca majalah wanita

(15,1%) dan majalah gaya hidup (6,4%).

Kecenderungan berbeda ditunjukkan oleh pembaca dewasa. Pada segmen pembaca ini, majalah berita digemari oleh sebagian besar pembaca dewasa laki-laki (26,2%), disusul majalah gaya hidup (15,4%), majalah remaja (7,7%), dan majalah ekonomi (6,9%). Sementara untuk pembaca dewasa perempuan, sebagian besar lebih sering membaca majalah wanita (50,3%), disusul majalah gaya hidup (13,1%), majalah remaja (11,5%), dan majalah berita (7,3%).

Ditilik dari latar belakang pendidikan, majalah remaja lebih sering dibaca oleh sebagian besar responden remaja dari semua tingkat pendidikan. Sementara untuk pembaca dewasa, sebagian besar lebih sering membaca majalah wanita, mulai dari tingkat pendidikan SD hingga diploma. Pada kelompok pendidikan S1 atau lebih, prosentase yang membaca majalah wanita dan majalah berita sama banyak (antara 24% - 25%). Majalah berita memiliki basis pembaca dari golongan PNS atau pensiunan dan profesional lebih besar dibanding majalah wanita.

Tentang rubrikasi yang digemari, terdapat perbedaan signifikan dibanding pada surat kabar harian. Dalam segmen majalah, kebanyakan responden menyukai rubrik gaya hidup (68,2%),

musik (51,8%), kesehatan (47,6%), pendidikan (46,9%), dan film atau drama (45,1%).

### **Profil Pembaca Tabloid**

Profil pembaca majalah tampaknya hampir mirip dengan pembaca tabloid. Hampir separuh responden remaja perempuan (40,6%), lebih menyukai membaca tabloid remaja dibanding remaja laki-laki yang hanya 15,7%. Justru sebagian besar (46,5%) remaja laki-laki memiliki preferensi membaca tabloid yang tidak loyal. Pada segmen remaja ini, dominasi tabloid remaja memang sangat kokoh (30,1%), baru disusul tabloid wanita (16,2%), tabloid gaya hidup (12,9%), dan tabloid hiburan (7%). Di kategori dewasa, tabloid wanita juga menjadi penguasa dengan 39,1%. Barisan berikutnya adalah tabloid gaya hidup (15,7%), tabloid hiburan (8,8%), dan tabloid berita (6,6%).

Koheren dengan segmen majalah, pada kategori tabloid ini rubrik paling digemari responden adalah tentang gaya hidup (65,6%), lantas disusul oleh rubrik kesehatan (49,6%), musik (44,8%), olahraga (43,6%), dan pendidikan (42%).

### **Penetrasi Internet**

Siapa sangka jika akses internet yang cukup tinggi dari pembaca media cetak di

Indonesia, kebanyakan dilakukan terhadap situs-situs jejaring sosial (59%), dibanding media online (19,9%), dan situs berita (11,6%). Akses terhadap situs jejaring sosial ini semakin mencolok pada kalangan remaja (66,5%) dibanding mereka yang dewasa (34,8%). Masyarakat dewasa memang lebih banyak yang memilih mengakses media online (27%) dan situs berita (25%) berbanding remaja yang masing-masing cuma (17%) dan (7,6%).

Umumnya, lama waktu mengakses internet kebanyakan (63,2%) berkisar antara 1 – 2 jam. Hanya sedikit yang mengakses di bawah satu jam (17,9%) dan antara 3 – 4 jam (14,4%). Warung internet adalah lokasi paling favorit para pengguna internet (67,1%). Bandingkan dengan di rumah (19,3%) dan di kantor (7,9%). Tak pelak, dominasi personal computer (PC) sebagai alat mengakses internet belum terpatahkan (84,1%), jauh di atas penggunaan laptop (9,6%) dan telepon seluler atau blackberry (5,9%).

### **Eksposur terhadap Iklan**

Salah satu tujuan utama survei yang dilakukan SPS adalah untuk mengukur seberapa besar potensi pembaca media cetak dalam mengamati dan membaca iklan. Mayoritas responden survei masih menempatkan televisi sebagai medium teratas dalam memperhatikan iklan

(84,2%). Tapi, dari seluruh responden survei ini yang notabene merupakan pembaca media cetak, 67,3% di antaranya merupakan pemerhati iklan di media cetak itu sendiri. Sementara yang melihat iklan di internet hanya 11,8%.

Optimisme terkuak pada munculnya 33,3% responden yang memperhatikan iklan di media cetak karena dorongan ingin melihat iklan tertentu di media itu. Kategori iklan yang paling sering dilihat di media cetak itu adalah fashion dan kosmetik (16,1%), otomotif (15,5%), produk kebutuhan rumah tangga dan makanan (15,3%), handphone dan asesoris (15,1%), dan elektronik (10,8%). Iklan lowongan kerja juga cukup banyak mendapat perhatian (6,3%) diikuti iklan properti (3,3%).

Pada kategori remaja, mereka yang hendak melihat iklan tentang fashion dan kosmetik (22,1%) serta handphone dan asesorisnya (24,9%), memiliki perbandingan lebih besar dibanding pada kategori responden dewasa (10,7%) dan (5,4%). Ini merupakan sinyal positif bagi tabloid dan majalah bersegmen remaja untuk menggarap pasar pengiklan kategori fashion dan telekomunikasi. Sedangkan responden dewasa lebih memilih melihat iklan otomotif (20,7%) serta produk kebutuhan rumah tangga dan makanan (19,4%).

## **Pers masih akan diminati**

Optimisme masa depan media cetak di Indonesia, diamini pula oleh Subagio Dwijosumono, Deputi Bidang Statistik Produksi Badan Pusat Statistik (BPS), dalam paparannya ketika menjadi salah satu narasumber Jambore Pers Indonesia di Jakarta, 19 Agustus 2009 yang digelar SPS Pusat. Meskipun tidak menelaah melalui survei khusus, BPS memandang, melalui pendekatan kecenderungan sosial ekonomi masyarakat di waktu-waktu mendatang, bahwa industri pers, dari perspektif kebutuhan masyarakat, akan terus berkembang dan diminati.

Diduga, jika tidak terjadi hal-hal yang luar biasa, jumlah penduduk miskin terus menurun, jumlah yang memiliki daya beli relatif tinggi, meningkat. Jumlah mereka yang berpendidikan menengah ke atas pun meningkat, berarti potensi pembaca media cetak akan semakin tinggi. Ketika tingkat urbanisasi dari tahun ke tahun semakin meningkat, maka jumlah dan persentase penduduk yang tinggal di daerah perkotaan juga akan meningkat.

Dalam konteks media, era digital dengan *E-paper* akan terus berkembang, tetapi dalam dua dekade ke depan digitalisasi media belum akan menggeser minat untuk membaca media cetak. *E-paper* akan menjadi *trend* baru bagi kelompok terdidik yang bekerja di

perkantoran dan kaum profesional, sementara lapisan terbesar masyarakat Indonesia masih akan didominasi oleh kelompok besar di luar itu.

Semakin kompleksnya berbagai problema sosial, ekonomi dan budaya, akan merangsang makin beragamnya segmen pasar yang terbuka untuk perkembangan pers khususnya surat kabar dan majalah. Perkembangan atau ekspansi media elektronik terutama televisi tidak akan menggeser kecenderungan masyarakat untuk membaca.

Merujuk pada Susenas tahun 2000, Dwijono menuturkan, 78,9 persen masyarakat Indonesia menonton TV. Angka ini berkembang menjadi 85,9 persen pada tahun 2006 (data yang sama dari Susenas Modul Sosial Budaya tahun 2009 sedang dalam tahap pengolahan). Pada kurun waktu yang sama, angka pembaca surat kabar dan majalah meningkat dari 19,8 persen, menjadi 23,5 persen.

Dari sisi pers, SDM Indonesia yang bekerja di dunia pers akan semakin tinggi mutunya, seiring meningkatnya jumlah SDM terdidik di Indonesia. Kompetisi antar penerbitan pers atau surat kabar maupun media digital semakin kuat, mutu pers pun akan semakin tinggi. Perkembangan sosial-ekonomi Indonesia yang ke

depan diduga akan terus membaik, merupakan kesempatan yang sangat terbuka bagi semakin kuatnya perkembangan dunia pers.

### **Media cetak menyalib televisi**

Dominasi televisi secara umum dalam persaingan pangsa pasar media memang belum terpatahkan. Merujuk survei-survei Nielsen Indonesia dalam lima tahun terakhir, sejak 2005, penetrasi televisi cenderung stabil pada kisaran 92 – 95 persen terhadap populasi penduduk usia 10 tahun ke atas di sembilan kota yang mereka survei. Sebaliknya, radio justru mengalami penurunan penetrasi pada kurun yang sama dari sekitar 46% (2005), tinggal menjadi 39% (2009).

Serupa dengan radio, penetrasi (pembaca) surat kabar juga terus menurun. Dari posisi 28% (2005) menjadi 19% (2009). Adapun majalah dari 20% tinggal 12%, hampir sama dengan tabloid yang juga terkoreksi dari 20% ke 13%. Bioskop juga setali tiga uang, dari 13% menjadi 17% pada periode yang sama. Pada saat yang sama, internet menemukan masa keemasannya dengan melambungkan tingkat penetrasinya dari hanya 8% (2005) kini berkembang menjadi 17% (2009).

Dibanding kota-kota lain, Jogjakarta mencatatkan diri sebagai kota dengan



penetrasi koran tertinggi (46%) dibanding kawasan Bogor, Tangerang, dan Bekasi, yang memiliki penetrasi terendah (10%). Pasar majalah dan tabloid juga memperoleh penetrasi paling tinggi di Jogja, masing-masing 31% dan 26%. Ini menegaskan, bahwa Jogja dengan karakteristiknya sebagai kota budaya dan kota pelajar, memiliki media literasi dan kultur membaca yang paling kuat dibanding kota-kota lain di tanah air. Adapun kawasan dengan penetrasi koran terendah adalah Botabek (11%) disusul Gresik dan sekitarnya (12%).

Tak cuma penetrasi media cetak. Internet pun menemukan posisi tertinggi penetrasinya di Jogja (43%), disusul Semarang (31%) dan Jakarta (28%). Sedangkan penetrasi internet terendah saat ini di kawasan Botabek (11%).

Kendati mengalami penurunan tajam dalam hal penterasi pembaca, billing iklan media cetak yang dimonitor Nielsen Indonesia justru malah meningkat pesat. Pada tahun 2008, misalnya, pangsa pasar media cetak tumbuh 36% dari posisi Rp 4,8 triliun menjadi Rp 6,7 triliun. Sedangkan pada tahun 2009, terhitung sampai akhir semester I, *market share* iklan media cetak kembali tumbuh 23%, dengan volume Rp 8,2 triliun.

Pada kategori televisi, sekalipun secara volume masih meningkat, namun

persentase pertumbuhannya semakin menurun. Pada tahun 2008, iklan televisi cuma tumbuh 17 persen dibanding 2007, dengan volume Rp 12,1 triliun. Dan pada tahun 2009, hanya tumbuh 8% menjadi Rp 13 triliun. Pertumbuhan yang melambat juga berlangsung pada majalah dan tabloid. Jika pada 2008 keduanya bisa berkembang 24 persen terhadap 2007 dari Rp 619 miliar menjadi Rp 769 miliar, maka pada 2009 cuma tumbuh 3% ke posisi Rp 793 miliar.

Dengan kata lain, di saat *market share* televisi cenderung terus melemah, kini (2009) tinggal 59%, bandingkan dengan posisi 2000 yang masih 69%, maka pangsa pasar iklan koran malah meningkat ke posisi 37% (2009), jauh melejit dari posisi 2000 yang hanya 25%. Artinya dalam waktu 9 tahun terakhir, pangsa iklan koran tumbuh 12%. Sebuah angka yang fantastis. Sementara pangsa pasar majalah dan tabloid malah melemah dari 6% (2000) menjadi 4% (2009).

Menilik situasi tersebut, lalu apa yang harus dilakukan media cetak di zaman digital ini? Ika Jatmikasari, Associate Director Nielsen Media Indonesia menyarankan delapan langkah strategis (2009). Pertama, membangun kanal internet dan melakukan reportase dalam beragam *platform*. Mengutip Jay Rosen, seorang profesor jurnalisisme dari

New York University, yang mengatakan saat ini reporter koran harus mampu menulis atau melaporkan berita dari berbagai *platform* dan bukan cuma dari satu *platform* saja.

Mengapa harus demikian? Pasalnya, teknologi telah mengubah cara orang dalam mengonsumsi berita. Banyak di antara konsumen memang masih memperoleh informasi melalui media cetak. Namun banyak pula di antara konsumen yang telah berpindah untuk mendapatkan informasi melalui berbagai media sekaligus, seperti televisi, telepon seluler, dan internet.

Kedua, menjadi *niche media*. Model media massa tidak lagi bisa bekerja sebaik model internet, dan kini semakin banyak orang menemukan subyek dan bidang spesifik yang lebih menarik melalui internet. Oleh karena itu, koran harus mulai memperhatikan subyek-subyek yang lebih ceruk (*niche*).

Ketiga, integrasi laporan yang *real-time*. Jejaring sosial media (Facebook, Twitter, dll) telah menuntun *audience* untuk menyampaikan berita yang mereka buat sendiri. Koran dapat menggunakan media sosial ini untuk menyampaikan berita hangat tiap saat. Keempat, mendorong inovasi. Kelima, berinvestasi di bidang *mobile device*. Lebih banyak orang kini menggunakan telepon pintar dan memanfaatkannya untuk saling

berkoneksi. Dari hal inilah, terdapat potensial pendapatan yang bisa diperoleh. Media bisa mengutip kepada setiap pelanggan yang mengunduh aplikasi dari media tersebut, seperti halnya ketika memungut kepada pelanggan koran.

Keenam. Berkomunikasilah dengan pembaca muda. Media sosial (Facebook, Twitter, dll) telah mendorong orang untuk berkomentar terhadap apapun! Anda ingin pembaca koran berkomentar atau mengirim respons terhadap apa yang telah mereka baca? Satu hal yang perlu diperhatikan untuk membuat publik menilai sebuah koran adalah ketika koran itu memberikan “nilai” (*value*) kepada publik. Media harus berinteraksi dengan publik. Ketujuh, membangun komunitas. Surat kabar (dan versi web mereka) terlalu sederhana untuk diharapkan sekadar menyediakan informasi. Media juga harus menciptakan komunitas. Manfaatkanlah media sosial untuk membangun komunitas (koran) Anda. Dengan menciptakan komunitas, Anda telah menciptakan hubungan yang loyal dengan para pembaca.

Dan kedelapan, berlangganan atau gratis? Haruskah versi online surat kabar mengutip dari pembaca yang hendak mengaksesnya? Apa model terbaik untuk hal ini? Rupert Murdoch, CEO News Corp., mulai memungut bayaran dari

pembaca untuk semua informasi dari website. Mengapa? Surat kabar perlu menciptakan nilai bagi pembacanya dan menyediakan layanan yang orang mau untuk membayarnya!

Sungguh pun demikian, ini tidak berarti internet akan menggeser media cetak dalam kurun beberapa puluh tahun ke depan. Sebagaimana dinyatakan beberapa pakar. Kevin Sablan (Orange County Register), misalnya, “Berpijak dari pengalaman puluhan tahun dan mitos kuno tentang kantor yang tanpa kertas (*paperless*), saya tidak yakin media cetak akan pergi dari kehidupan saya.” Sementara Mathew Ingram (The

Globe and Mail), berpendapat, “Saya tidak berpikir website akan sepenuhnya pernah menggantikan koran. Saya masih mengira akan selalu ada orang yang menginginkan media cetak untuk berbagai alasan, termasuk kenyamanan, kemudahan menenteng, dll.”

Sebuah pendapat lain datang dari Paul Bradshaw (profesor jurnalisme dari Birmingham University). “Surat kabar sebagai sebuah *platform*, memiliki beberapa keuntungan dibanding website, baik secara teknis maupun kultural. Dan surat kabar cukup fleksibel untuk beradaptasi.”\*\*\*

*Asmono Wikan adalah Direktur Eksekutif Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) Pusat. Bisa dikontak melalui [asmono.wikan@gmail.com](mailto:asmono.wikan@gmail.com) dan <http://asmonowikan.wordpress.com>.*

#### **Sumber Rujukan:**

1. “Masa Depan Pers Indonesia”, Survei Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) Pusat, Jakarta, Juni 2009.
2. “Tentang BPS dan Masa Depan Pers Indonesia dalam Kacamata Statistik”, Subagio Dwijosumono, Deputi Bidang Statistik Produksi Badan Pusat Statistik (BPS), Jakarta, Agustus 2009.
3. “The Future of Newspaper Business in Indonesia”, Ika Jatmikasari, Associate Director Nielsen Media Indonesia, Jakarta

# Menilik Pers Lokal 10 Tahun Setelah Reformasi

Oleh Ignatius Haryanto

Sepuluh tahun kerap jadi tonggak untuk melakukan penilaian apapun, walaupun sepuluh tahun dalam ukuran penelitian sejarah, terbilang sangat singkat. Apalagi jika sepuluh tahun dikaitkan dengan peristiwa yang masih terjadi. Tentu ini masih merupakan suatu evolusi, ketimbang suatu fenomena sejarah yang cukup patut untuk diteliti.

Namun begitu, sesuatu perlu dikatakan atas pers lokal di Indonesia dalam kurun waktu tersebut. Sebelum memulai itu, penulis ingin memberikan sejumlah catatan terlebih dahulu. *Pertama*, penulis di sini hanya memberikan penilaian sejauh penulis melihat, terlibat, atau mengamati suatu fenomena. Tentu saja ini bukanlah studi serius yang menyeluruh, karena untuk itu membutuhkan waktu dan energi yang tak mungkin dilakukan dalam

waktu singkat.<sup>1</sup> *Kedua*, untuk membicarakan fenomena pers lokal secara lebih serius, bahan dasar untuk melakukan itu tak terkumpul di satu tempat. Boleh dibilang tak ada lembaga yang cukup memadai untuk mengumpulkan aneka surat kabar daerah (yang sangat dinamis itu) dalam satu tempat dan memungkinkan kerja seorang peneliti dilakukan: membongkar-bongkar, membaca, mengamati dengan tenang, melakukan perbandingan, memberikan catatan dan lain-lain. *Ketiga*, kesadaran dokumentasi dari para pelaku pers lokal sendiri seringkali ada di titik yang paling rendah, karena bahkan sebuah surat kabar lokal pun tak memiliki dokumentasi atas apa yang telah mereka produksi, atas apa yang telah mereka kerjakan, dan memungkinkan adanya suatu penelaahan lebih jauh.

---

<sup>1</sup> Sejumlah pihak lain secara parsial juga melakukan kajian-kajian singkat atau ulasan-ulasan atas fenomena pers lokal ini dalam berbagai perspektif untuk melakukan pemberdayaan atas pers lokal yang ada di Indonesia. Silakan lihat misalnya Marlon F. Hutajulu (ed.) *Pers yang Sehat Mendorong Otonomi Daerah yang Sehat*, Jakarta: Indonesia Media Law and Policy Center, 2007; J. Anto et.al, *Resolusi Konflik Melalui Jurnalisme Damai*, Medan: Kajian Informasi, Pendidikan dan Penerbitan Sumatera, 2005), Puji Rianto, "Pers Daerah, Profesionalisme, dan Demokrasi Lokal", dalam Rahayu (ed.) *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat kabar di Indonesia*, Jakarta: Dewan Pers & Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, 2006.

Berangkat dari catatan-catatan tersebut, maka ijinlah penulis membuat sejumlah catatan lain terhadap pers lokal di Indonesia (lebih tepat di sejumlah tempat saja, karena Indonesia lalu mengandaikan fenomena yang terjadi di 33 provinsi). Harus diakui, catatan ini adalah catatan terserak. Lebih mirip suatu mozaik. Gambaran yang tidak utuh. Ketimbang suatu catatan memadai yang lengkap atau komprehensif.

Untuk itu penulis mencoba untuk menguraikan gambaran ini lewat sejumlah problem: problem institusional, problem atas konten, dan problem etika serta integritas media dan wartawan.

### **Pers Lokal Pengawal Demokratisasi?**

Desentralisasi menjadi salah satu fenomena penting yang harus disebut dalam era 10 tahun terakhir, dimana kekuasaan pemerintah pusat yang besar di masa lalu (tepatnya pada jaman Orde Baru) kini tergantikan dengan diperkenalkannya otonomi daerah, walaupun pekerjaan ini masih terus dijalankan, direvisi di sana-sini, sambil kita melihat juga fenomena makin banyak pemimpin daerah (walikota, bupati, atau

gubernur) yang menjadi tersangka kasus korupsi di berbagai daerah. Tak pelak korupsi menjadi sesuatu yang terdesentralisasi juga.

Dalam situasi ini, dimana posisi pers lokal? Apakah ia turut mengawal proses demokratisasi yang ada, atautkah ia turut menjadi bagian dari persoalan yang ada? Tepatnya apakah kita sedang berbicara peran pers lokal sebagai solusi dari masalah korupsi, atautkah pers lokal justru merupakan bagian dari masalah korupsi.

Dalam keriuhan pillkada di sejumlah tempat kita mendapati bagaimana pers lokal ikut dalam hiruk pikuk tersebut, bukan semata sebagai pemberi informasi, tetapi kerap kali menjadi partisan secara terselubung atas kandidat-kandidat tertentu. Salah satunya misalnya adalah apa yang terjadi di Riau, sebagaimana ditulis oleh Nankyung Choi<sup>2</sup>. Sementara itu orang seperti Jack Snyder<sup>3</sup> ketika bicara tentang negara-negara baru paska jatuhnya otoritarianisme, telah jauh-jauh hari mengingatkan, bagaimana peran dari media sebagai pembuat opini publik yang bisa menyokong kepentingan para nasionalis sempit, karena pada masa awal demokratisasi terjadi, suasana berpendapat

---

<sup>2</sup> *Local Elections and Democracy in Indonesia: The Case of the Riau Archipelago*, Working Papers no. 91, Institute of Defence and Strategic Studies, Singapore, November 2005.

<sup>3</sup> *Dari Pemungutan Suara ke Pemungutan Suara (From Voting to Violence)*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2003.

bebas terjadi, pers lebih mudah didirikan, dan media bisa jadi alat bagi para maniak kekuasaan mengangkat kepentingannya.

Kerap kali memang pers jatuh dalam nasionalisme sempit dimana pers menjadi agen untuk mengobarkan nasionalisme kesukuan (ethno-nationalism) sebagaimana dihembuskan sejumlah elit politik.<sup>4</sup> Arah menuju ethno-nationalism di Indonesia dan sejumlah diskusi atas masalah konflik sosial dikemukakan oleh sejumlah peneliti, misalnya dalam buku yang diedit Edward Aspinall & Greg Fealy, *Power and Politics in Indonesia: Decentralisation and Democratisation*, 2003, juga pada karya Dewi Fortuna Anwar, Helene Bouvier, Glen Smith, & Roger Tol, eds, *Konflik Kekerasan Internal: Tinjauan Sejarah, Ekonomi, dan Kebijakan di Asia Pasifik*, Jakarta: 2004, juga dalam kajian berbagai peneliti dalam jurnal Indonesia milik Cornell University edisi 72 (Oktober 2001) dan edisi 73 (April 2002). Dan masih ada banyak lagi kajian lain soal dinamika otonomi daerah pasca reformasi tersebut.

Pers bisa jatuh terlibat dalam upaya memajukan nasionalisme sempit itu karena beberapa faktor penyebabnya. *Pertama*, banyak wilayah yang pertumbuhan ekonominya rendah, namun pers malah

tumbuh subur di sana. Untuk kota sebesar Ambon misalnya, ada 6 buah harian, dan 6 buah mingguan, yang total peredaran koran tak lebih dari 10.000 eksemplar.

*Kedua*, banyak pers didirikan lebih merupakan bagian dari agenda politik masing-masing elit, dan menjadikan media sebagai corong untuk membela kepentingannya. Lihat saja box redaksi di berbagai media daerah, maka nama para elit politik lokal tercantum di sana. Idiom “maju tak gentar membela yang bayar” sangat tepat menggambarkan situasi ini. Pengelola media ikut terbias dalam faktor bias kesukuan dalam pemilihan kepala daerah langsung ini. Seolah orang satu suku harus dibela, tak peduli benar atau salah.

*Ketiga*, beberapa koran ada juga yang didirikan dengan motif ekonomi, tapi jauh dari kerangka profesionalisme, tapi lebih bermotif untuk melakukan pemerasan lewat pemberitaan medianya.

*Keempat*, sangat sedikit profesionalisme jadi kerangka kerja bagi para wartawan lokal. Satu dua media yang cukup independen didirikan, tapi nasib mereka pun juga kembang Kempis.

Di luar itu, pers lokal sangat bergantung hidupnya pada langganan ratusan eksemplar dari kantor-kantor

---

<sup>4</sup> Lihat Ignatius Haryanto, “Pers Lokal dan Demokratisasi”, *Kompas* 30 Juni 2005.

pemerintahan. Selain itu mereka juga berharap agar iklan-iklan pelantikan pejabat akan masuk ke media-media mereka, dan anggaran rutin pemerintah dalam pos “komunikasi, informasi dan propaganda”.

Pada akhir tahun 2001, Aliansi Jurnalis Independen (AJI) misalnya pernah menghitung bahwa dana untuk wartawan yang dikeluarkan oleh 64 BUMN mencapai 864 milyar rupiah. Angka ini belum mencakup dana yang ada di berbagai departemen, pemerintah daerah, dan dinas-dinas. Kalau angka itu semua dijumlah, maka jumlahnya akan mencapai trilyunan rupiah.

Sangat sulit melihat pers bisa konsisten menyoroti kebobrokan aparaturnya pemerintah daerah, karena sekali kasus korupsi diangkat, maka setelah itu terjadi negosiasi antara pelaku korupsi dengan pengelola media, untuk menyingkirkan berita yang ‘tak menguntungkan’ tersebut. Jika suap tak mempan, maka intimidasi atau kekerasan fisik pun yang dilancarkan oleh pejabat tersebut.

Dari penelitian atas dinamika pers lokal di empat provinsi yang pernah dilakukan oleh Lembaga Studi Pers dan Pembangunan<sup>5</sup>, sejumlah kesimpulan yang ditarik menggambarkan hal-hal seperti:

- Liputan media lokal yang berkaitan dengan *good governance* telah mampu menekan pemerintah atau pejabat publik di tingkat lokal untuk meningkatkan kinerjanya, tetapi belum cukup konsisten sampai penuntasan sebuah kasus.
- Media/jurnalis masih sering merasakan hambatan dalam mendorong *good governance* karena kultur birokrasi yang tertutup. Banyak sedikitnya kasus korupsi terangkat ke permukaan seringkali karena hubungan personal yang mengakibatkan pemberitaan korupsi yang “putus” di tengah jalan, alias tak pernah diberitakan lagi.
- Media lokal masih belum mengoptimalkan perannya sebagai “anjing penjaga” demokrasi di tingkat lokal. Orientasi pemberitaan belum mengarah pada upaya “muckraking” (upaya untuk memberantas korupsi) seperti yang dilakukan oleh koran legendaris seperti *Indonesia Raya* pada tahun 1969 hingga 1974.
- Media lokal yang tergabung dalam grup media besar cukup meng-

---

<sup>5</sup> Tim LSPP, *Media Sadar Publik: Media Lokal Mewartakan Korupsi dan Pelayanan Publik*, Jakarta: LSPP, 2005. Riset difokuskan pada 4 provinsi: Jawa Barat, Lampung, Kalimantan Barat, dan Nusa Tenggara Barat.

ungkapkan isu-isu korupsi, tetapi ketika menyangkut kepentingan korporasinya, isu korupsi cenderung diabaikan.<sup>6</sup>

### **Pers Lokal dan Pilkada<sup>7</sup>**

Ada dua hal yang perlu dicatat di sini dalam keterkaitan antara pers lokal dan pemilihan kepala daerah secara langsung. Di satu sisi pers lokal sebagai sarana informasi dan juga sarana hiburan, kerap kali menjadi ajang untuk kampanye lewat media massa dengan pemuatan iklan-iklan politik dari para kandidat yang sedang bertarung. Menjadi suatu praktik umum di mana media massa di berbagai wilayah tak bisa beroperasi sebagai perusahaan yang sehat, tidak profesional, dan menunjukkan ketergantungan yang sangat besar pada dinamika yang terjadi dalam politik lokal (mulai dari soal langganan koran oleh kantor-kantor pemerintah, iklan ucapan selamat kepada pejabat, hingga berbagai bentuk suap lainnya).

Tak mudah bagi masyarakat luas untuk mengetahui praktik macam ini, namun masyarakat inilah yang pertama kali akan merasakan dampaknya, dalam rupa pemberitaan yang bias pada salah

satu tokoh politik, dan jika berbagai kontestan juga berkompetisi untuk memengaruhi isi media lokal, maka media dan jurnalis mau tak mau masuk dalam panggung pertarungan politik pula.

Fenomena lain yang juga patut disebut di sini adalah bagaimana para wartawan yang bekerja untuk media massa, yang bertugas untuk menjadi penyalur informasi, dalam kesempatan lain, berubah menjadi kandidat politik terutama ketika terjadi pemilihan umum nasional dimana dilakukan pula pemilihan anggota dewan perwakilan rakyat baik di pusat, tingkat provinsi dan tingkat kabupaten atau kota. Pada pemilihan umum 2009 lalu misalnya, diduga ratusan wartawan mencoba untuk “mengadu nasib” dengan menjadi kandidat Anggota Dewan dari pelbagai tingkat.<sup>8</sup> Sekadar gambaran, untuk wilayah Gorontalo ada enam wartawan yang berlaga dalam pemilu tersebut. Di Sulawesi Utara ada 14 nama, di Jawa Timur ada tujuh nama, di Sulawesi Selatan ada 10 nama, di Sumatera Barat ada 10 nama, di Binjai ada 20 wartawan, dan di Kalimantan Barat ada 9 nama.

Tentu saja adalah hak setiap orang untuk berpindah profesi, memilih bidang

---

<sup>6</sup> *Media Sadar Publik*, hal. 101-102

<sup>7</sup> Beberapa bagian dari argumentasi ini pernah penulis tulis dalam artikel: “Pers Lokal dan Pilkada”, *Kompas* 11 Februari 2005.

<sup>8</sup> Lihat Ignatius Haryanto, “Wartawan Calon Anggota Legislatif 2009”, *Kompas* 7 November 2008.



tantangan baru, namun pertanyaan mendasar yang hendak diajukan di sini adalah: apakah profesi kewartawanan dianggap hanya suatu batu loncatan untuk masuk ke bidang pekerjaan lain, ataukah pekerjaan wartawan dianggap suatu bidang yang memang bisa menawarkan personel-personel yang nantinya bisa masuk dalam rekrutan bidang-bidang lain. Apapun jawabannya, yang paling menjadi perhatian penulis di sini adalah bagaimana independensi, sebagai nilai paling utama dari dunia jurnalistik, tidak dikorbankan dengan adanya perpindahan posisi seperti ini. Wartawan yang memang siap masuk

dalam dunia politik, harus siap juga meninggalkan dunia jurnalistik, dan tidak mencampuri dua dunia yang kadang sering bertolak kepentingan ini.

### **Problem atas isi pers lokal**

Penulis pernah melakukan penelusuran atas berbagai pengaduan yang masuk ke Dewan Pers, maka ditemukan bahwa pengaduan masyarakat kepada Dewan Pers terutama menyangkut akurasi dari pers, dan ketidakberimbangan atau tidak adanya konfirmasi yang dilakukan terhadap pihak tertentu. Silakan melihat tabulasi di bawah ini:

*Pengaduan Publik ke Dewan Pers Berdasar Kategori Permasalahan<sup>9</sup>*

Masalah Pengaduan	Tahun			Total
	2000	2001	2002	
1. Tidak konfirmasi	1	8	11	20
2. Akurasi fakta dan data	4	9	20	33
3. Pemaksaan wawancara	-	-	2	2
4. Pornografi	1	2	-	3
5. Salah interpretasi	1	1	2	4
6. Membantah pernah diwawancara	-	-	2	2
7. Tidak berimbang	2	-	2	4
8. Bahasa kasar	-	-	2	2
9. Sumber anonim	1	-	-	1
10. Tidak diberi hak jawab	2	-	-	2
11. Tidak melindungi objek berita	-	1	-	1
12. Tulisan berita subjektif	-	-	1	1
13. Pelayanan media tak memuaskan	-	-	1	1
14. Menghina etnis tertentu	-	-	1	1
TOTAL	12	21	42	77

<sup>9</sup> Tabulasi ini dikerjakan oleh Yoseptin T. Pratiwi, dikutip dari paper Ignatius Haryanto, "Dibuat untuk Dilanggar? Studi Awal tentang Laporan Masyarakat kepada Dewan Pers Pasca Reformasi (2000-2002), paper untuk diskusi "Mengapa Kode Etik Perlu Diperluas?" dalam *Kongres Masyarakat Media*, yang diselenggarakan oleh Aliansi Jurnalis Independen, Jakarta, 16 Maret 2005. Tabulasi semacam ini mungkin menarik untuk terus dilakukan perbandingan dengan kondisi yang lebih muktahir sembari memeriksa sudah seberapa membaik kinerja pers Indonesia saat ini.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewan Pers pada tahun 2007, posisi atas pengaduan masyarakat kepada Dewan Pers yang menyangkut masalah isi berita tak jauh dari posisi di atas dimana masalah akurasi masih menjadi faktor utama yang dikeluhkan masyarakat (26%), dan kemudian juga menyangkut masalah ketidakberimbangan (17%), ataupun masalah tidak melakukan verifikasi/konfirmasi (17%).<sup>10</sup>

Kasus yang terlihat cukup jelas misalnya adalah bagaimana dua buah surat kabar yang ada di wilayah Sumatera Utara, terlibat dalam polemik berkepanjangan yang menyangkut isu rencana pembentukan Provinsi Tapanuli dimana surat kabar *Sinar Indonesia Baru* adalah kelompok pendukung pembentukan provinsi baru tersebut, sedangkan koran *Waspada* termasuk pihak yang mengkritik rencana pembentukan provinsi tadi. Polemik yang terjadi makin kasar dan makin menggunakan kata-kata makian yang tak pantas ketika akhirnya demonstrasi pembentukan provinsi Tapanuli itu

berakhir dengan kematian Ketua DPRD I Sumatera Utara, Abdul Azis Angkat, pada tanggal 3 Februari 2009.<sup>11</sup>

### **Pelanggaran etika dalam pers lokal**

Sayang tak ada data yang bisa dirujuk untuk melihat bagaimana pelanggaran etika yang terjadi dalam pers lokal sebagaimana yang dilaporkan oleh masyarakat. Mungkin data semacam ini perlu juga diolah untuk bisa mendapatkan gambaran atas pers lokal dengan lebih tajam. Di sisi lain penulis berpendapat bahwa dengan posisi Dewan Pers yang hanya ada di Jakarta, membuat kasus-kasus pelanggaran etika yang terjadi di berbagai wilayah Indonesia menjadi tidak terdeteksi. Sudah waktunya Dewan Pers membuka kantor cabang untuk menerima pengaduan dari berbagai wilayah, karena hal ini sebenarnya sudah pernah dibicarakan juga pada saat melakukan revisi atas Kode Etik Jurnalistik pada tahun 2006 lalu.

Paling tidak pelanggaran yang diajukan kepada Dewan Pers di atas menyangkut masalah isi berita, namun jika

<sup>10</sup> Lihat Lukas Luwarso et al. *Mengelola Kebebasan Pers*, Jakarta: Dewan Pers, 2008, hal. 102.

<sup>11</sup> LSPP dan KIPPAS melakukan penelitian terhadap fenomena ini *Perang Protap di Sinar Indonesia Baru dan Waspada: Analisis Isi Kecenderungan Pemberitaan Isu Pembentukan Provinsi Tapanuli pada Surat Kabar Sinar Indonesia Baru dan Waspada Periode 28 Januari - 10 Februari 2009*, Jakarta & Medan, Maret 2009. Ringkasan penelitian ini bisa lihat pada tulisan Ignatius Haryanto & J. Anto, "Perang Protap di Sinar Indonesia Baru dan Waspada", *Jurnal Dewan Pers*, Juni 2009.

menyangkut pelanggaran etika, tentu saja tidak hanya melihat dari aspek penulisan /penyiaran berita semata, tetapi juga menyangkut masalah sejak pencarian informasi dilakukan.

Jika mencermati aneka kasus yang terdokumentasikan dalam bulletin ETIKA yang dikelola oleh Dewan Pers, maka persoalan yang dihadapi oleh pers lokal tidak jauh dari gugatan masyarakat atau pihak yang merasa dirugikan oleh pers, baik menyangkut akurasi, ketidakberimbangan informasi, proses pencarian informasi yang kerap mengabaikan privasi dari narasumber dan lain-lain. Belum lagi jika kita melihat pelanggaran etika yang menyangkut sensor atas berita-berita yang dilakukan media dari grup-grup besar, yang kerap kali batal menayangkan berita yang dianggap merugikan kepentingan grup media atau kongsi bisnis mereka.<sup>12</sup> Belum lagi jika masuk pada masa pemilihan kepala daerah secara langsung dimana independensi redaksi bisa mudah dikorbankan karena kepentingan-kepentingan pragmatis semata.

### **Apa jalan keluarnya?**

Pers lokal harus makin profesional, dan menggunakan standar umum

jurnalisme sebagai pegangan untuk tidak jatuh dalam pandangan-pandangan sempit yang ada. Persoalan independensi memang menjadi masalah berat bagi pers lokal, dan soal kemampuan wartawan yang tidak terasah oleh pelatihan yang baik, juga menjadi faktor penyebab kondisi ini.

Para pengelola media lokal harus diingatkan bahwa kekuasaan berumur lebih pendek daripada sebuah pers yang independen. Pers yang independen akan hidup melewati berbagai penguasa politik, dan jika ia dicintai oleh pembacanya pers akan terus bertahan.

Pelatihan, pendidikan, dan investasi lain terhadap manusia-manusia yang menjadi pelaku pers lokal harus makin ditingkatkan. Liputan yang lebih mendalam, lebih investigatif perlu dikedepankan untuk membuat pers lokal menjadi lebih memikat bagi masyarakat setempat.

Harus pula diingat bahwa membela kepentingan politik salah satu kontestan berarti telah mengingkari hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar dan berimbang. Prinsip atas hak memperoleh informasi ini haruslah ditekankan karena ini merupakan bagian dari perlindungan hak asasi manusia global. Pemberitaan yang bias akan

---

<sup>12</sup> Ulasan atas masalah ini lihat Ignatius Haryanto, "Media Ownership and Its Implication to Journalists and Journalism in Indonesia", dalam Krishna Sen & David T. Hill (eds.) *Politics and the Media in The Twenty-First Century Indonesia: Decade of Democracy*, London: Routledge, 2011. (akan segera terbit)

merugikan masyarakat luas. Media yang telah jatuh dalam favoritisme atas kelompok politik tertentu akan membuat masyarakat tak lagi percaya pada media tersebut. Padahal kepercayaan masyarakat (kredibilitas) adalah hal yang mahal dan sulit untuk diraih. Sekali kepercayaan itu ternodai, pers akan ditinggalkan masyarakat.

Selain itu pihak Dewan Pers juga harus melakukan pengawasan secara lebih proaktif ketimbang menunggu pengaduan yang datang dari masyarakat. Pelanggaran etika yang tidak dilaporkan kepada Dewan Pers jauh lebih banyak daripada yang dilaporkan, dan untuk itu Dewan Pers harus mengambil sikap

untuk bisa menjaring lebih banyak pengaduan dari masyarakat-masyarakat yang jadi *stakeholders* dari pers lokal tersebut.

Sementara itu lembaga-lembaga seperti *media watch* ataupun para peneliti media perlu makin dapat dukungan untuk menjadi bagian yang sama-sama berupaya untuk meningkatkan performa dari pers lokal tersebut. Pendeknya, upaya untuk makin meningkatkan profesionalitas pers lokal bukan semata pekerjaan dari pengelola pers lokal itu sendiri, namun sebagai suatu kerjasama lintas pihak untuk membuat pers yang profesional yang sekaligus bermakna untuk kepentingan publik yang lebih luas.\*\*\*

*Ignatius Haryanto adalah Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP).*



# **Kecenderungan Pemberitaan Kasus Korupsi Pada Surat Kabar *Analisa, Waspada, Sumut Pos, Sinar Indonesia Baru, dan Serambi Indonesia* Periode 1 Agustus-13 September 2010**

**Oleh Abdi Rufinus Tarigan, Pemilianna Pardede dan J Anto**  
(Yayasan Kajian Informasi, Pendidikan dan Penerbitan Sumatra (KIPPAS) Medan)

## **Pendahuluan**

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam *Forum Kerja Sama Ekonomi Asia Pasifik (APEC)* menyatakan bahwa saat ini korupsi adalah musuh terbesar Indonesia selain terorisme.

Dalam kaitan “perang media melawan korupsi”, kewajiban jurnalisme yang oleh Lasswell dan Wright (dalam McQuail, 1987) disebut fungsi pengawasan sosial (*surveillance*), adalah melakukan upaya distribusi informasi dan interpretasi obyektif tentang berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan di luar lingkungan sosial dengan tujuan kontrol sosial agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Dalam konteks pemberantasan korupsi, media massa berkewajiban

melakukan pemantauan sosial agar tindak korupsi dapat dicegah, jika belum terjadi atau dibongkar jika telah/sedang terjadi.<sup>1</sup> Pasal 6 Undang-undang Pers No. 40/1999 menyebutkan bahwa media harus bisa menjalankan fungsi kontrol perilaku, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang menjadi keprihatinan publik.

Namun dalam konteks pemberitaan korupsi, media juga dituntut memberikan pemberitaan yang akurat, independen, dan kritis. Tiga unsur pemberitaan ini sesuai dengan prinsip transparansi yang merupakan salah satu konsep *good governace*.

Pertanyaannya, seperti apa kecenderungan pemberitaan korupsi pada

---

<sup>1</sup> Deputi Pencegahan KPK Eko Soesanto Tjiptadi dalam Lokakarya Media bertajuk *Peran Jurnalis dalam Pemberantasan Korupsi* di Semarang, Kamis (29/4), Tempo Interaktif.

suratkabar cetak yang terbit di Medan dan Aceh?

Untuk memperoleh gambaran kecenderungan pemberitaan korupsi di surat kabar Medan dan Aceh, Yayasan KIPPAS didukung Yayasan TIFA Jakarta belum lama ini melakukan riset pemberitaan korupsi pada surat kabar *Analisa*, *Waspada*, *Sumut Pos*, *Sinar Indonesia Baru* dan *Serambi Indonesia*. Riset itu bertujuan untuk memperoleh gambaran kecenderungan keseriusan kelima surat kabar ketika memberitakan korupsi.

Ada beberapa parameter yang diriset, yaitu frekuensi pemberitaan korupsi, ada tidaknya berita lanjutan kasus korupsi, sumber liputan, kasus korupsi yang diberitakan, *treatment* yang diberikan media, dan jenis berita yang dimunculkan.

Frekuensi yang dimaksud dalam riset ini adalah jumlah berita korupsi yang diberitakan oleh kelima surat kabar sepanjang periode pemberitaan yang diriset. Semakin banyak berita korupsi yang diangkat, semakin tinggi dukungan surat kabar terhadap agenda pemberantasan korupsi. Asal berita yang dimaksud adalah darimana surat kabar memperoleh informasi korupsi yang dimuatnya, apakah hasil liputan sendiri, atau berasal dari sumber lain atau bukan hasil liputan surat kabar bersangkutan. Sedangkan kesinambungan berita (*follow-up news*)

adalah berita lanjutan dari kasus korupsi yang pernah diberitakan sebelumnya. Adanya berita lanjutan mencerminkan keseriusan surat kabar dalam agenda pemberantasan korupsi. Sedangkan orientasi liputan berita dibedakan antara yang berorientasi positif dan negatif. Orientasi positif jika dalam berita tersebut ada rekomendasi penyelesaian kasus korupsi, sedangkan orientasi negatif jika pemberitaan cenderung membela para pelaku korupsi dengan memilih narasumber yang seluruh pendapatnya atau pernyataannya menolak tuduhan korupsi yang ditujukan kepada tersangka korupsi.

Surat Kabar *Analisa*, *Waspada*, *Sinar Indonesia Baru* dan *Serambi Indonesia* dipilih, karena merupakan surat kabar yang representatif, baik dari sisi oplah maupun periodisasi, kecuali *Sumut Pos* yang merupakan surat kabar yang terbit pasca reformasi, namun mampu bertahan sampai sekarang. Periode riset adalah 1 Agustus-13 September 2010. Periode ini dipilih karena pada rentang waktu tersebut, ada beberapa kasus penting berkaitan dengan korupsi. Pertama temuan investigasi Indonesia Corruption Watch (ICW) yang menyatakan bahwa Provinsi Sumatera Utara merupakan provinsi terkorup di Indonesia, kedua maraknya pemberitaan kasus korupsi yang

dilakukan mafia pajak, Gayus Tambunan cs. Sampel penelitian adalah seluruh berita korupsi yang dimuat kelima media selama periode riset.

## Hasil-Hasil Penelitian

### Rata-rata Ada 5 Berita Korupsi Per Hari

Selama periode tersebut, kelima surat kabar memuat 215 berita korupsi, baik yang terjadi di Sumut, Aceh dan maupun di luar Sumut. Surat kabar yang paling banyak memuat berita korupsi adalah *Sinar Indonesia Baru* 66 berita (31%), *Serambi Indonesia* 51 berita (24%), *Waspada* 45 berita (21%), *Analisa* 35 berita (16%) dan *Sumut Pos* memuat 18 berita (8%), seperti dapat dibaca tabel 1.

Dari tabel 1, diperoleh rata-rata jumlah berita korupsi yang dimuat kelima surat kabar adalah 5 berita per hari. *Sinar Indonesia Baru* merupakan surat kabar yang paling banyak memberitakan berita korupsi (1,5 berita per hari) atau 3 berita

per dua hari, *Serambi Indonesia* (1,3 berita per hari) 4 berita per tiga hari, *Waspada* (1,02 berita per hari) 1 berita per hari, *Analisa* (0,9 berita per hari) 1 berita dua hari, dan *Sumut Pos* (0,45 berita per hari) 1 berita per tiga hari.

Tingginya pemberitaan korupsi di SIB, karena surat kabar ini banyak memberitakan kasus mafia pajak yang dilakukan Gayus Tambunan cs. Dengan kata lain surat kabar ini lebih banyak mengangkat kasus korupsi yang terjadi di luar Sumut. Kasus non lokal diangkat intensif oleh SIB karena subjek berita adalah orang Batak, dalam hal ini Gayus Tambunan. Hal ini sesuai dengan asas *proximity psikografis*, dimana segmen pembaca surat kabar ini mayoritas masyarakat Batak, terutama yang berdiam di daerah Tapanuli Utara, Siantar dan Medan. Dapat dikatakan segmen pembaca SIB ini tergolong fanatik yang tak mengenal stratifikasi sosial. Baik yang miskin maupun kaya, yang berpangkat maupun pekerja kasar, kalau mereka

**Tabel 1. Frekuensi pemberitaan korupsi**

**N= 215**

Media	Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB		Serambi Indonesia		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Liputan korupsi	35	16%	45	21%	18	8%	66	31%	51	24%	215	100%



adalah orang Batak, umumnya mereka berlangganan SIB. Fanatisme pembaca SIB sebenarnya tak lepas dari rubrik-rubrik yang ada, yang umumnya memang ditujukan untuk masyarakat Batak, misalnya rubrik “Marsipature Hutanabe”. SIB juga menjadi referensi masyarakat Batak untuk mengetahui sanak keluarga dan ikatan klan baik yang tengah mengadakan pesta perkawinan, kematian, pertemuan marga, pelantikan pejabat dsb.<sup>2</sup>

Berkebalikan dengan SIB, *Sumut Pos* merupakan surat kabar yang paling sedikit memberitakan kasus korupsi, walau hasil Riset ICW pernah dijadikan *headline* oleh surat kabar ini. Namun demikian, berita korupsi lokal yang dimuat hanya berfokus pada dugaan korupsi yang dilakukan Syamsul Arifin, bekas bupati Langkat yang sekarang Gubernur Sumut.

### Sebanyak 37 Persen Berita Korupsi Mengutip Media Lain

Selain meliput sendiri, hasil riset menunjukkan kelima surat kabar masih banyak (37%) yang membuat berita korupsi dengan mengutip dari media lain seperti Kantor Berita *Antara*, *Detik.com*, *Viva News*, *Suara Pembaruan*, dan *Pos kota*. Surat kabar yang paling banyak mengutip media lain adalah SIB, 45 berita, *Serambi Indonesia* 17 berita, *Waspada* 11 berita, *Analisa* 10 berita. *Sumut Pos* adalah surat kabar yang tidak mengutip satupun berita dari media lain. Semua berita yang dimuat *Sumut Pos* adalah hasil liputan sendiri. *Analisa* menyajikan berita liputan sendiri adalah 25 berita (71%), *Waspada* 36 berita (69%), dan *Serambi Indonesia* 35 berita (67%), dan yang paling sedikit melakukan liputan sendiri adalah harian *SIB* 21 berita (59%).

**Tabel 2. Asal Berita Korupsi**  
N = 225

Asal Pemberitaan		Media										Total	
		Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB		Serambi			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Sumber Berita	Liputan sendiri	25	71%	36	69%	17	94%	21	29%	35	67%	134	59%
	Konferensi pers	0	0%	5	10%	0	0%	0	0%	0	0%	5	2%
	Kutipan dari media lain	10	29%	11	21%	0	0%	45	66%	17	33%	83	37%
	Lainnya	0	0%	0	0%	1	6%	3	4%	0	0%	4	2%
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>225</b>	<b>100%</b>

<sup>2</sup> Proximity psikografis artinya fakta yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas pembaca. Seperti harian SIB memberitakan berita kasus mafia pajak Gayus Tambunan lebih intensif, karena yang bersangkutan merupakan orang Batak.

### Kesinambungan Berita (Follow-up News)

Hasil riset menunjukkan, kelima surat kabar sebenarnya sudah melakukan *follow-up* terhadap berita-berita korupsi yang dimuat. Namun, berita *follow up news* itu umumnya dilakukan pada berita korupsi di luar Sumut. Misalnya untuk kasus Gayus, hampir semua media memuat kelanjutan/kesinambungan berita tersebut. *Serambi Indonesia* adalah surat kabar yang paling banyak melakukan *follow-up* berita korupsi yaitu sebanyak 35 berita (69%), *Analisa* 23 berita (66%), *Sumut Pos* 10 berita (56%), *Sinar Indonesia Baru* 36 berita (55%), dan yang terakhir adalah harian *Waspada* 21 berita (47 %). Tabel kesinambungan berita adalah sebagai berikut:

sejauhmana pemerintah telah menangani kasus-kasus korupsi. Kesinambungan kasus pemberitaan korupsi sangat penting sehingga masyarakat bisa memahami sampai dimana keseriusan penanganan kasus korupsi dan siapa saja orang yang terlibat didalamnya.

### Orientasi Liputan

Dari hasil riset menunjukkan bahwa tidak semua berita korupsi yang dimuat berorientasi positif. Ada beberapa media yang memberitakan kasus korupsi dengan orientasi negatif. Dari 215 pemberitaan korupsi yang dimuat kelima media, ada 9 berita (4%) yang berorientasi negatif. *Serambi Indonesia* memuat 4 berita, *Sinar Indonesia Baru* 2 berita, *Waspada*

**Tabel 3. Kesinambungan berita**

Media	Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB		Serambi Indonesia		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kesinambungan Berita												
Isu baru	12	34%	24	53%	8	44%	30	45%	16	31%	90	42%
<i>Follow-up</i>	23	66%	21	47%	10	56%	36	55%	35	69%	125	58%
Jumlah	35	100%	45	100%	18	100%	66	100%	51	100%	215	100%

Walaupun surat kabar selalu mencari berita yang paling aktual, namun media memegang peranan penting untuk mengawal penanganan korupsi. Media harus tetap menginformasikan kepada masyarakat perkembangan tentang

2 berita dan *Analisa* 1 berita. Seperti terlihat pada tabel 4. Meskipun kecil namun hal ini menjadi satu keprihatinan karena idealnya berita korupsi harus ditujukan untuk membantu penegak hukum membawa para koruptor ke pengadilan.

**Tabel 4: Orientasi Pemberitaan Korupsi**

Orientasi Berita	Media										Total	
	Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB		Serambi Indonesia			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Positif</b>	34	97%	43	95%	18	100%	64	97%	47	92%	206	96%
<b>Negatif</b>	1	3%	2	5%	0	0%	2	3%	4	8%	9	4%
<b>Jumlah</b>	35	100%	45	100%	18	100%	66	100%	51	100%	215	100%

Idealnya, penulisan berita korupsi untuk membantu aparat penegak hukum mengumpulkan informasi. Selain itu pemberitaan kasus korupsi juga memberikan informasi kepada masyarakat tentang penyalahgunaan wewenang oleh para pejabat atau elit politik sehingga masyarakat mengetahui ada kejahatan yang tidak termaafkan yang merampas hak-hak mereka. Masyarakat tentu sangat mengharapkan bahwa orientasi pemberitaan korupsi adalah untuk mendukung pemberantasan korupsi. Tapi kenyataannya masih ada media menyajikan pemberitaan korupsi dengan orientasi negatif.

**Liputan Korupsi Lokal Kurang Maksimal**

Hasil riset menunjukkan bahwa surat kabar *Analisa*, *Waspada*, *Sinar Indonesia Baru* kurang maksimal

meliput isu lokal Sumut. Yang dimaksud dengan berita korupsi lokal Sumut adalah berita korupsi di daerah dimana surat kabar yang diteliti terbit. Sedangkan korupsi non lokal adalah korupsi yang terjadi di luar Sumut. Dalam arti media lokal belum fokus pada kasus-kasus korupsi lokal. Banyak kasus lokal tidak diliput oleh keempat surat kabar, padahal peran media sebagai “*watchdog*” dan kontrol sosial seharusnya mengungkap dan memberitakan lebih banyak kasus – kasus korupsi yang terjadi di tingkat lokal.

Dari empat media cetak yang diteliti, *Sinar Indonesia Baru*, lebih fokus kepada liputan korupsi non lokal. Dua media yaitu *Waspada* dan *Analisa* memberikan porsi liputan yang hampir berimbang antara liputan korupsi non lokal dan liputan korupsi lokal. Sedangkan *Sumut Pos* <sup>3</sup>/<sub>4</sub> beritanya adalah kasus korupsi lokal seperti tabel 5 berikut:

**Tabel 5: Jumlah Pemberitaan Kasus Korupsi Lokal dan Non Lokal**

Pemberitaan	Media								Total	
	Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kasus korupsi Non lokal	17	49%	20	44%	6	33%	38	58%	83	51%
kasus korupsi lokal Sumut	18	51%	25	56%	12	67%	28	42%	81	49%
<b>Jumlah</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

### **Kecenderungan Pemberitaan Korupsi Lokal**

Dari hasil penelitian pemberitaan kasus korupsi lokal oleh empat media yang terbit di Medan, terlihat beberapa kecenderungan pemberitaan sebagai berikut: Pemberitaan tentang korupsi lokal pada umumnya hanya meliput dari satu sisi. Jurnalis hanya mengandalkan satu narasumber yaitu kejaksaan atau kepolisian. Padahal peliputan yang berimbang (*cover both sides*) harusnya menjadi tekanan pada pemberitaan kasus korupsi. Namun kenyataannya hampir semua pemberitaan korupsi lokal merupakan liputan satu sisi. Pada umumnya media tidak membuat berita lanjutan untuk berita lokal, artinya tidak ada kesinambungan berita lokal (*Follow-up News*). Liputan korupsi lokal hanya dilakukan pada saat isu muncul. Tetapi media tidak melakukan liputan lanjutan

untuk mengetahui informasi mendalam tentang kasus tersebut. Tidak heran kalau dalam pemberitaan media, isu korupsi lokal tersebut hanya muncul sekali atau maksimal dua kali, setelah itu beritanya “putus”. Kecuali *Sumut Pos* yang intens meliput kasus dugaan korupsi mantan Bupati Langkat, Syamsul Arifin.

### **Pelaku Korupsi Eksekutif**

Dari keseluruhan isu korupsi lokal yang diliput, hasil penelitian menunjukkan bahwa yang paling banyak melakukan korupsi di tingkat lokal Sumut adalah eksekutif 83 (82%), pejabat BUMN 9 (9%), Anggota DPRD 4 (4%), Jaksa 2 (2%) dan Polisi 1 (1%). Eksekutif sebagai pelaku korupsi lebih banyak dimuat *Waspada* 30 kali, SIB 25 kali, *Analisa* 17 kali dan *Sumut Pos* 10 kali. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 6 berikut.

**Tabel 6: Pelaku Korupsi**

Pelaku Korupsi	Media								Total	
	Analisa		Waspada		Sumut Pos		SIB			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Eksekutif</b>	17	74%	30	83%	10	83%	25	86%	83	82%
<b>Jaksa</b>	1	4%	0	0%	0	0%	1	3%	2	2%
<b>Anggota DPRD</b>	1	4%	2	6%	0	0%	1	3%	4	4%
<b>Pejabat BUMN</b>	2	9%	4	11%	2	17%	1	3%	9	9%
<b>Polisi</b>	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
<b>Lainnya</b>	1	4%	0	0%	0	0%	1	3%	2	2%
<b>Jumlah</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

### Saatnya Investigasi

Dengan Temuan ICW ini, media lokal seharusnya mulai tanggap dan lebih meningkatkan perannya sebagai pengawas (*Watchdog*) dan kontrol sosial untuk ikut serta membongkar kasus-kasus korupsi yang terjadi di Sumatera Utara. Bukan saatnya lagi media hanya *mengendus* dengan menuliskan berita yang ada, tetapi juga harus berani *menyalak* mulai melakukan jurnalisme investigasi untuk bisa menemukan kasus-kasus korupsi yang saat ini belum terungkap. Memproses kasus korupsi dan penyelewengan yang dilakukan para pejabat tidak semudah menyelesaikan kasus sengketa biasa. Dibutuhkan waktu yang cukup lama dan dana yang tidak sedikit untuk mengusut pidana semacam

ini. Namun kurangnya kemauan pemerintah dan para penegak hukum merupakan masalah yang paling utama. Dalam kasus seperti ini, sumbangan media menjadi sangat penting.

Dalam banyak kasus korupsi, pengungkapan kasus oleh media dinilai cukup efektif mendorong polisi dan lembaga lain yang bertanggung jawab untuk segera turun tangan – atau bekerja lebih keras untuk mengusutnya. Kalaupun pemberitaan media tidak mampu menggerakkan polisi untuk melakukan pengusutan, setidaknya media bisa membuat publik sadar ada praktik pelanggaran hukum yang terjadi namun dibiarkan padahal kasus tersebut tak bisa dimaafkan karena yang sangat dirugikan adalah publik.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> *Memantau Korupsi Pemilu*, Indonesia Corruption Watch, Tifa, Jakarta, 2009, hal 94

Untuk mengungkap kasus-kasus korupsi yang terjadi di Sumut dan membantu membawanya ke pengadilan, media lokal tidak cukup hanya melakukan liputan *hard news* atau *stright news*. Berita-berita korupsi ini akan lebih terasa dampaknya jika digali dengan *investigative reporting*, minimal dengan *indepth reporting*. Hal ini memang tidak mudah dilakukan karena membutuhkan perhatian yang lebih serius, dan sumber daya yang lebih besar. Praktik korupsi—yang biasanya bukan fakta yang terang benderang—tidak bisa mengungkap apa-apa jika dikerjakan dengan sistem sambilan atau sampingan dari rutinitas jurnalis menulis untuk menghasilkan dua sampai tiga berita setiap hari. Kualifikasi ini menuntut bukan hanya kesediaan jurnalis untuk meluangkan pikiran dan waktu, tapi juga kesungguhan media untuk memberikan sejumlah keleluasaan dan dukungan.

Kasus korupsi yang menggurita di Sumatera Utara memang dianggap sebagai “isu biasa” karena banyak ditemui hampir di semua pemberitaan media. Tetapi isu korupsi ini menjadi nampak biasa karena didekati dengan tehnik liputan yang juga biasa. Sebut saja beberapa kasus korupsi yang melibatkan pejabat di Sumatera Utara hingga saat ini tidak berujung kemana-mana, bahkan

pejabat bersangkutan masih aktif menjabat.

Saatnya jurnalis lokal di Sumut untuk mengangkat isu yang dianggap “biasa” itu menjadi hal yang luar biasa. Cukup banyak berita-berita besar karya *investigative reporting* bermula dari berita biasa. Salah satunya adalah kasus Watergate, berita investigasi yang dilakukan Bob Woodward dan Carl Bernstein dari *Washington Post*, juga merupakan berita bermula dari upaya penyusupan di markas Partai Demokrat. Minimnya pemberitaan media saat berita itu ditulis pada masa-masa awal kasus tentu saja tak akan membuat orang berpikir bahwa cerita akan berujung pada pengunduran diri Richard Nixon dari jabatannya sebagai Presiden Amerika Serikat.<sup>4</sup>

Jurnalisme investigasi, memang belum menjadi tradisi untuk dipraktekkan oleh jurnalis di Indonesia, apalagi jurnalis lokal. Kalaupun ada itu hanya dilakukan oleh beberapa media saja. Tetapi yang harus diingat adalah pendekatan *hard news* tidak akan memadai untuk mengungkap kasus-kasus korupsi yang memang faktanya sulit dilacak. Dan *tool* satu-satunya adalah Jurnalisme investigasi. Kalau Sumut, mau membersihkan *tikus-tikus koruptor* yang menggerogoti milik publik, mari basmi

---

<sup>4</sup> Ibid, hal 94

dengan *investigative reporting*. Semoga!!!

## Penutup

Peran ideal media dalam mendorong pemerintahan yang baik adalah sebagai pengawas dan kontrol sosial untuk mengungkap kasus-kasus korupsi yang terjadi di Sumatera Utara. Dari hasil riset yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu intensitas pemberitaan korupsi belum maksimal, karena jumlah berita korupsi yang diliput surat kabar rara-rara hanya 1 perhari. Berita korupsi yang dimuat kelima surat kabar 37 persen masih mengutip dari media lain. Sebagian besar berita korupsi yang diliput tidak di *follow-up*, dan hanya berita-berita tertentu saja yang di *follow-up* kelima surat kabar seperti kasus korupsi mafia pajak Gayus Tambuan dan Rekening Gendut Polri. Walaupun orientasi liputan pada umumnya sudah positif, tapi masih ditemukan orientasi liputan yang negatif. Untuk liputan korupsi lokal, empat media yaitu Analisa, Waspada, Sumut Pos dan

Sinar Indonesia Baru masih kurang maksimal meliput korupsi lokal. Karena banyak kasus-kasus korupsi yang terjadi ditingkat lokal tidak dimuat sama sekali oleh surat kabar.

Temuan dalam penelitian ini tentu dapat dijadikan sebagai informasi kepada masyarakat untuk menyadari bahwa korupsi adalah musuh utama yang harus diperangi bangsa ini, khususnya untuk penduduk Sumatera Utara. Untuk mengungkap kasus-kasus korupsi ini surat kabar tidak cukup hanya memberitakan dengan *hard news* atau *stright news*. Praktek korupsi yang biasanya gelap tidak mungkin diungkap dengan sistim rutinitas liputan yang biasanya dilakukan setiap hari. Karena itu perlu peningkatan kapasitas jurnalis dalam meliput korupsi lokal. Selain itu, peningkatan akses masyarakat terhadap media lokal sangat penting agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pembangunan pemerintahan yang baik di Sumatera Utara.\*\*\*

*Abdi Rufinus Tarigan, Pemilianna Pardede, J Anto adalah peneliti di KIPPAS Medan*

# Media, Kesetaraan Gender, dan Hak-Hak Perempuan

## *Analisis Isi 13 Media Massa Indonesia<sup>1</sup>*

Oleh Georgia Wimhöfer dan Ignatius Haryanto

### Ringkasan Eksekutif

Penelitian ini mengkaji pemberitaan media massa Indonesia serta keberpihakannya terhadap isu yang terkait dengan hak asasi perempuan. Kajian ini dilaksanakan dalam rangka satu proyek kerjasama internasional antara Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Federal Jerman.

Penelitian ini menganalisis pemberitaan media dari 13 media nasional dan daerah dari media surat kabar dan televisi pada periode waktu 1 Januari 2010 sampai 31 Maret 2010. Pada periode ini, peneliti dapat

mengidentifikasi 685 item berita yang menyinggung kepada isu hak-hak perempuan. Analisis lebih mendalam membawa beberapa kesimpulan yang dapat diangkat sebagai titik berangkat untuk diskusi lebih lanjut dengan wakil media serta para jurnalis. Temuan utama adalah:

**Frekuensi pemberitaan dalam media masih rendah.** Riset ini menemukan 685 item berita yang berkaitan dengan hak asasi perempuan, kesetaraan gender, atau kebijakan perkawinan yang dikembangkan oleh 13 media massa. Jika jumlah tersebut dibagi

---

<sup>1</sup> Tulisan ini merupakan hasil kajian yang dilakukan Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP) untuk Proyek *Strengthening Women's Rights* (SWR) – sebuah proyek kerjasama antara Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPP&PA) dan Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ, yang sejak 1 Januari 2011 menjadi Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit atau GIZ). KPP&PA menjadi pelaksana Pemerintah Republik Indonesia, sementara GIZ/GTZ adalah pelaksana proyek bagi Pemerintah Republik Federal Jerman. Kajian dilakukan LSPP, dengan supervisi dari tim Proyek Strengthening Women's Rights (SWR).



tiga bulan dan jumlah media (=685/3/13), dapat diketahui bahwa rata-rata media yang dikaji membertitikan atau menyiarkan 18 berita per bulan yang terkait dengan hak asasi perempuan atau persoalan kesetaraan gender.

**Perhatian terhadap isu hak asasi perempuan dan kesetaraan gender bervariasi.** Tiga isu utama yang diliput oleh media massa yang dikaji adalah: isu pencatatan pernikahan, kekerasan dalam rumah tangga, dan partisipasi perempuan di ruang publik. Tiga isu utama yang paling jarang diliput oleh media adalah: isu perceraian, isu kepala keluarga, dan poligami. Namun, gambaran sedikit berubah jika membandingkan fokus pemberitaan antara media cetak nasional dan provinsi dan televisi.

**Keberpihakan media terhadap kesetaraan gender mencapai 50% saja.** Hasil penelitian ini menyebutkan kecenderungan media massa memberikan dukungan terhadap isu kesetaraan gender, mencapai 340 berita (50%). Sementara penerbitan yang netral mencapai 267 berita (39%), dan yang menolak kesetaraan gender atau lebih mendukung nilai patriarki ada 38 berita (6%).

**Isu hak-hak perempuan biasanya diberitakan dalam berita langsung.**

Kecenderungan umum pemberitaan media mengenai kesetaraan gender bertumpu pada jenis penulisan berita langsung (66%), disusul penulisan *feature* (19%) dan opini penulis luar (13%). Yang paling sedikit ditemukan terkait dengan isu kesetaraan gender ada dalam tajuk rencana dengan jumlah total 16 buah item berita (2%). Mengingat tajuk rencana merupakan wadah untuk membahas isu yang dianggap penting oleh redaksi media, angka 2% itu menunjukkan bahwa secara rata-rata isu terkait dengan hak asasi perempuan belum dianggap krusial oleh media yang dikaji.

**Kepekaan terhadap dampak kebijakan perkawinan masih perlu ditingkatkan.** Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa dukungan media terhadap kesetaraan gender tampak lebih tinggi untuk isu terkait dengan hak asasi perempuan – seperti “partisipasi dalam ranah publik”, “kekerasan dalam rumah tangga”, “akses kepada pelayanan”, dan lain-lain. Diskriminasi perempuan yang disebabkan oleh kebijakan perkawinan hanya diangkat melalui persoalan pencatatan pernikahan. Ini berarti bahwa media belum terlalu peka terhadap keterkaitan antara kesetaraan gender, kerentanan perempuan, dan kebijakan perkawinan.

## Latar Belakang Riset Media

### • Latar Belakang dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksud untuk mempromosikan isu kesetaraan gender dan hak-hak perempuan. Penelitian dilakukan dengan menganalisis pemberitaan di 13 buah media massa (sembilan surat kabar dan empat stasiun televisi) dalam periode penerbitan 1 Januari hingga 31 Maret 2010. Tim peneliti berusaha mendapatkan gambaran bagaimana sesungguhnya media massa memotret isu-isu yang terkait dengan masalah kesetaraan gender dan hak-hak perempuan. Sembilan surat kabar yang diteliti di sini, empat di antaranya adalah surat kabar nasional, dan lima lainnya merupakan surat kabar daerah.

Undang-undang Dasar Indonesia dan sejumlah perangkat hukum telah mengakui dan membangun kesadaran perlu adanya kesetaraan posisi antara perempuan dan laki-laki. Amendemen terhadap UUD 1945 makin mempertegas perlunya semua warga Indonesia memiliki hak yang sama, baik laki-laki maupun perempuan. Selain itu, pada tahun 1984 pemerintah Indonesia telah meratifikasi CEDAW (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women). Kemudian, pada tahun 2004, pemerintah Indonesia juga telah

mengeluarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga, disusul Undang-Undang No. 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang, yang mengatur pelarangan perdagangan manusia (*anti-trafficking*). Sementara itu, dalam hal perlindungan anak, pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak.

Dalam kenyataannya, sejumlah undang-undang tersebut tidak langsung memperbaiki kondisi kehidupan perempuan dan anak di Indonesia. Perempuan di Indonesia masih banyak mengalami perlakuan diskriminatif dalam banyak sektor kehidupan. Akar masalah ini bersumber dari ketidaktahuan banyak pihak (baik lelaki maupun perempuan) atas apa itu kesetaraan gender dan hak-hak perempuan. Kemunculan sejumlah peraturan daerah yang diberlakukan bahkan memberikan pengekanan kepada perempuan dalam penampilan di hadapan publik. Kondisi ini mencerminkan betapa masih kuatnya budaya patriarkis yang ada di Indonesia, dan itu terjadi dalam lingkup nasional ataupun lingkup daerah. Akibatnya, banyak perempuan Indonesia tidak menikmati kesempatan yang sama untuk

mendapatkan akses, kontrol, dan manfaat pada bidang ekonomi, sosial, dan politik.

Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka proyek *Strengthening Women's Rights* (SWR, atau "Penguatan Hak-hak Perempuan"). Proyek SWR adalah proyek kerjasama antara Pemerintah Republik Indonesia dan Republik Federal Jerman yang dilaksanakan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak serta Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ – Kerjasama Internasional Jerman).

Proyek SWR bertujuan untuk mengurangi diskriminasi terhadap perempuan melalui perbaikan kerangka kebijakan di tingkat nasional maupun daerah. Salah satu kondisi perangkat perundang-undangan yang masih menyebabkan banyak kesenjangan antara lelaki dan perempuan adalah kebijakan perkawinan sehingga proyek ini juga mendukung dialog tentang kebijakan perkawinan yang responsif gender.

Oleh karena itu, proyek SWR melaksanakan kajian terhadap pemberitaan media yang berfokus kepada dua aspek: berita yang terkait dengan hak asasi perempuan dan berita yang terkait dengan kebijakan perkawinan di Indonesia. Hasil penelitian ini hendak menunjukkan posisi media terhadap isu hak asasi perempuan dalam pemberitaan

Indonesia. Hasil analisis ini juga akan dipakai oleh proyek SWR dalam perencanaan kegiatan peningkatan kesadaran, baik untuk para pengelola media massa maupun untuk umumnya masyarakat.

### • Metodologi Survei

Pertanyaan utama yang hendak dijawab dalam survei ini adalah:

- Isu mana yang terkait dengan hak asasi perempuan, kesetaraan gender, dan kebijakan perkawinan yang menerima perhatian yang paling banyak atau paling sedikit dari media?
- Isu mana yang terkait dengan hak asasi perempuan, kesetaraan gender, dan kebijakan perkawinan yang dapat menarik paling banyak dukungan pro kesetaraan gender?
- Apakah terjadi tendensi media tertentu dan ada keterkaitannya dengan posisi media, golongan pembaca dan pemirsa?
- Apa rekomendasi kepada proyek Strengthening Women's Rights untuk meningkatkan kepedulian media terhadap hak perempuan/kesetaraan gender?

Di sini, peneliti melakukan analisis isi terhadap pemberitaan dari 13 buah media massa (sembilan media cetak dan empat media televisi) dalam periode

waktu 1 Januari hingga 31 Maret 2010. Data untuk penelitian ini disediakan oleh tim pengumpulan data lainnya yang mengumpulkan kliping surat kabar/koran pada bulan Juni/Juli 2010. Item berita televisi dikumpulkan oleh tim SWR sendiri. Tim peneliti dari LSPP mengolah data dari hasil pencarian data yang dilakukan tim pengumpulan data tersebut.

Setiap item berita diperiksa oleh para enumerator yang telah membagi pekerjaan analisis ini. Sebagai pegangan untuk survei, ada suatu kuesioner yang

menjadi panduan untuk mendata masing-masing item berita. Kuesioner ini lebih bersifat kuantitatif dengan pilihan-pilihan ganda atas masing-masing pertanyaan. Khusus untuk pertanyaan menyangkut posisi media diberikan kemungkinan isian dilakukan pada lebih dari satu pilihan.

Kuesioner riset melihat apa saja isu yang diangkat oleh media massa terkait dengan masalah kesetaraan gender. Untuk kepentingan survei ini, sejumlah isu diidentifikasi oleh tim bersama dengan tim supervisor, yaitu:

**Tabel 1: Daftar isu-isu yang dipertimbangkan dalam kajian**

1.	Kekerasan dalam rumah tangga	Isu yang terkait dengan hak-hak asasi perempuan
2.	Eksplotasi perempuan sebagai buruh	
3.	Kekerasan seksual	
4.	<i>Trafficking</i> (perdagangan perempuan dan anak)	
5.	Partisipasi perempuan dalam publik	
6.	Kesehatan reproduksi	
7.	Akses terhadap pelayanan publik	
8.	Pernikahan anak	Isu yang terkait dengan diskriminasi melalui kebijakan perkawinan
9.	Pencatatan pernikahan	
10.	Perceraian	
11.	Konsep keluarga	
12.	Kepala keluarga	
13.	Poligami	

Isu nomor 1 hingga 7 merupakan isu dalam ranah hak perempuan secara umum yang menyebabkan kerentanan perempuan Indonesia serta kondisi hidup yang belum memadai atau belum sesuai dengan hak asasi perempuan. Sementara nomor 8 hingga 13 ada dalam ranah isu kebijakan perkawinan yang seringkali

membuahkan diskriminasi terhadap perempuan.

Untuk mengetahui posisi media, perlu dilihat pemberitaan dalam sejumlah kategori di bawah ini:

- a) Mendukung kesetaraan gender, yang dapat dilihat dari cara pemberitaan, yakni apakah item

berita tersebut: menggambarkan isu dari perspektif perempuan, mengadvokasi kesetaraan gender, melaporkan tanggapan perempuan, mendorong reformasi kebijakan perkawinan, dan mendorong perubahan implementasi hukum untuk kesetaraan gender,

- b) Menolak kemajuan kesetaraan gender atau mendukung nilai patriarkis, yakni apakah berita memotret isu dengan: menggambarkan relasi gender berdasarkan nilai tradisional, mendukung hukum keluarga yang tidak setara, menolak tuntutan reformasi kebijakan perkawinan, dan alasan lain yang tidak mendukung kesetaraan gender,
- c) posisi netral, dan
- d) posisi tidak jelas.

Dalam pelaksanaan analisis, beberapa butir informasi dikorelasikan untuk melihat hubungan antara beberapa hasil analisis.

### • Data yang Dipergunakan

Dengan berbagai pertimbangan dan kriteria – antara lain: ketersediaan klipings atau daftar berita (dalam kasus televisi) untuk bulan Januari-Maret 2010, tiras atau oplah, lokasi (untuk lima surtakabar tingkat provinsi), orientasi media dan

para pembaca – kemudian dipilih empat harian nasional, lima harian regional, serta empat stasiun televisi nasional. Lokasi provinsi tertentu dipilih karena lima provinsi ini merupakan lokasi kegiatan proyek: Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Dengan demikian, yang kemudian diteliti adalah media cetak nasional: *Kompas*, *Koran Tempo*, *Republika*, dan *Suara Pembaruan*; sementara media cetak provinsi, masing-masing adalah: *Tribun Kaltim* (Samarinda/Kalimantan Timur), *Suara Merdeka* (Semarang/Jawa Tengah), *Lombok Pos* (Mataram/Nusa Tenggara Barat), *Timor Ekspres* (Kupang/Nusa Tenggara Timur), dan *Kedaulatan Rakyat* (Yogyakarta/Daerah Istimewa Yogyakarta). Dan media televisi: *TV One*, *Trans TV*, *Metro TV*, dan *SCTV*.

Secara keseluruhan, 1.451 item berita dikoleksi: 566 berita dari koran nasional, 738 dari koran provinsi, dan 147 berita televisi yang dipublikasikan atau disiarkan antara 1 Januari dan 31 Maret 2010.

Setelah dilakukan enumerasi, ternyata tidak semua berita yang dikumpulkan bisa dianggap sebagai data yang relevan. Seringkali artikel yang melaporkan tentang persoalan terkait

perempuan tidak mengandung konten yang terkait dengan hak-hak asasi perempuan. Tabel 2 di bawah menunjukkan jumlah total berita yang dikumpulkan sebagai dasar penelitian serta berita yang dapat dianggap relevan

setelah seleksi awal. Dari total berita yang dikumpulkan (1.451), hanya 685 berita yang dapat dianggap relevan, yaitu 48% dari *sample* awal. Berita yang dianggap tidak relevan disingkirkan pada tahap analisis berikutnya.

**Tabel 2: Jumlah berita total dan jumlah berita yang relevan**

Nama media	Berita relevan		Berita tidak relevan		Total berita		
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah		
<i>Kompas</i>	73	244	43%	75	322	57%	148
<i>Koran Tempo</i>	46			96			142
<i>Republika</i>	55			57			112
<i>Suara Pembaruan</i>	70			94			164
<i>Tribun Kaltim</i>	69	351	48%	74	387	52%	143
<i>Suara Merdeka</i>	100			110			210
<i>Lombok Pos</i>	40			57			97
<i>Timor Express</i>	75			104			179
<i>Kedaulatan Rakyat</i>	67			42			109
<i>TV One</i>	4	90	61%	2	57	39%	6
<i>Trans TV</i>	50			43			93
<i>Metro TV</i>	5			1			6
<i>SCTV</i>	31			11			42
<b>Total berita</b>	<b>685</b>			<b>766</b>			<b>1451</b>

Banyak berita yang tidak relevan, karena berita yang seolah berbicara soal perempuan tersebut terjebak karena lebih condong memberitakan dalam ranah pemberitaan olahraga, pemberitaan masalah luar negeri, berita infotainment (tentang para selebritas atau pesohor), atau berita-berita lain yang tidak terkait dengan masalah pemberdayaan perempuan atau soal kesetaraan perempuan.

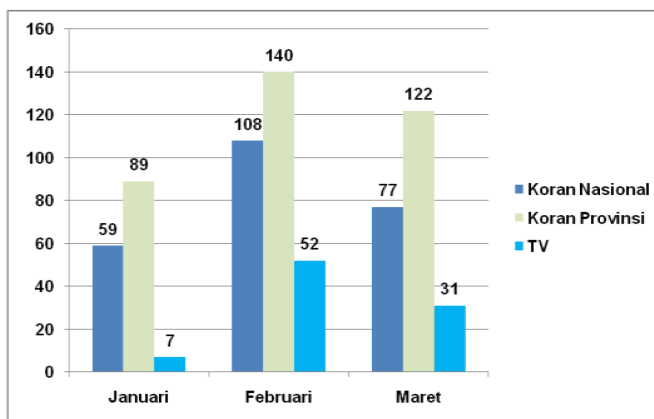
## Analisis Pemberitaan Media

### • Frekuensi Pemberitaan

Pertama, jika melihat frekuensi pemberitaan per bulan, dapat disimpulkan bahwa frekuensi pemberitaan pada bulan Februari 2010 jauh lebih tinggi dibandingkan

dengan Januari atau Maret. Tingginya pemberitaan ini dapat dikaitkan dengan diangkatnya kembali kasus pernikahan Lutfiana Ulfah, seorang gadis berumur 12 tahun, dengan Pujiono Cahyo Widiyanto, pemilik sebuah pesantren, yang dikenal dengan panggilan Syekh Puji. Berita tersebut memunculkan pelaporan yang sangat tinggi di hampir semua media yang dipantau dalam riset ini.<sup>2</sup> Pada Februari 2010, pemberitaan tentang kesetaraan gender memuncak dengan 300 berita atau 44% dari semua berita yang dilihat dalam kajian ini, dibandingkan dengan pemberitaan pada Januari 2010 (155 berita = 22%) atau berita pada Maret 2010 (230 berita = 34%).

**Gambaran 1: Jumlah berita per bulan**



<sup>2</sup>Pernikahan itu sendiri berlangsung pada Agustus 2008. Kemudian, pada 13 Oktober 2009 diselenggarakan sidang pertama di pengadilan atas kasus pernikahan dini tersebut. Sidang inilah yang kemudian memicu reaksi banyak pihak, terutama yang tidak bersetuju pada perkawinan di bawah usia. Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas Anak) kemudian melakukan pendekatan pada Pujiono pada awal November 2009, dan kasus pun bergulir hingga pada sidang kedua pada 7 Juli 2010 dan seterusnya.

Membandingkan jumlah pemberitaan di surat kabar dengan televisi dapat dilihat bahwa surat kabar tingkat nasional maupun provinsi memberi jauh lebih banyak perhatian pada isu hak perempuan. Dari total berita (685), 51% ditulis oleh surat kabar provinsi, 36% oleh surat kabar nasional, dan 13% disiarkan oleh televisi. Pemberitaan di televisi bisa dianggap cukup rendah, tetapi dalam fakta, dua stasiun televisi hampir tidak melaporkan isu terkait.<sup>3</sup>

### • Isu-isu yang Diangkat Media

Isu apa yang paling sering diangkat oleh media secara umum? Jawabnya: “pencatatan pernikahan”, “kekerasan dalam rumah tangga”, dan “partisipasi perempuan dalam publik” menempati posisi paling sering diberikan perhatian. Tabel 3 juga menunjukkan bahwa isu yang paling sedikit mendapat perhatian adalah “perceraian”, isu “kepala keluarga”, dan “poligami”.

**Tabel 3: Isu-isu yang diangkatkan oleh media massa**

Isu	Koran nasional	Koran provinsi	Televisi	Total	
	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	%
Pencatatan pernikahan	38	68	31	137	20
Kekerasan dalam rumah tangga	39	46	27	112	16
Partisipasi perempuan dalam publik	20	77	4	101	15
Kesehatan reproduksi	34	47	2	83	12
Kekerasan seksual	21	24	11	56	8
<i>Trafficking</i>	32	19	5	56	8
Eksplorasi perempuan sebagai buruh	21	21	1	43	6
Konsep keluarga	17	20	0	37	5
Akses pada pelayanan publik	14	16	1	31	5
Pernikahan anak	0	5	8	13	2
Perceraian	1	6	0	7	1
Kepala keluarga	6	1	0	7	1
Poligami	1	1	0	2	0
<b>Total berita</b>	244	351	90	685	100

<sup>3</sup>Data televisi dikumpulkan berdasarkan daftar siaran yang mencatat item berita secara detil. Dalam pengumpulan data TV One dan Metro TV terdapat kesulitan sehingga tim pengumpulan data hanya mendapatkan empat dan lima berita yang terkait dengan hak asasi perempuan dan kebijakan perkawinan.



Gambaran berubah ketika membandingkan fokus pemberitaan antara media cetak nasional dan provinsi dan televisi. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa isu yang paling banyak dilaporkan di koran nasional adalah “kekerasan dalam rumah tangga” (16%), disusul oleh “pencatatan pernikahan” (16%) dan “kesehatan reproduksi” (14%). Bersama-sama, tiga isu tersebut mencapai hampir 50% dari semua pelaporan.

Di tingkat provinsi, isu “partisipasi perempuan dalam ranah publik” mendapat perhatian paling tinggi dengan 22% dari semua berita daerah. Persoalan itu disusul dengan “pencatatan

pernikahan” (19%) dan “kesehatan reproduksi” (13%). Tiga persoalan ini melebihi 50% pemberitaan di tingkat provinsi.

Pada pemberitaan televisi, isu “pencatatan pernikahan” mendapat perhatian paling tinggi dengan 34%, disusul oleh “kekerasan dalam rumah tangga” (30%) dan “kekerasan seksual” (22%). Di televisi, fokus pada tiga isu tersebut malah lebih tinggi daripada dalam pemberitaan koran: 86% dari pemberitaan menyangkut tiga topik utama ini.

Pembandingan ini dapat menunjukkan bahwa ada sedikit variasi dalam perhatian media. Misalnya, “kekerasan seksual” hanya muncul di pemberitaan televisi sebagai salah satu topik utama. Sedangkan “partisipasi dalam publik” adalah isu yang paling diangkat di tingkat provinsi.

Selanjutnya, “pencatatan pernikahan” sebagai isu yang terkait dengan kebijakan perkawinan mendapat perhatian yang cukup tinggi. Dapat diasumsikan bahwa ini disebabkan satu kasus yang terjadi pada bulan Februari. Selain itu, hal yang terkait dengan kebijakan perkawinan tidak dapat banyak perhatian.



Contoh Liputan Kasus KDRT

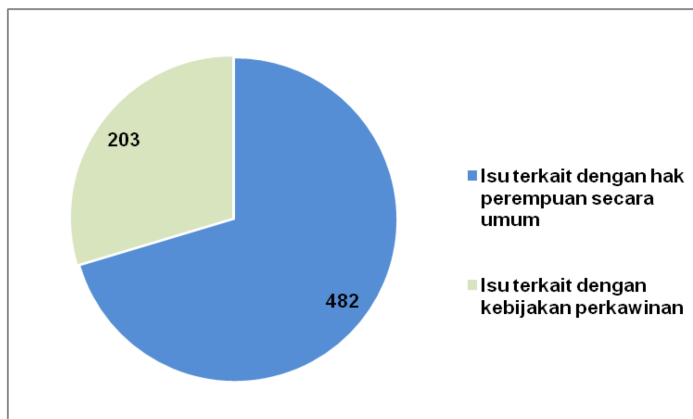
**Tabel 4: Isu-isu yang diangkat oleh koran nasional, koran provinsi, dan televisi**

Isu	Koran nasional		Koran provinsi		Televisi	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Kekerasan dalam rumah tangga	39	16	46	13	27	30
Eksplorasi perempuan sebagai buruh	21	9	21	6	1	1
Kekerasan seksual	21	9	24	7	11	12
<i>Trafficking</i>	32	13	19	5	5	6
Partisipasi perempuan dalam publik	20	8	77	22	4	4
Kesehatan reproduksi	34	14	47	13	2	2
Akses pada pelayanan publik	14	6	16	5	1	1
Pernikahan anak	0	0	5	1	8	9
Pencatatan pernikahan	38	16	68	19	31	34
Perceraian	1	0	6	2	0	0
Konsep keluarga	17	7	20	6	0	0
Kepala keluarga	6	2	1	0	0	0
Poligami	1	0	1	0	0	0
<b>Total berita: 685</b>	244		351		90	

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak diangkat oleh media adalah isu yang menyangkut hak-hak perempuan secara umum (70%)

ketimbang memberikan liputan secara khusus yang menyangkut isu terkait kebijakan perkawinan (30%, lihat Gambaran 2).

**Gambaran 2: Perbandingan isu terkait hak perempuan dan kebijakan perkawinan**



Akhirnya, Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas pemberitaan terkait dengan isu hak perempuan terjadi pada Februari 2010. Ini juga berarti bahwa frekuensi pemberitaan yang dilaporkan pada kajian ini mungkin tidak representatif: pemberitaan tentang isu

pencatatan pernikahan sangat meloncat karena satu peristiwa yang memancing pembahasan tentang pengaruh kurangnya pencatatan pernikahan secara resmi di Kantor Urusan Agama (KUA) terhadap frekuensi nikah *sirri* dan poligami.

**Tabel 5: Isu yang diangkat antara bulan Januari hingga Maret 2010**

Isu	Jan	Feb	Mar	Total
Kekerasan dalam rumah tangga	29	39	44	112
Eksplotasi perempuan sebagai buruh	6	15	22	43
Kekerasan seksual	18	21	17	56
Trafficking	7	28	21	56
Partisipasi perempuan dalam publik	33	27	41	101
Kesehatan reproduksi	33	25	25	83
Akses pada pelayanan publik	8	6	17	31
Pernikahan anak	3	1	9	13
Pencatatan pernikahan	4	119	14	137
Perceraian	2	3	2	7
Konsep keluarga	11	11	15	37
Kepala keluarga	1	4	2	7
Poligami	0	1	1	2
<b>Total berita</b>	155	300	230	685

• **Informasi Rinci: Jenis Berita, Lokasi, Asal Berita**

Bagian ini melacak jenis berita yang dipilih oleh berbagai media tersebut dalam memberitakan masalah kesetaraan gender: apakah pemberitaan tersebut dikemas dalam bentuk “pemberitaan langsung”, “penulisan feature”, “tajuk rencana” dari media tersebut, ataupun

juga lewat “opini” yang disampaikan oleh para kolumnis atau ahli dari luar.

Selain itu, bagian ini juga melacak pendekatan media-media tersebut dalam memberitakan masalah kesetaraan gender: apakah memberitakan atas inisiatif sendiri, atau lebih mengambil sebagai kutipan dari sumber berita lainnya, seperti dari kantor berita luar, ataupun kantor berita internal.

Akhirnya, bagian ini juga menganalisis lokasi berita, artinya apakah isu yang diangkat bisa dianggap berita nasional, berita provinsi setempat (dalam kasus koran provinsi), atau berita lainnya.

### a. Jenis berita

Terutama dalam tulisan di media massa, dikenal empat jenis tulisan, yang utama dikenal adalah: (1) penulisan *straight news* (berita langsung), (2) penulisan *features*, (3) tajuk rencana, dan (4) opini pihak luar.

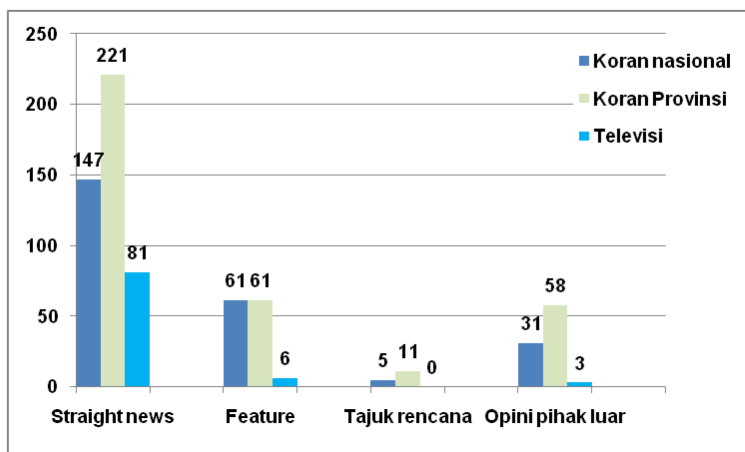
*Straight news*, atau berita langsung mendominasi penulisan di surat kabar karena gaya penulisan ini yang cenderung langsung memberitakan hal yang paling penting untuk diketahui oleh pembaca atau pemirsa. *Features* merujuk pada penulisan dengan gaya bercerita. Ia lebih ingin menghadirkan unsur penting dengan cara

bercerita yang memikat. Ini salah satu cara yang dipergunakan untuk lebih mendalami suatu peristiwa yang lebih bisa dilakukan ketimbang penulisan *straight news*.

Wadah untuk menuangkan opini resmi dari media yang memuat berita tersebut ada pada tajuk rencana atau editorial. Tajuk rencana menjadi cerminan tentang suatu hal yang dianggap penting oleh redaksi dan untuk itu redaksi menyampaikan pandangan ataupun opininya. Sementara itu, opini pihak luar atau kolom merupakan ruang yang diberikan oleh redaksi kepada sejumlah penulis luar untuk memberikan pandangan atau penilaiannya terhadap situasi-situasi aktual.

Keempat jenis tulisan ini akan dilihat mana yang lebih dominan dipergunakan oleh media massa untuk memberitakan masalah yang terkait dengan isu perempuan.

**Gambaran 3: Jenis berita (jumlah)**



Dari Gambaran 3 ini dapat dilihat bahwa kecenderungan umum pemberitaan media mengenai masalah kesetaraan gender bertumpu pada jenis penulisan berita langsung (sebanyak 449 berita atau 66%), disusul penulisan *feature* 128 berita (19%) dan opini penulis luar sebanyak 92 tulisan (13%). Yang paling sedikit tajuk rencana dari media tersebut sebanyak 16 buah tulisan (2%). Mengingat bahwa tajuk rencana merupakan wadah untuk membahas isu yang dianggap penting oleh redaksi media, angka 2% itu menunjukkan bahwa secara rata-rata isu terkait dengan hak asasi perempuan belum dianggap krusial oleh media yang dikaji.

Sesuai dengan ciri khas masing-masing media, sekitar dua per tiga berita di surat kabar nasional dan provinsi ditulis dalam bentuk berita langsung, padahal di

media televisi 90% berita yang dianalisis adalah berita langsung. Namun, kondisi dalam televisi di sini bisa dimaknai sebagai perbandingan yang tidak setara dengan dunia media cetak, mengingat media cetak mempunyai ruang relatif lebih leluasa dibanding televisi, karena untuk media televisi ruang untuk pemberitaan lebih kecil dibanding dengan ruang yang disediakan untuk tayangan hiburan, *talk show*, *reality show*, dan program acara lainnya.

### b. Lokus berita

Lokus berita menyangkut lokasi suatu peristiwa diberitakan, apakah itu berskala nasional, nasional dan daerah, hanya daerah setempat provinsi tempat jangkauan media tersebut diterbitkan, ataupun provinsi lain.

**Tabel 6: Lokus berita yang terkait dengan isu hak asasi perempuan**

Media	Jumlah berita total	Berita nasional		Berita provinsi setempat		Berita nasional dan daerah		Berita dari provinsi lain	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Koran nasional	244	93	38	42	17	48	20	61	25
Koran provinsi	351	107	30	195	56	17	5	32	9
Televisi	90	17	19	5	6	7	8	61	68

Data soal lokus pemberitaan menunjukkan bahwa koran nasional berkecenderungan untuk menulis berita tentang kejadian tingkat daerah ( $17+25=42\%$  dari berita koran nasional), disusul dengan berita di tingkat nasional (38%). Sementara itu, media provinsi memberi perhatian untuk berita atau kejadian di provinsi setempat, jumlahnya mencapai 195 berita (56%), sedangkan berita nasional sekitar 30%. Berita dari provinsi lain hanya 9%.

Dari sini bisa disimpulkan bahwa media lokal sudah menunjukkan kecenderungan mengutamakan berita yang ada di sekitar mereka, dan tidak lagi menganggap berita-berita yang berskala nasional sebagai hal yang paling utama untuk ditampilkan. Ini merupakan suatu hal yang cukup menggembirakan karena bagaimana pun media lokal yang ada mencoba melayani kepentingan konsumen dalam wilayah terdekat mereka, dan untuk itu prinsip dalam jurnalistik soal “proximity” (kedekatan isu

dengan pembaca) menunjukkan kebenarannya.

Untuk media televisi, berita terkait dengan isu hak perempuan lebih banyak disoroti di lokasi provinsi ( $68+8=76\%$ ), baru kemudian berita berlokus nasional (19%). Fakta ini barangkali disebabkan oleh fokus berita televisi pada kasus-kasus, sedangkan pemberitaan di surat kabar akan menyoroti permasalahan hak perempuan dari beberapa perspektif, baik berdasarkan kasus maupun berdasarkan lokus.

### c. Asal berita

Asal berita bersangkutan dengan rancangan berita: apakah media massa yang dikaji memberitakan atas inisiatif sendiri, atau lebih mengambil kutipan dari sumber berita lainnya, seperti dari kantor berita luar (seperti Kantor Berita *Antara*), ataupun dari kantor berita internal (seperti yang umumnya terjadi dalam surat kabar yang tergabung dalam jaringan Jawa Pos Group yang memiliki JPNN – *Jawa Pos News Network*).

**Tabel 7: Asal berita**

Media	Jumlah berita total	Swadaya	%	Eksternal	%	Kantor berita	%
Koran nasional	244	148	61	91	37	5	2
Koran provinsi	351	108	31	242	69	1	0
Televisi	90	30	33	60	67	0	0

Dari tabel 7 tersebut kita dapat melihat bahwa media massa nasional secara umum lebih melakukan pemberitaan secara swadaya (61%) daripada menumpukan pemberitaan yang datang dari pihak eksternal media. Sedangkan media provinsi dan televisi lebih mempercayai sumber eksternal untuk mengembangkan berita (69% dan 67%).

- **Keberpihakan Media dalam Pemberitaan**

Bagaimana kecenderungan utama sikap media terhadap masalah hak asasi perempuan? Gambaran ini menjadi inti penelitian ini untuk mengetahui apakah media yang dikaji menunjukkan sikap mendukung kesetaraan gender ataukah

cenderung menampilkan pandangan yang lebih berorientasi patriarkis.

Pertama, kajian ini akan memberi gambaran umum tentang kecenderungan berpihak dalam pemberitaan. Tabel 8 mengkaji sejauhmana media yang diteliti mendukung kesetaraan gender atau tidak dalam pemberitaan mereka.

Secara umum dapat dikatakan bahwa dukungan media massa terhadap isu kesetaraan gender mencapai 50%. Pemberitaan yang netral mencapai 39%, dan yang menolak kesetaraan gender atau lebih mendukung nilai patriarki ada dalam 38 berita (6%). Untuk 6% dari semua berita tim peneliti tidak dapat mengidentifikasi secara jelas posisi media.

**Tabel 8: Dukungan media terhadap isu kesetaraan gender (KG)**

Media	Mendukung kesetaraan gender		Netral		Tidak mendukung kesetaraan		Tidak jelas	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Koran nasional	132	54	89	36	9	4	14	6
Koran provinsi	174	50	124	35	28	8	25	7
Televisi	34	38	54	60	1	1	1	1
<b>Berita total</b>	340	50	267	38	38	5	40	6

Lebih detil lagi, berita media cetak nasional tercatat yang paling kuat dalam dukungannya terhadap kesetaraan gender, setinggi 54% dari semua berita. Berita yang dianggap netral adalah 36%, dan hanya 4% artikel menunjukkan tendensi tidak mendukung atau bernada patriarkis dalam penulisannya.

Sedangkan media cetak provinsi mendukung kesetaraan gender pada 50% artikel mereka, dan 35% artikel ditulis dengan posisi yang bisa dianggap netral. Media provinsi juga menunjukkan sifat yang paling tidak mendukung argumentasi kesetaraan gender pada 8% dari semua artikel yang mereka kembangkan.

Media televisi bisa dikatakan lebih melaporkan dengan nada netral (60%), dan hanya 38% item berita mereka dianggap sebagai pemberitaan yang mendukung kesetaraan gender.

Kesimpulannya adalah bahwa media massa yang diteliti rata-rata bisa dianggap cukup peka gender (50%), dengan komposisi surat kabar nasional paling mendukung kesetaraan gender (54%), sedangkan surat kabar dari provinsi menunjukkan tendensi nonkesetaraan yang paling tinggi (8% dari semua artikel yang disusun).

### a. Posisi media terhadap isu hak asasi perempuan

Selanjutnya, Tabel 9 di bawah ini menunjukkan keberpihakan masing-masing media massa yang diteliti. Jika dilihat posisi masing-masing media, ternyata yang paling sensitif gender dari media surat kabar nasional adalah *Kompas*: 74% dari semua berita yang terkait dengan perkara hak perempuan berpihak dengan kesetaraan gender. Sedangkan yang paling sedikit memperkenalkan perspektif kesetaraan gender dalam penulisannya adalah *Suara Pembaruan* (43% dari semua penulisan), karena lebih mengambil posisi netral (51%). Yang menerbitkan paling banyak tulisan yang bersifat perspektif patriarkis adalah *Republika*, walaupun 11% tidak dapat dianggap jumlah penerbitan yang sangat signifikan.



<http://kapuaspostlandak.blogspot.com>

Ketua Badan Pembina Lembaga Partisipasi Perempuan (LP2), sebagai narasumber Workshop Partisipasi Media Dalam Upaya Menghapus Kekerasan Berbasis Gender di Indonesia, bekerjasama dengan UNFPA, yang dihadiri seluruh wartawan di Landak.



**Tabel 9: Dukungan media terhadap isu kesetaraan gender (KG)**

Media	Jumlah berita	Mendukung kesetaraan gender		Netral		Tidak mendukung kesetaraan gender		Tak jelas	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
<i>Kompas</i>	73	54	74	17	23	1	1	1	1
<i>Koran Tempo</i>	46	23	50	18	39	1	2	4	9
<i>Republika</i>	55	25	45	18	33	6	11	6	11
<i>Suara Pembaruan</i>	70	30	43	36	51	1	1	3	4
<i>Tribun Kaltim</i>	69	34	49	25	36	5	7	5	7
<i>Suara Merdeka</i>	100	53	53	30	30	9	9	8	8
<i>Lombok Pos</i>	40	20	50	12	30	6	15	2	5
<i>Timor Express</i>	75	36	48	34	45	0	0	5	7
<i>Kedaulatan Rakyat</i>	67	31	46	23	34	8	12	5	7
<i>TV One</i>	4	4	100	0	0	0	0	0	0
<i>Trans TV</i>	50	10	20	40	80	0	0	0	0
<i>Metro TV</i>	5	4	80	1	20	0	0	0	0
<i>SCTV</i>	31	16	52	13	42	1	3	1	3
<b>Total berita</b>	<b>685</b>	<b>340</b>	<b>50</b>	<b>267</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>40</b>	<b>6</b>

Di tingkat provinsi, *Suara Merdeka* yang paling sering mengambil posisi pro kesetaraan gender dengan 53% dari semua berita koran tersebut. Yang paling sering memberi perspektif berkonotasi patriarkis adalah *Lombok Pos* dengan 15% dari semua item berita. Sedangkan *Timor Express* adalah surat kabar yang paling sering memilih posisi netral dalam pemberitaannya.

Di kalangan televisi, semua berita dapat dikategorisasikan berpihak “mendukung kesetaraan gender” atau “netral”. Walaupun TV One dan Metro TV menunjukkan persentase paling tinggi pro kesetaraan antara semua stasiun televisi (100% dan 80%), hasil itu tidak

bisa dianggap representatif karena kedua stasiun itu secara total hanya menyiarkan empat dan lima berita yang terkait dengan hak asasi perempuan. Stasiun televisi Trans TV yang menyiarkan paling banyak berita dalam kurun waktu Januari sampai Maret 2010, kebanyakan waktu mengambil posisi netral (80% dari semua item berita).

**b. Keterkaitan posisi dan jenis media**

Untuk melihat lebih dalam jenis berita mana yang memberi dukungan kepada isu hak perempuan dan kesetaraan gender, bisa membaca Tabel 11. Pada tabel ini dapat dilihat bahwa dukungan yang paling

tinggi dalam persentase terjadi pada jenis berita “*feature*” dan “opini penulis luar” (masing-masing 65% dari berita mendukung kesetaraan gender). Ini dapat diharapkan karena dua jenis berita ini memang bersifat tulisan yang akan memperkenalkan suatu posisi tertentu.

Yang mengherankan adalah bahwa 42% dari “*straight news*” juga

memperkenalkan isu yang terkait dengan hak asasi perempuan dengan pandangan yang mendukung kesetaraan gender, walaupun jenis berita “*straight news*” mesti dianggap sebagai jenis yang biasanya lebih bersifat netral.

Pemberitaan yang lebih menggambarkan perspektif patriarkis atau tidak mendukung kesetaraan gender

**Tabel 10: Dukungan media berdasarkan jenis berita**

Jenis Media	Mendukung KG		Netral		Mendukung patriarkis		Tak jelas	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
<i>Straight news</i>	190	42	222	49	18	4	19	4
<i>Feature</i>	83	65	33	26	4	3	8	6
Tajuk rencana	7	44	2	13	4	25	3	19
Opini pihak luar	60	65	10	11	12	13	10	11

terutama dapat diketemukan pada jenis “tajuk rencana”: 25% dari semua tajuk rencana yang dikaji tidak mendukung perspektif kesetaraan gender. Sedangkan berita yang mengandung posisi netral mudah diketemukan dalam jenis berita *straight news*, sesuai dengan sifat berita ini yang memang bisa dianggap pelaporan netral tentang suatu keterjadian.

### c. Keberpihakan terhadap isu yang diberitakan

Posisi media secara umum terkait dengan isu-isu yang diangkat. Tabel 11

di bawah menunjukkan bahwa tidak semua isu menerima dukungan pro kesetaraan gender yang sama.

Jika dilihat dari jumlah artikel, isu yang menerima paling banyak dukungan adalah “pencatatan pernikahan” (68 artikel dari 340 artikel yang pro kesetaraan gender), bersama dengan isu “partisipasi perempuan dalam ranah publik” dan “kekerasan dalam rumah tangga”. Yang menarik, ada pemberitaan berkait isu pencatatan pernikahan namun sekaligus menolak prinsip kesetaraan, terhitung paling tinggi (19 artikel). Juga,

isu “pencatatan pernikahan” berskor paling tinggi untuk kategori “tidak jelas”. Itu menunjukkan bahwa dalam fase pemberitaan Januari sampai Maret 2010

terjadi suatu diskusi yang cukup beragam tentang persoalan tersebut.

Jika dilihat dari persentase terhadap jumlah total artikel tentang suatu isu tertentu,

**Tabel 12: Keberpihakan terhadap isu yang diberitakan**

Isu	Mendukung kesetaraan gender		Netral		Tidak mendukung kesetaraan gender		Tidak jelas		Total berita
	Jumlah	%*	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Kekerasan dalam rumah tangga	46	41	62	55	0	0	4	4	112
Eksplotasi perempuan sebagai buruh	29	67	10	23	0	0	4	9	43
Kekerasan seksual	21	38	32	57	0	0	3	5	56
Trafficking	17	30	37	66	0	0	2	4	56
Partisipasi perempuan dalam publik	60	59	29	29	5	5	7	7	101
Kesehatan reproduksi	52	63	28	34	2	2	1	1	83
Akses pada pelayanan publik	26	84	3	10	0	0	2	6	31
Pernikahan anak	4	31	9	69	0	0	0	0	13
Pencatatan pernikahan	68	50	39	28	19	14	11	8	137
Perceraian	0	0	3	43	2	29	2	29	7
Konsep keluarga	12	32	11	30	10	27	4	11	37
Kepala keluarga	4	57	3	43	0	0	0	0	7
Poligami	1	50	1	50	0	0	0	0	2
<b>Berita total</b>	340		267		38		40		685

\* Nilai persentase disini mengacu kepada total jumlah berita tentang satu isu. Misalnya, dari tujuh item berita tentang “perceraian” dua berita tidak mendukung kesetaraan gender (29%) dan dua mengambil posisi “tidak jelas” (29%).

gambarannya menjadi sedikit berubah. Ternyata, “akses pada pelayanan publik” merupakan isu yang paling sering dilaporkan dengan perspektif yang mendukung kesetaraan gender; terhitung ada 84% artikel dari semua artikel tentang akses pelayanan menunjukkan dukungan. “Eksplotasi perempuan sebagai buruh” dan

isu “kesehatan reproduksi” juga menerima banyak dukungan pro kesetaraan gender.

Sedangkan pemberitaan yang lebih cenderung netral adalah pelaporan tentang “pernikahan anak” (69% semua artikel tentang isu tersebut), isu “trafficking” (66%), dan “kekerasan seksual” yang dialami perempuan (57%).

Posisi yang mendukung nilai patriarkis terfokus pada tiga isu yang semuanya terkait dengan kondisi kebijakan perkawinan, yaitu “perceraian” (29%), “konsep keluarga” (27%), serta “pencatatan pernikahan” (14%). Yang menarik di sini, tiga hal ini juga yang berskor paling tinggi untuk kategori “tidak jelas”. Itu berarti bahwa pada tiga isu ini posisi yang berpihak pada hak asasi perempuan belum begitu didukung oleh media.

Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa dukungan lebih tinggi terhadap kesetaraan gender terkait dengan hak asasi perempuan – seperti partisipasi dalam ranah publik, kekerasan dalam rumah tangga, akses kepada pelayanan, dan lain-lain. Sementara isu yang terkait dengan diskriminasi perempuan yang disebabkan oleh kebijakan perkawinan hanya ada satu yang diberi perhatian cukup tinggi, yaitu persoalan pencatatan pernikahan. Ini berarti bahwa media belum terlalu peka terhadap keterkaitan antara kesetaraan gender dan kebijakan perkawinan.

#### **d. Argumentasi media dalam mendukung atau menolak kesetaraan**

Untuk mengetahui lebih persis berdasarkan argumentasi apa media

mendukung atau menolak posisi kesetaraan gender, kajian media ini melihat argumentasi yang diambil dalam suatu artikel.

Pertama, Tabel 12 menggali argumentasi pemberitaan yang mendukung kesetaraan gender dalam pemberitaannya. Bisa dilihat bahwa sebagian besar (216 dari 340 artikel) menggambarkan kasus atau isu dari perspektif perempuan. Juga, sekitar sepertiga artikel, yaitu 117 dari 340 artikel, mengadvokasikan kesetaraan gender.

Sedangkan sekitar 20% artikel mendukung reformasi kebijakan perkawinan atau mendorong perubahan implementasi hukum untuk kesetaraan gender (62 item berita). Argumentasi seperti ini justru dapat ditemukan dalam artikel yang membahas isu yang terkait dengan “pencatatan pernikahan”. Sejumlah 57 dari 68 artikel yang ditulis tentang pencatatan pernikahan mendorong reformasi hukum keluarga. Temuan ini merefleksikan bahwa media menganggap bahwa pencatatan pernikahan merupakan persoalan yang belum diatur secara memadai dari segi perundang-undangan. Padahal, isu lain yang terkait dengan kebijakan perkawinan – seperti pernikahan anak atau status kepala keluarga – menerima sangat sedikit perhatian dari media.

**Tabel 12: Argumentasi saat mendukung kesetaraan gender\***

Isu berita	Jumlah berita kategori "mendukung kesetaraan gender"	Menggambarkan isu dari perspektif perempuan	Mengadvokasi kesetaraan	Melaporkan tanggapan perempuan	Mendorong reformasi kebijakan perkawinan	Mendorong perubahan implementasi hukum untuk kesetaraan gender
Kekerasan dalam rumah tangga	46	25	20	18	5	13
Eksplotasi perempuan sebagai buruh	29	22	7	7	0	4
Kekerasan seksual	21	7	2	20	0	5
Trafficking	17	8	1	10	0	5
Partisipasi perempuan dalam publik	60	30	44	3	1	6
Kesehatan reproduksi	52	47	7	4	1	3
Akses pada pelayanan publik	26	20	13	4	1	5
Pernikahan anak	4	0	0	4	0	0
Pencatatan pernikahan	68	44	14	6	57	19
Perceraian	0	0	0	0	0	0
Konsep keluarga	12	9	7	1	0	1
Kepala keluarga	4	4	1	2	0	1
Poligami	1	0	1	0	0	0
<b>Total artikel</b>	<b>340</b>	<b>216</b>	<b>117</b>	<b>79</b>	<b>65</b>	<b>62</b>

\* Khusus untuk pertanyaan menyangkut argumentasi media dalam mendukung kesetaraan gender dalam artikelnya, enumerator kajian ini diberi kemungkinan isian lebih dari satu pilihan.

Kedua, Tabel 13 menunjukkan argumentasi atau perspektif yang diambil oleh media yang mendukung posisi yang menolak kesetaraan gender atau menggambarkan isu dengan nada patriarkis.

Kenyataan yang muncul dari data ini adalah bahwa hanya beberapa isu yang menolak kesetaraan, yaitu terutama “pencatatan pernikahan”, “konsep keluarga” yang setara, serta “partisipasi perempuan dalam publik”. “Pencatatan pernikahan” menerima perhatian paling tinggi (16 dari 38 artikel), dengan

argumentasi bahwa reformasi kebijakan perkawinan tidak diperlukan. Sedangkan penolakan keterlibatan perempuan dalam ranah publik lebih didasarkan atas relasi gender yang berdasarkan nilai tradisional.

Walaupun analisis nilai tertinggi dalam Tabel 12 menunjukkan sebuah tren, harus diingat bahwa contoh artikel yang menolak kesetaraan gender sangat kecil: dari total 685 berita, hanya 38 berita atau hanya 6% memberi perspektif yang menolak kesetaraan gender. Dan hanya 3% yang menggambarkan isu dengan perspektif relasi gender berdasarkan nilai tradisional.

**Tabel 13: Argumentasi saat menolak kesetaraan gender/mendukung perspektif patriarkis\***

Isu berita	Jumlah berita kategori “menolak kesetaraan gender”	Menggambarkan relasi gender berdasarkan nilai tradisional/patriarki	Mendukung hukum keluarga yang tidak setara	Menolak tuntutan reformasi kebijakan perkawinan	Alasan lain
Kekerasan dalam rumah tangga	0	0	0	0	0
Eksplotasi perempuan sebagai buruh	0	0	0	0	0
Kekerasan seksual	0	0	0	0	0
Trafficking	0	0	0	0	0
Partisipasi perempuan dalam publik	5	4	0	0	1
Kesehatan reproduksi	2	2	0	0	0
Akses pada pelayanan publik	0	0	0	0	0
Pernikahan anak	0	0	0	0	0
Pencatatan pernikahan	19	1	2	16	0
Perceraian	2	2	0	0	0
Konsep keluarga	10	9	6	0	0
Kepala keluarga	0	0	0	0	0
Poligami	0	0	0	0	0
<b>Total artikel</b>	38	18	8	16	1

\* Khusus untuk pertanyaan menyangkut argumentasi media dalam mendukung kesetaraan gender dalam artikelnya, enumerator kajian ini diberi kemungkinan isian lebih dari satu pilihan.

### e. Kesimpulan tentang keberpihakan media

Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa media massa yang diteliti dalam kajian ini secara garis besar cukup peka terhadap isu gender serta mendukung kesetaraan gender. Dari total berita, 50% mendukung kesetaraan gender melalui beberapa argumentasi, dan 39% mengambil posisi netral dalam pemberitaan. Hanya 6% item berita mengembangkan argumentasi yang menolak kesetaraan gender.

Terkait dengan keberpihakan, kita dapat melihat bahwa media massa lebih sering berpihak kepada isu yang sudah seringkali dibahas di ranah publik seperti “akses terhadap pelayanan”, “kekerasan dalam rumah tangga”, “kesehatan reproduksi”, atau “eksploitasi buruh perempuan”. Isu seperti “pernikahan anak” atau “kepala keluarga” belum menerima banyak perhatian walaupun dampak negatif terhadap anak dan perempuan sangat signifikan.

## **Kesimpulan**

Ada sederet kesimpulan dari penelitian ini, yakni:

**1. Frekuensi pemberitaan dalam media masih rendah.** Secara total, riset ini menemukan 685 item berita yang berkaitan dengan hak asasi perempuan, kesetaraan gender, atau kebijakan perkawinan yang dikembangkan oleh 13 media massa antara 1 Januari hingga 31 Maret 2010. Jika jumlah tersebut dibagi tiga bulan dan jumlah media ( $=685/3/13$ ), dapat diketahui bahwa rata-rata media yang dikaji membentangkan atau menyiarkan 18 berita per bulan yang terkait dengan hak asasi perempuan atau persoalan kesetaraan gender. Walaupun perhitungan seperti ini dapat dianggap terlalu menyederhanakan, angka 18 berita per bulan memberi gambaran awal tentang sedikitnya pemberitaan.

Frekuensi pemberitaan yang diperiksa menunjukkan frekuensi pemberitaan terbanyak adalah pada bulan Februari, yaitu sebanyak 300 berita dari total 685 berita (44%). Hal ini terjadi karena maraknya pemberitaan terkait dengan diangkatnya kembali kasus pernikahan seorang pemuka agama di Jawa Tengah dengan seorang gadis di bawah umur.

**2. Perhatian terhadap isu hak asasi perempuan dan kesetaraan gender bervariasi.** Tiga isu utama yang diliput oleh media massa yang dikaji adalah: isu pencatatan pernikahan, kekerasan dalam rumah tangga, dan partisipasi perempuan di ruang publik. Tiga isu utama yang paling jarang diliput oleh media adalah: isu perceraian, isu kepala keluarga, dan poligami.

Namun, gambaran sedikit berubah jika membandingkan fokus pemberitaan antara media cetak nasional dan provinsi dan televisi. Isu yang paling banyak dilaporkan di koran nasional adalah “kekerasan dalam rumah tangga”, disusul oleh “pencatatan pernikahan” dan “kesehatan reproduksi”. Bersama-sama, tiga isu tersebut mencapai hampir 50% dari semua pelaporan. Di tingkat provinsi, isu yang paling kerap diliput adalah “partisipasi perempuan dalam ranah publik”, “pencatatan pernikahan”, dan “kesehatan reproduksi”. Tiga persoalan ini melebihi 50% pemberitaan di tingkat provinsi. Pada pemberitaan televisi, isu “pencatatan pernikahan” mendapat perhatian paling tinggi, disusul oleh “kekerasan dalam rumah tangga” dan “kekerasan seksual”. Di media televisi, fokus pada tiga isu tersebut mencapai 86% dari pemberitaan yang terkait.

Walaupun “pencatatan pernikahan” sebagai isu yang terkait dengan kebijakan perkawinan menerima perhatian yang paling tinggi, berdasarkan data dapat diasumsikan bahwa hal ini disebabkan oleh satu kasus yang terjadi pada bulan Februari. Selain itu, hal yang terkait dengan kebijakan perkawinan tidak banyak mendapat perhatian.

Dapat disimpulkan, terkait isu kesetaraan gender, dalam kajian ini – secara umum – media sudah memberikan liputan yang lebih tinggi. Namun, dalam hal isu menyangkut kebijakan perkawinan, media masih terlihat lemah atau kurang menguasai. Hal ini bisa dilihat dari jumlah total atas isu yang diliput media, yakni hanya mencapai 30% dibandingkan dengan liputan atas hak perempuan secara umum yang mencapai 70%.

**3. Keberpihakan media terhadap kesetaraan gender mencapai 50% saja.** Hasil penelitian ini menyebutkan kecenderungan media massa memberikan dukungan terhadap isu kesetaraan gender, mencapai 340 berita (50%). Sementara penerbitan yang netral mencapai 267 berita (39%), dan yang menolak kesetaraan gender atau lebih mendukung nilai patriarki ada 38 berita (6%). Kesimpulannya adalah:

media massa yang diteliti rata-rata bisa dianggap cukup peka gender (50%), dengan komposisi surat kabar nasional paling mendukung kesetaraan gender (54%), sedangkan surat kabar dari provinsi menunjukkan tendensi nonkesetaraan gender paling tinggi (8% dari semua artikel yang disusun di tingkat provinsi). Televisi bisa dikatakan bahwa laporannya bernada netral (60%).

**4. Isu hak-hak perempuan biasanya diberitakan dalam berita langsung.** Kecenderungan umum pemberitaan media mengenai kesetaraan gender bertumpu pada jenis penulisan berita langsung (66%), disusul penulisan *feature* (19%) dan opini penulis luar (13%). Yang paling sedikit ditemukan terkait dengan isu kesetaraan gender, hak asasi perempuan, atau kebijakan perkawinan ada dalam tajuk rencana dengan jumlah total 16 buah item berita (2%). Mengingat tajuk rencana merupakan wadah untuk membahas isu yang dianggap penting oleh redaksi media, angka 2% itu menunjukkan bahwa secara rata-rata isu terkait dengan hak asasi perempuan belum dianggap krusial oleh media yang dikaji.

Yang mengherankan adalah bahwa 42% dari *straight news* juga memperkenalkan isu terkait hak asasi



perempuan dengan pandangan yang mendukung kesetaraan gender, walaupun jenis berita *straight news* biasanya lebih bersifat netral. Pemberitaan yang lebih menggambarkan perspektif patriarkis atau tidak mendukung kesetaraan gender terutama dapat ditemukan di jenis berita “tajuk rencana”: 25% dari semua tajuk rencana yang dikaji tidak mendukung perspektif kesetaraan gender. Sedangkan berita yang mengandung posisi netral paling mudah didapatkan dalam jenis berita *straight news*, sesuai dengan sifat berita ini yang memang bisa dianggap pelaporan netral tentang suatu kejadian.

**5. Kepekaan terhadap dampak kebijakan perkawinan masih perlu ditingkatkan.** Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa dukungan media terhadap kesetaraan gender tampak lebih tinggi untuk isu terkait dengan hak asasi perempuan – seperti “partisipasi dalam ranah publik”, “kekerasan dalam rumah tangga”, “akses kepada pelayanan”, dan lain-lain. Diskriminasi perempuan yang disebabkan oleh kebijakan perkawinan hanya diangkat melalui persoalan pencatatan pernikahan. Ini berarti bahwa media belum terlalu peka terhadap keterkaitan antara kesetaraan gender, kerentanan perempuan, dan kebijakan perkawinan.\*\*\*

*Georgia Wimhöfer adalah Team Leader Proyek Strengthening Women’s Rights (SWR) atau Penguatan Hak-hak Perempuan.*

*Ignatius Haryanto adalah Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP).*

# Mengawal Media agar Tak Jadi Tirani

## Catatan OMS Memantau Media di Sulawesi Selatan

Oleh Mustam Arif

Selama 2010, JURnaL Celebes, sebuah LSM di Makassar mendorong inisiatif peningkatan kualitas media massa lewat penegakan Etika Jurnalistik. JURnaL Celebes yang didukung Yayasan Tifa, memfasilitasi perwakilan dari 18 Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) untuk memantau tujuh media cetak di Sulawesi Selatan. Upaya ini juga untuk mendorong pelibatan masyarakat secara luas berkontribusi memantau media massa di Sulawesi Selatan. Berikut catatan ringkas dari pembelajaran tersebut.

### **Pendahuluan**

Pers atau media massa sungguh menemukan kebebasan di era reformasi. Namun, lewat dari 10 tahun runtuhnya rezim Orde Baru, pers Indonesia masih terperangkap antara kebebasan yang kebablasan dan kriminalisasi pers tak terelakkan.

Keduanya menjadi ancaman jika dibiarkan. Kriminalisasi media akan bermuara pada antikebebasan. Sebaliknya, kebebasan tanpa etika, bisa menumbuhkan media menjadi tirani. Keduanya sama-sama mengancam eksistensi demokrasi.

Kuncinya, media massa harus profesional. Sebab, media yang

profesional dan mandiri, akan mencerdaskan dan mencerahkan masyarakat. Sebaliknya, media yang tidak profesional, akan menyesatkan masyarakat.

Profesionalisme media ditentukan sejauh mana etika media ditegakkan. Namun, di tengah kebebasan dan persaingan, Kode Etik Jurnalistik kerap dikesampingkan. Media massa menjadi menara gading sosial, yang egois menentukan kemauan sendiri, termasuk urusan etika. Masyarakat tidak diberi ruang yang layak untuk berkontribusi memantau media. Padahal, peran masyarakat sesungguhnya menjadi energi menuju profesionalisme. Bukankah

kesempatan bagi masyarakat juga telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers?

Atas dasar itu, mulai Agustus 2009 hingga Juli 2010, Perkumpulan JURnaL Celebes, sebuah LSM di Makassar, yang menghimpun kolaborasi jurnalis dan aktivis LSM, mendorong profesionalisme media lokal lewat upaya penegakan etika jurnalistik dan pelibatan masyarakat yang lebih luas untuk berkontribusi memantau media.

Lewat program yang didukung Yayasan Tifa, inisiatif ini memberdayakan Organisasi-organisasi Masyarakat Sipil (OMS) untuk mengambil peran dalam memantau media (*media watch*). OMS yang menjadi partisipan diasumsikan sebagai representasi dari masyarakat. Ini merupakan langkah awal memasuki peran masyarakat dan literasi media yang lebih luas di Sulawesi Selatan ke depan.

Upaya ini penting, setelah sekian tahun, tidak ada institusi atau masyarakat yang melaksanakan pemantauan media di Sulawesi Selatan, setelah pada awal tahun 2000-an, Lembaga Studi Informasi dan Media (eLSIM) memantau beberapa media cetak di Makassar.

Tujuan dari inisiatif ini adalah memberdayakan OMS untuk berkontribusi dalam menumbuhkan media yang profesional. Upaya ini juga

dimaksudkan sebagai pembelajaran bersama (*share learning*) antara pekerja atau aktivis LSM dengan jurnalis atau pekerja media massa, untuk bersama-sama mendorong media massa yang profesional.

Program ini kemudian melahirkan beberapa capaian antara lain memberikan wawasan, pengetahuan dan kesadaran tentang peran media massa dan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam berkontribusi mengawal media menuju profesionalisme. Untuk kalangan jurnalis dan media, inisiatif ini sekurang-kurangnya memberikan masukan atau input dan kritik untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas media. Selain itu, dalam proses pembelajaran ini, kumpulan OMS partisipan, juga memantau dan menganalisis tujuh media cetak di Sulawesi Selatan, serta memberikan penghargaan (*reward*) kepada media dan jurnalis yang melakukan praktik terbaik dalam penegakan Etika Jurnalistik. Program ini juga melahirkan komitmen OMS di Sulawesi Selatan untuk berperan mendorong dan mengawal tumbuhnya media profesional, dengan membentuk sebuah forum yang diberi nama Forum Organisasi Masyarakat Sipil Pemantau Media (ForMedia) Sulawesi Selatan.

Tulisan ini merupakan beberapa catatan singkat dari pengalaman setahun

mendorong inisiatif tersebut. Catatan ini tentu diharapkan menjadi dokumen pengalaman mendorong keterlibatan masyarakat lebih luas dalam berkontribusi mengawal media massa, terutama dalam penegakan Etika Jurnalistik.

### **Dari Diskusi Sampai Pemberian Award**

Program pemantauan media ini diupayakan untuk tidak sekadar memantau media secara teknis seperti biasa dilakukan dalam program *media watch*, yaitu menetapkan objek dan konten media, lalu menganalisis. Sebagai upaya belajar bersama, proses pemantauan media yang dilaksanakan JURnaL Celebes, dibarengi kegiatan-kegiatan pembelajaran yang juga memberikan wawasan, pengetahuan dan keterampilan, khususnya kepada utusan dari OMS yang menjadi peserta.

Hal ini perlu dipertimbangkan mengingat OMS-OMS yang terlibat dalam program ini, kecuali dari organisasi kewartawan seperti AJI dan PJI, masih asing atau belum memiliki sedikitpun pengetahuan tentang pemantauan media. Bagi OMS, memantau media menjadi sesuatu yang asing, karena itu sebaiknya diberi bekal wawasan dan keterampilan.

Atas pertimbangan itu, maka kegiatan yang dilaksanakan dalam proses

pemantauan media ini diformat untuk melibatkan pihak-pihak sasaran dan kolaborasi antara media (wartawan) dengan OMS. Dengan demikian, pada program ini, proses pemantauan media diawali dengan peningkatan kapasitas masing-masing pihak yang terlibat.

Kegiatan yang dilakukan untuk parapihak itu antara lain, diskusi regular yang dilaksanakan di tiga kota, Makassar, Pare-pare dan Palopo. Diskusi berkala ini membahas peranan pers, etika jurnalistik, dan peran atau kontribusi masyarakat dalam mengontrol media massa ke arah profesionalisme.

Untuk kalangan jurnalis, program ini memberikan peningkatan kapasitas berupa lokakarya dan workshop tentang Etika Jurnalistik serta peranan media massa di tengah-tengah persaingan industri. Kegiatan yang juga menghadirkan narasumber Agus Sudibyo dari Dewan Pers ini berlangsung alot dengan mendebatkan problem dilematis antara ekspektasi tinggi persaingan industri media massa dan tuntutan profesionalisme jurnalis, dalam kerangka penegakan Etika Jurnalistik.

Setelah perluasan wawasan bagi OMS lewat diskusi regular, peningkatan kapasitas jurnalis lewat lokakarya dan workshop, program ini kemudian mengarahkan utusan dari OMS untuk

belajar dan praktik menganalisis media massa. Para peserta lewat sebuah workshop, secara teoritis maupun praktik, diberi kapasitas atau kemampuan melakukan pemantauan dan analisis media.

Peningkatan kapasitas utusan OMS dilanjutkan dengan pembentukan kelompok pemantau media dan media massa yang menjadi objek pemantauan. Dalam program ini, tujuh media cetak yang terbit dan beredar di Sulawesi Selatan ditetapkan sebagai media partisipan atau menjadi media sumber analisis. Tujuh media tersebut masing-masing; Harian *Fajar*, Harian *Tribun Timur*, Harian *Seputar Indonesia Sulawesi Selatan*, Harian *Ujungpandang Ekspres*, Harian *Berita Kota Makassar*, Harian *Pare Pos* dan Harian *Palopo Pos*. Tujuh surat kabar ini dipilih dengan pertimbangan sebagai media utama yang terbit berkala di Sulawesi Selatan dan menjadi representasi kepentingan pembaca dari seluruh kalangan masyarakat di Sulawesi Selatan.

Setelah penetapan tujuh media, kelompok pemantau media masing-masing menetapkan konten berita yang dipantau. Lewat *mini workshop*, para utusan dari OMS menetapkan konten berita yang dipantau dari tujuh media itu masing-masing; berita tentang lingkungan hidup dan sumber daya alam, berita

tentang perempuan dan anak, berita tentang tata ruang, berita tentang kelistrikan, berita tentang bencana, dan berita tentang pendidikan. Namun, konten ini kemudian dirampingkan karena pertimbangan keterbatasan tim, maka ditetapkan hanya empat tema yaitu berita *Lingkungan Hidup* meliputi bencana alam, sampah, pembalakan liar, pencemaran dan rehabilitasi. Berita tentang *Perempuan dan Anak* meliputi kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan pelecehan seksual. Berita tentang *Tata Ruang* fokus pada kasus revitalisasi Lapangan Karebosi Makassar, dan berita tentang *Kelistrikan* yakni pemadaman bergilir.

Selain utusan OMS, program ini juga melibatkan publik dari pembaca tujuh media cetak dalam bentuk iklan layanan masyarakat tentang peran media dan Etika Jurnalistik yang dipasang di empat surat kabar yang terbit di Makassar. Dalam iklan berupa himbauan tersebut juga disertai permintaan tanggapan dan masukan dari para pembaca. Tanggapan dan input lewat SMS dan telepon ini juga dijadikan salah satu rujukan untuk menilai praktik terbaik media partisipan dalam penegakkan Etika Jurnalistik oleh kelompok OMS pemantau media.

Sebelum melakukan kegiatan teknis pemantauan dan analisis media, para

peserta utusan dari OMS membentuk dan mendeklarasikan sebuah forum yang diberi nama Forum Organisasi Masyarakat Sipil Pemantau Media (ForMedia) Sulawesi Selatan. Setelah pembentukan forum ini, kegiatan program sebagian besar dilaksanakan oleh forum yang ketika itu di dalamnya adalah kelompok-kelompok pemantau media.

Forum pemantau media melakukan pemantauan dan kemudian menganalisisnya sekali dalam setiap tiga bulan. Setelah dipantau dan dianalisis, hasilnya diekspos ke publik dalam satu kegiatan yang melibatkan pengelola media massa dan banyak pihak. Kegiatan ini dihelat sebagai diskusi warung kopi karena dilaksanakan di warung kopi yang ramai pengunjung. Diskusi sering berlangsung alot, karena terjadi interaksi yang bersifat kritik dan korektif dari publik dan klarifikasi-klarifikasi dari pihak media yang menjadi objek partisipan dalam program ini.

Lewat proses pemantauan dan analisis selama enam bulan, di akhir program, ForMedia menetapkan praktik terbaik media dan jurnalis dari tujuh media yang menjadi sasaran program. Pemberian penghargaan atau *award* dilaksanakan dalam sebuah kegiatan publik yang dihadiri banyak kalangan. Kegiatan yang dilaksanakan di sebuah restoran di Makassar ini dihadiri juga para

jurnalis dan pimpinan media partisipan untuk menerima penghargaan yang diberi nama *OMS Award* atau penghargaan dari organisasi masyarakat sipil.

### **Undang-Undang Pers dan Kode Etik**

Ada hal menarik yang menjadi bagian dari catatan dalam diskusi berkala dengan OMS tentang profesionalisme dan peranan media, undang-undang serta kode etik, adalah masih awamnya OMS terhadap regulasi tentang media dan pekerjaan jurnalistik. Ternyata, sebagian besar peserta diskusi utusan dari OMS belum tahu kalau ada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

Dalam diskusi yang dilaksanakan di Aula Kantor Kelurahan Baumaseppe, Kota Parepare, para peserta menyatakan selama ini mereka tidak mengetahui kalau ada Kode Etik Jurnalistik dan Undang-Undang Pers. Setelah menerima penjelasan dari narasumber, ada peserta dari salah satu LSM di Parepare menyatakan jika berdasarkan regulasi yang ada, maka hampir sebagian besar jurnalis selama ini sering melanggar regulasi tersebut.

Menurut peserta diskusi itu, selama ini pembaca surat kabar sering dirugikan media karena tidak diberi kesempatan yang layak untuk pemuatan hak jawab.

Pihak media pun dinilai sering memuat hak koreksi yang tidak proporsional. Misalnya, ketika diberitakan, media menempatkan dalam halaman strategis bahkan menjadi *head line*, tetapi saat mengoreksi, media menyembunyikan di pojok-pojok halaman dengan ukuran yang bisa luput dari perhatian pembaca.

Peserta diskusi menilai, masyarakat umum bahkan OMS saja belum mengetahui luas adanya regulasi media, karena setelah disahkan, Undang-Undang Pers tidak disosialisasikan secara luas, melainkan hanya pada kalangan media, akademisi atau pengamat. Demikian juga dengan Kode Etik Jurnalistik. Sebenarnya, panduan profesi ini mengatur pekerjaan wartawan dengan kepentingan publik, maka kode etik penting diketahui publik.

Bicara soal Kode Etik Jurnalistik menjadi perdebatan pada diskusi yang dilaksanakan di Warung Kopi 76 Makassar. Peserta diskusi dari LBH Makassar menilai wartawan bukan profesi, melainkan pekerjaan. Karena itu, panduan wartawan sebenarnya tidak termasuk dalam katagori kode etik. Anwar, SH yang juga seorang pengacara, membandingkan seorang dokter atau pengacara dengan seorang wartawan. Wartawan jika dipecat dari media tempatnya bekerja, bisa pindah

bekerja ke media lain. Tetapi seorang dokter atau pengacara ketika dipecat dari profesinya, tidak akan bisa bekerja lagi sebagai dokter atau di instansi terkait. Pada wartawan, dipecat adalah statusnya sebagai pekerja atau karyawan, bukan profesinya, karena kewartawanannya tidak berdasarkan pada izin profesi yang diikat dengan kode etik.

Regulasi tentang media dan jurnalis dinilai eksklusif dan tidak menjangkau masyarakat luas. Pada diskusi yang digelar di Baruga Perkumpulan Bumi Sawerigading (PBS) Palopo, ada utusan CSO menuduh pihak media massa sengaja membatasi sosialisasi regulasi media ke masyarakat luas, karena akan menjadi hambatan dalam pekerjaan jurnalistik. Namun, asumsi ini kemudian ditanggapi peserta diskusi dari *Harian Palopo Pos*. Menurut seorang redaktur media itu, tidak maksimalnya sosialisasi regulasi pers karena keterbatasan Dewan Pers, serta organisasi kewartawan dan perusahaan media belum berperan maksimal.

Para utusan OMS yang menjadi peserta diskusi berkala di Makassar, Parepare dan Palopo menyimpulkan pentingnya sosialisasi Undang-Undang Pers dan Kode Etik Jurnalistik secara luas. Ketika masyarakat luas mengetahui dan memahami regulasi pers, justru akan

berdampak pada partisipasi publik dalam membantu media massa berproses secara profesional.

### **Wartawan "Bodrex" dan Pejabat Takut**

Tindakan pemerasan yang dilakukan oknum wartawan atau mengatasnamakan wartawan juga mendominasi setiap diskusi berkala dengan peserta OMS. Dalam diskusi di Aula LP3M di Parepare, ada peserta menilai saat ini masyarakat kadang susah membedakan, mana wartawan profesional, mana wartawan yang mencari uang lewat pekerjaan wartawan, dan mana wartawan yang hanya menggunakan 'keampuhan' wartawan untuk memeras masyarakat atau sering disebut wartawan "bodrex".

Wartawan "bodrex" yang kerap tampil meyakinkan dan arogan, dinilai peserta diskusi, tidak disadari sebenarnya bersimbiosis dengan para pejabat pemerintahan atau institusi yang takut. Ketakutan pejabat ini bisa saja karena tidak terbiasa atau tidak suka publikasi, juga karena menyimpan perbuatan salah, misalnya korupsi atau penyimpangan lain terkait dengan jabatan. Ketakutan pejabat institusi justru menjadi sasaran empuk oleh wartawan "bodrex" atau wartawan gadungan.

Para peserta diskusi menilai kenyataan ini berdampak pada dua sisi.

Pertama, makin menyuburkan praktik pemerasan yang dilakukan wartawan "bodrex" atau oknum masyarakat yang mengatasnamakan jurnalis. Kedua, realitas ini justru melanggengkan penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh oknum-oknum pejabat, karena menganggap kejahatan yang dilakukan bisa teratasi, salah satunya dengan cara menyuap oknum-oknum wartawan atau pihak-pihak yang mengatasnamakan wartawan atau LSM, selain penegak hukum. Para pejabat institusi yang merasa melakukan kesalahan, dengan mudah ditundukkan wartawan "bodrex".

Untuk mengatasi masalah ini, peserta diskusi berkala di Makassar, Pare-pare dan Palopo menghendaki sosialisasi seluas-luasnya regulasi media yakni Undang-Undang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Pejabat yang ketakutan terhadap oknum-oknum wartawan, juga karena tidak mengetahui kalau ada aturan yang mengikat para wartawan, serta hak-hak masyarakat, misalnya hak jawab dan hak koreksi. Disamping itu, pengawasan dari organisasi-organisasi kewartawanan juga harus berperan maksimal. Menurut sebagian peserta, selama ini praktik "bodrex" terkesan diakomodasi oleh organisasi wartawan tertentu, yang tidak menerapkan aturan dan etik yang tegas.



Pada diskusi berkala di Makassar, mengemuka perpektif lain dalam memandang wartawan “bodrex”. Sebagian peserta diskusi menilai keberadaan wartawan pemerass ini hanya merupakan gangguan rutin yang akan hilang, manakala media sudah profesional dan masyarakat sudah meleak media. Tantangan besar ke depan, justru adalah sindikasi media dengan kepentingan bisnis dan politik, serta kepentingan-kepentingan lain yang akan berdampak pada profesionalisme jurnalis. Jurnalis akan tidak berdaya menghadapi kemahakuasaan pemilik modal atau manajemen media yang menyokong kepentingan-kepentingan eksternal media.

Peserta diskusi di Palopo, sangat mengharapka adanya standardisasi profesi wartawan. Selain itu juga harus ada standar kelayakan perusahaan media. Dengan demikian, yang bisa menjadi wartawan adalah orang memenuhi kriteria tertentu. Sedangkan masyarakat yang mendirikan perusahaan media massa, juga harus memenuhi kriteria tertentu. Sebab, menurut peserta diskusi, setelah reformasi, semua warga masyarakat bisa membuat media. Hanya dengan sedikit modal, sudah bisa menerbitkan surat kabar, orientasinya bukan untuk sarana informasi, melainkan digunakan untuk kepentingan tertentu, baik kepentingan mencari uang atau menjadi alat politik.

Peserta menghendaki, para jurnalis di media laiknya memiliki standar kompetensi, agar tidak semua orang bisa menjadi wartawan.

Diskusi di Makassar juga menyoroti perilaku wartawan secara umum. Utusan dari OMS menilai sebagian jurnalis berperilaku arogan. Pada diri mereka, ada rasa superior, bahwa wartawan mengetahui segala-galanya, yang merasa mesti diperlakukan istimewa dari warga negara biasa. Bahkan pada sisi yang riskan, wartawan merasa kebal hukum, bahkan bangga jika melanggar hukum.

Peserta diskusi menilai fenomena ini bisa terjadi karena minimnya kontrol terhadap media dan jurnalis, terutama kontrol dari masyarakat, dalam konteks penegakan etika jurnalistik. Banyak wartawan menegakkan etika jurnalistik. Abdullah Almudi, seorang tokoh pers ketika masih menjadi anggota Dewan Pers pernah menyatakan bahwa 80 persen wartawan Indonesia tidak membaca, memahami dan mempraktikkan Kode Etika Jurnalistik. Karenanya, para peserta diskusi mengharapka, ke depan kontrol masyarakat mesti diperluas, karena selama ini ternyata pengawasan internal lewat media dan organisasi-organisasi kewartawanan tidak bisa memberikan dampak maksimal bagi jurnalis dalam penataan dan penegakan etika jurnalistik.

## Belum Tahu Ada Dewan Pers

Pada diskusi yang dihelat di bawah pohon beringin, Baruga Perkumpulan Bumi Sawerigading di Palopo, sebagian besar peserta ternyata belum mengetahui adanya Dewan Pers serta tugas dan kewajibannya. Peserta mengetahui jika selama ini para wartawan hanya diawasi PWI dan mediana sendiri.

Tim narasumber dari JURnaL Celebes kemudian menjelaskan apa itu Dewan Pers, tugas dan wewenang di antaranya melindungi kebebasan pers, membantu media dan organisasi kewartawanan menyusun etika, serta memediasi sengketa media atau pers dengan masyarakat. Termasuk menjawab pertanyaan peserta kalau Dewan Pers berkedudukan di Jakarta.

Di antara peserta diskusi menyatakan Dewan Pers memiliki wewenang menjaga dan mengayomi

masyarakat dari pemberitaan yang merugikan. Sayangnya, Dewan Pers hanya berkedudukan di Jakarta dengan anggota yang sangat terbatas. Kondisi ini kemudian menempatkan Dewan Pers sebagai lembaga yang sentralistik dan punya sumber daya yang terbatas untuk mengawasi media dan jurnalis di seluruh Indonesia.

Dengan demikian, peserta diskusi yang umumnya dari LSM ini mengharapkan ada perpanjangan tangan Dewan Pers di daerah. Minimal ada perwakilan di setiap daerah, yang operasionalnya menjadi tanggungan daerah seperti pada lembaga-lembaga negara misalnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang memiliki KPU daerah atau Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang juga memiliki KPI daerah. Dengan pola perwakilan, bila ada sengketa yang bisa diselesaikan di daerah, cukup ditangani Dewan Pers daerah.



Organisasi masyarakat sipil pemantau media mendiskusikan Kode Etik Jurnalistik di bawah pohon beringin, Baruga PBS Palopo, Sulawesi Selatan.

(foto: dok. JURnaL Celebes)

Peserta diskusi di Parepare justru menghendaki sosialisasi Dewan Pers yang lebih luas. Dengan demikian, masyarakat luas memahami keberadaan dan fungsi Dewan Pers dan ketika berkasus dengan media, masyarakat bisa langsung berinteraksi dengan Dewan Pers.

Peserta diskusi di Makassar menilai selama ini Dewan Pers terkesan hanya dikonsentrasikan menyelesaikan sengketa. Padahal, tuntutan yang menjadi prioritas adalah mendorong regulasi yang mengatur standarisasi wartawan dan standarisasi kelayakan perusahaan media. Peserta CSO Makassar ini berasumsi, jika ada regulasi dan standarisasi profesi yang jelas dan tegas, serta standarisasi terhadap perusahaan media, dengan sendirinya akan berdampak pada berkurangnya sengketa-sengketa media. Karena itu, peserta diskusi regular ini mengharapkan Dewan Pers punya skala prioritas untuk menyelesaikan program-program terutama program yang berdampak jangka panjang, tidak hanya program yang kasuistik.

### **Campur-Aduk Fakta dan Opini**

Pemantauan dan analisis OMS yang terhimpun dalam ForMedia menunjukkan bahwa tujuh media cetak di Sulawesi

Selatan masih melakukan pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik. Pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik yang sering dilanggar masing-masing Pasal 3 tentang pencampuradukan fakta dan opini wartawan atau redaktur, Pasal 1 menyangkut akurasi informasi dan data, Pasal 9 menyangkut hak privasi, Pasal 8 tentang labeling atau penamaan terhadap sumber berita dengan istilah lain, serta Pasal 5 tentang pengungkapan identitas korban.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, OMS yang terhimpun dalam ForMedia masing-masing, Lembaga Studi Informasi dan Media Massa (eLSIM), Lembaga Kajian Pendidikan dan Masyarakat Pesantren (LKPM), Wanua, Sahabat Masyarakat Sulawesi (SMS), Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) Sulawesi Selatan, Komisi Perlindungan Anak (KPA) Sulsel, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat (LP2EM) Parepare, People Care Parepare, Wallacea Palopo, Aliansi Gerakan Anti Udara Kotor (A-Gauk) Makassar, Lembaga Bantuan Hukum Makassar (LBHM), Kelompok Kerja (Pokja) Tata Ruang Sulsel, Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Apik, Koalisi Perempuan Indonesia (KPI) Parepare, Aliansi Nasional Bhineka Tunggal Ika (ANBTI) Sulsel, dan JURnaL Celebes sendiri.

Proses pemantauan dan analisis dipandu Muliadi Mau, akademisi dan peneliti media dari Universitas Hasanuddin. Proses pemantauan dimulai dengan mengkliping surat kabar oleh staf program untuk tujuh media yang menjadi objek pantauan.

Metode yang digunakan dalam pemantauan ini adalah analisis isi atau (*content analysis*). Berelson (1952;18) mengemukakan *content analysis* merupakan satu teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi-isi komunikasi yang *manifest*. Dengan demikian, isi komunikasi yang manifest dalam pemantauan ini hanya dibatasi pada isi pesan yang ditampilkan lewat permukaan teks pemberitaan surat kabar di Sulawesi Selatan. Seperti dikemukakan sebelumnya, cakupan berita yang dipantau dan dianalisis dari tujuh surat kabar yaitu tema Perempuan, Lingkungan, Tata Ruang, dan Kelistrikan.

Sementara langkah-langkah penelitian konten analisis yang digunakan dalam pemantauan ini, menurut Muliadi Mau, berpedoman pada tahap-tahap penelitian *content analysis* yang dikemukakan Wimmer & Dominick masing-masing; merumuskan ruang

lingkup masalah, menentukan populasi, memilih sampel, memilih dan menentukan unit analisis, membuat kategorisasi, membuat sistem perhitungan, melatih *coder*, melakukan koding, menganalisis data, kemudian membuat simpulan dan rekomendasi.

Populasi dalam pemantauan ini meliputi seluruh berita bertema perempuan, lingkungan, tataruang dan kelistrikan yang dimuat di surat kabar Harian *Fajar*, Harian *Tribun Timur*, Harian *Berita Kota Makassar*, Harian *Ujungpandang Ekspres*, Harian *Seputar Indonesia Sulawesi Selatan*, Harian *Pare Pos* dan Harian *Palopo Pos* pada edisi Januari-Juni 2010. Sementara penentuan samplingnya bersifat total sampling, yakni semua berita yang menjadi anggota populasi dianalisis secara keseluruhan sesuai sebaran.

Kemudian katagorisasi berita ditentukan dengan tema masing-masing. Untuk tema perempuan kategorinya meliputi; kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan pelecehan seksual. Tema lingkungan meliputi bencana alam, sampah, *illegal logging*, pencemaran dan rehabilitasi (penghijauan). Tema tata ruang yakni berita tentang revitalisasi Lapangan Karebosi Makassar, dan tema kelistrikan meliputi pemadaman bergilir.

Sistem perhitungan dalam pemantauan ini menggunakan pendekatan perhitungan kecenderungan frekuensi, baik yang ditampilkan dalam bentuk tabel frekuensi sederhana maupun tabel silang. Sementara perhitungan reliabilitas data menggunakan formula Holsti dengan rumus:

$$Reliability = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Uji Reliabilitas data dalam pemantauan ini menunjukkan bahwa dari 20 data yang diuji masing-masing coder (N1 dan N2), keduanya bersepakat untuk 18 berita (M). Dengan demikian  $R = 2 \times 18/40 = 0,9$ . Ini berarti reliabilitas datanya adalah sebesar 90%. Jika mengacu pada formula Holsti maka data dalam pemantauan ini sudah dianggap *reliable* atau handal.

Berdasarkan analisis hasilnya antara lain, berita tentang perempuan kurang memperoleh perhatian tujuh media cetak di Sulawesi Selatan terutama pada periode Januari-Februari 2010. Berita tentang perempuan dan anak pun tidak pernah menempati halaman depan atau *headline*.

Berita lingkungan dengan sub tema antara lain penghijauan, bencana alam, pencemaran, sampah, *illegal logging* paling banyak diberitakan selama periode

Januari-Mei 2010. Jumlah pemberitaan yang banyak ini, bukan berarti menunjukkan tujuh media tersebut memberikan prioritas atau keberpihakan pada isu-isu lingkungan hidup, melainkan karena bertepatan dengan musim hujan dan cuaca ekstrim hampir di seluruh Indonesia yang menimbulkan berbagai bencana.

Isu perempuan, lingkungan hidup, tata ruang, dan kelistrikan umumnya ditempatkan di halaman dalam. Meskipun ada berita lingkungan yang ditempatkan di halaman satu, tetapi substansi beritanya bukan persoalan lingkungan hidup, melainkan ada aksi unjukrasa dari warga yang marah terhadap PT Barawaja di Makassar yang dinilai mencemari lingkungan.

Berita yang melalui mekanisme *check and richeck* dengan yang tidak melalui mekanisme itu rata-rata hampir berimbang. Ini menunjukkan bahwa kesadaran untuk membuat berita yang berimbang dari tujuh media yang dipantau, belum maksimal.

Seperti dikemukakan sebelumnya, pasal dalam Kode Etik Jurnalistik yang dominan dilanggar dalam pemberitaan yaitu Pasal 3 tentang pemberitaan berimbang, pencampuran fakta dan opini serta penerapan asas praduga tak bersalah, Pasal 1 tentang berita yang

akurat dan berimbang, Pasal 9 tentang hak sumber berita, dan Pasal 11 tentang melayani hak jawab.

Dalam pemberitaan, masih terdapat banyak pencampuran fakta dan opini. Selama periode pemantauan, media partisipan tidak memuat gambar-gambar porno.

Kemudian penggunaan labeling berita masih ditemukan dalam pemberitaan. Hal ini karena menjadi kebiasaan wartawan dan kecenderungan media menggunakan labeling bukan sebagai pelanggaran, padahal jika disimak dari segi makna, labeling justru mengandung opini.

Hal yang menggembirakan dalam analisis ini adalah mulai berkurangnya pengungkapan yang terkait dengan privasi narasumber. Meskipun demikian, sejumlah berita masih mengabaikan hal ini, terutama pemberitaan yang sumber beritanya adalah pejabat publik ataupun figur publik.

Dari hasil analisis tersebut, ForMedia kemudian merekomendasikan hal-hal yang perlu diperhatikan para jurnalis dan pengelola tujuh media cetak di Sulawesi Selatan antara lain; media dan jurnalis di tujuh media tersebut masih harus konsisten menegakkan Kode Etik Jurnalistik terutama Pasal 1, Pasal 3, Pasal 9 dan Pasal 11. Kemudian institusi

media massa perlu melakukan penyegaran atau peningkatan kapasitas bagi wartawan dalam memahami etika jurnalistik. Media dan jurnalis masih perlu meningkatkan kesadaran untuk membuat berita yang berimbang dengan melaksanakan *check and recheck*. Para wartawan juga diharapkan dalam menulis berita, perlu memperhatikan aspek pencampuran fakta dan opini.

### **Piagam Penghargaan dari Koran Bekas**

Berdasarkan hasil pemantauan dan analisis, di akhir program, OMS memberikan penghargaan kepada media massa yang dinilai melakukan praktik terbaik dalam penegakan Etika Jurnalistik. Penilaian kepada media dan jurnalis untuk diberi penghargaan *OMS Award* berdasarkan hasil pemantauan dan analisis tujuh media tersebut, serta masukan-masukan dari masyarakat lewat SMS.

OMS yang tergabung dalam ForMedia kemudian menentukan dua katagori utama yaitu katagori media yang memuat berita terbaik dan terbanyak untuk bidang atau tema-tema yang dipantau dan dianalisis. Berikutnya katagori jurnalis adalah karya jurnalistik terbaik untuk tema-tema yang menjadi sasaran pantauan, yang ditulis oleh para wartawan tujuh media tersebut.

Sebagai tanda penghargaan pada praktik terbaik ini, JURnaL Celebes dan ForMedia tidak memberikan *reward* berupa uang atau piala yang mahal, melainkan berupa piagam sangat sederhana. Meskipun demikian tanda penghargaan ini dianggap unik karena berupa piagam bentuk pigura foto yang dibuat dari kertas koran bekas. Bahan baku yang digunakan membuat piagam ini, diharapkan menjadi semacam penghargaan bahwa apa yang digeluti media dan jurnalis itu, tetap berguna dan bermakna, meskipun itu sudah menjadi barang bekas.

Penghargaan yang diterima masing-masing; untuk katagori media diraih oleh Harian *Fajar*, Harian *Seputar Indonesia* Sulawesi Selatan, dan Harian *Ujungpandang Ekspres* untuk katagori media yang memberikan perhatian pada isu lingkungan hidup dan tata ruang. Kemudian untuk katagori media yang memberikan perhatian pada isu perempuan masing-masing diraih Harian *Pare Pos*, Harian *Tribun Timur*, dan Harian *Fajar*. Kemudian media yang paling minim melakukan pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik diraih Harian *Seputar Indonesia* Sulawesi Selatan, Harian *Fajar* dan Harian *Tribun Timur*.

Kemudian untuk karya jurnalis masing-masing diraih Muliadi Abdillah dan

Abriandi dari Harian *Seputar Indonesia* Sulawesi Selatan serta Rahim, Rahmah dan Ameruddin dari Harian *Fajar* untuk sub kategori penulisan berita tata ruang. Untuk sub katagori penulisan berita isu perempuan dan anak diraih Sari Bulan dari Harian *Berita Kota Makassar* dan Wahyudin dari Harian *Seputar Indonesia* Sulawesi Selatan. Sedangkan wartawan yang dinilai memberi inspirasi (*inspiring journalist*) dalam konteks pelaksanaan program ini di antaranya berpartisipasi aktif diraih masing-masing; Jumadi Mappanganro dari Harian *Tribun Timur*, Idcang Passinringi dari Harian *Seputar Indonesia* Sulawesi Selatan, Arsan Fitri dari Harin *Berita Kota Makassar*, dan Sumarlin dari Harian *Pare Pos*.

## Simpulan

Catatan ini memberi simpulan berupa pembelajaran antara lain, pentingnya pelibatan atau memberi peran yang luas kepada publik atau masyarakat untuk berkontribusi mengawal media massa menjadi media yang profesional. Sebab media massa yang profesional akan menciptakan masyarakat yang cerdas. Sebaliknya, jika suatu masyarakat dituntun oleh media yang tidak sehat, akan menjadi masyarakat yang tersesat.

Dalam persaingan industri media yang ketat, media massa harus taat pada

etika. Ketika mengabaikan etika, sarana informasi dan komunikasi ini justru akan berkembang menjadi tirani, atau menjadi rezim terselubung yang justru turut serta atau menjadi alat menindas masyarakat.

Di tengah-tengah kebebasan di era reformasi, pers atau media di Indonesia masih harus tetap menjaga kemerdekaan dari berbagai upaya membungkam kebebasan. Namun, upaya ini juga harus dibarengi dengan perjuangan menumbuhkan media yang profesional, dengan tidak

mengabaikan etika dan tatanan nilai-nilai kemanusiaan.

Dalam upaya mendorong media massa yang profesional, keterlibatan publik yang lebih luas dalam bentuk literasi media, masih sangat dibutuhkan. Sebab, dengan terlibatnya masyarakat untuk berkontribusi dalam pengembangan media massa, akan memberikan kekuatan atau energi di luar dari modal dan sumber daya manusia dalam industri media massa. \*\*\*

*Mustam Arif adalah Direktur Eksekutif Jurnal Celebes, mantan jurnalis yang pernah menjadi Redaktur Pelaksana Harian Pedoman Rakyat.*





# Fenomena Kebangkitan Industri Pers Daerah/ Media Lokal

Oleh Petrus Suryadi Sutrisno

## Pendahuluan

Tidak mudah untuk menulis fenomena Pers Daerah atau Media Lokal karena spektrum dan rentang permasalahannya yang begitu luas dan beragam karena bagaimanapun Pers Daerah atau Media Lokal tentu tidak akan bisa lepas dari sistim dan sejarah Pers Nasional Indonesia yang juga memiliki periodisasi.

Berbicara soal Pers Daerah atau Media Lokal, maka mau tidak mau, suka atau tidak suka kita tidak bisa lepas dari pohon besar induk Sistim dan Sejarah Pers Nasional Indonesia. Meskipun dari sisi sejarah Pers Daerah atau Media Lokal dimulai dari cikal bakalnya yaitu media cetak. Namun, bagaimanapun dalam perkembangan Pers Daerah/Media Lokal terkini tentu tidak bisa lepas dari perkembangan media elektronik dengar, radio dan media elektronik pandang, TV yang mencatat dinamika media yang luar

biasa lompatannya dari jumlah angka puluhan berubah jumlahnya menjadi angka ratusan.

Angka-angka statistik dari Data Pers Nasional, Indonesia 2010 yang dibuat oleh Dewan Pers dan beredar pasca 9 Pebruari 2011 menunjukkan bahwa jumlah penerbitan pers nasional yang ada saat ini berdasarkan kriteria dan verifikasi Dewan Pers berjumlah 952 media cetak, terdapat 496 lembaga penyiaran radio yang memiliki Ijin Penyelenggaraan Penyiaran/IPP dan terdapat juga 118 lembaga penyiaran televisi yang memiliki IPP.

Dari Data Pers Nasional ini maka akan diperoleh data bahwa jumlah pers nasional dikurangi jumlah pers di Jakarta, 952 minus 323 (di Jakarta) akan ditemukan jumlah Pers Daerah/Media Lokal di luar Jakarta yang berjumlah 629 media cetak yang bisa digolongkan sebagai media cetak Pers Daerah/Media Lokal. Di samping media elektronik radio:  $378 - 26 = 352$  radio

di daerah tidak termasuk radio di Jakarta. Sedangkan media elektronik TV: 118 - 16 = 102 stasiun TV di daerah tidak termasuk jumlah stasiun TV di Jakarta.

## **Batasan Pengertian**

Sekitar tahun 1986-1987 an salah satu sesi kuliah dari mata kuliah Manajemen Media Massa pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia bertopik “Muatan Lokal Media” (Local Media Content).

Dalam sesi kuliah ini tentu saja dibahas batasan pengertian tentang apa yang disebut sebagai Pers Daerah atau juga disebut sebagai Media Lokal yaitu media cetak, radio yang berada di daerah-daerah di luar Jakarta. Sementara di Indonesia sampai tahun 1986 baru memiliki stasiun TV tunggal TVRI milik pemerintah, karena baru tahun 1987 dimulai rintisan eksisnya stasiun TV swasta pertama.

Secara sederhana Pers Daerah atau Media Lokal dapat diartikan sebagai jaringan perusahaan pers nasional yang berada di tingkat provinsi, kabupaten dan kota di seluruh Indonesia kecuali yang diterbitkan dan berkantor pusat di Jakarta. Umumnya perusahaan pers di Jakarta selalu mengidentifikasikan dirinya sebagai media nasional yang berkedudukan di Jakarta dan

jangkauan operasional penyiaran dan pelayanan medianya mencapai seluruh wilayah NKRI.

Jadi, Media Lokal biasa juga disebut sebagai Pers Daerah merupakan komponen Pers Nasional yang berada di daerah provinsi, kabupaten/kota sebagai organisasi penerbitan media cetak, stasiun siaran radio swasta dan pemerintah daerah serta kini juga muncul jaringan stasiun televisi lokal, termasuk juga semua jaringan Lembaga Penyiaran Publik TVRI dan RRI. Bahkan saat ini juga menjamur Media Online di berbagai ibukota provinsi, kabupaten dan kotamadya.

Pengertian Media Lokal merujuk pada suatu sistim atau jaringan media yang berada di suatu lokal atau daerah tertentu. Dan Media Lokal adalah media massa yang muatan isi medianya bersifat lokal atau khas kedaerahan atau tentang daerah tertentu. Media Lokal memiliki kantor pusat operasi-kegiatan, staf dan organisasi-manajemen di daerah tertentu. Karena karakter “daerah” melekat pada unsur Media Lokal ini maka orang sering menyebut Media Lokal sebagai Pers Daerah.

Sementara Pers Daerah adalah suatu sistim atau jaringan media massa yang berasal atau melakukan aktivitas kegiatan jurnalistik media dengan dukungan insan-insan pers atau wartawan dan komunitas wartawan pers

nasional yang berada di suatu daerah tertentu.

Prosentase muatan isi Pers Daerah atau Media Lokal yang terbanyak atau terbesar adalah tentang daerah/lokal itu sendiri, sementara isi muatan lainnya yang bukan berasal dari daerah itu persentasenya sedikit atau kecil. Isi muatan lain dari Media lokal atau Pers Daerah antara lain adalah berita/informasi yang bersifat nasional atau daerah-daerah sekitar di mana Pers Daerah atau Media Lokal itu berada.

Jadi jika disimpulkan penyebutan Media Lokal dapat dikatakan sebutan lainnya adalah Pers Daerah yang kandungan muatan isi medianya didominasi oleh isi media massa yang bersifat lokal atau kedaerahan tertentu.

Sementara istilah Media Lokal atau Pers Daerah juga memiliki kesamaan arti dengan istilah David T Hill tentang “regional press” di bukunya berjudul “The Press in New Order Indonesia.” Tetapi David T Hill lebih sering menggunakan istilah “regional papers” ketimbang “regional press”. David T Hill juga mengungkap adanya sebutan “regional language press” atau “pers regional yang berbahasa daerah” (David T Hill, 1994).

Dalam kaitan dengan Media Lokal atau Pers Daerah, jika mengacu pada istilah yang disebutkan David T Hill, maka pengertian Media Lokal atau Pers Daerah

menjadi bersifat lebih luas lagi yaitu media massa atau pers daerah yang menggunakan bahasa daerah. Memang di pulau Jawa masih terdapat media massa atau pers daerah yang menggunakan bahasa daerah sebagai medium penyampaian pesan.

Di sebuah jaringan stasiun televisi yang dikelola oleh kelompok Media Jawa Pos yang tertangkap siarannya di kawasan Jawa Timur, masyarakat bisa menonton siaran TV yang salah satu siaran dan siaran beritanya menggunakan bahasa Jawa dengan logat dan dialek Jawa Timuran dan bukan berbahasa Indonesia. Sementara itu di kota Solo, sampai sekitar sebelum tahun 2000 masih terdapat majalah yang menggunakan bahasa Jawa dalam seluruh isi penerbitannya.

Dengan demikian jaringan media massa atau jaringan pers yang eksis dan operasional di bumi Indonesia komposisinya adalah:

1. Pers Nasional yaitu Jaringan Pers atau Media Massa yang berkantor pusat dan eksis melakukan kegiatan jurnalistik di tingkat nasional umumnya di Jakarta.
2. Pers Daerah atau Media Lokal yaitu Jaringan Media yang eksis melakukan kegiatan jurnalistik dan berada di lokasi, lokal atau daerah tertentu di daerah provinsi,

kabupaten-kota dan umumnya berada di luar kota Jakarta.

3. Pers Asing yaitu Jaringan Pers atau Media Massa asing atau yang berasal dari luar negeri/negeri lain yang berkantor pusat dan eksis melakukan kegiatan jurnalistik di wilayah negara RI.

## Sejarah Pers dan Media Lokal

Media lokal atau Pers Daerah tidak bisa lepas dari sejarah Indonesia karena Media Lokal atau Pers Daerah juga memiliki Sejarah Media Lokal/Pers Daerah yang bisa dikategorikan pada masa-masa:

1. Sejarah Pers dalam masa Kolonial Belanda di bumi Nusantara Indonesia.
2. Media Lokal/Pers Daerah untuk mendukung Pergerakan Nasional, Perjuangan Kemerdekaan.
3. Media Lokal/Pers Daerah pada era Orde Lama - Orde Baru – Orde Reformasi.

“Sejarah Pers di Indonesia” yang ditulis oleh Tim Penulis dan diterbitkan oleh Penerbit Buku Kompas tahun 2002 secara jelas menyebutkan bahwa bagian yang membicarakan pers Indonesia dimulai dengan uraian pers daerah dan bahasa

Melayu. Hal tersebut membuktikan bahwa bagaimanapun Pers Daerah adalah bagian dari Pers Nasional yang saat ini biasa juga disebut sebagai Pers atau Media Lokal.

Sejak jaman penjajahan Belanda, Pers Daerah/Media Lokal dalam pengertian surat kabar-media cetak yang terbit di daerah tercatat bukan hanya terbit di kota-kota besar seperti Jakarta, Medan, Surabaya dan Makasar saja tetapi sebenarnya juga terdapat eksis di kota-kota besar lainnya seperti di kota Semarang, Solo bahkan di Banjarmasin dan Manado.

Artinya, Pers Daerah berdasarkan telaah sejarah pers Indonesia memang merupakan inti dari Pers Nasional. Surat kabar “Medan Prijaji” yang diterbitkan oleh RM Tirtoadisuryo pada tahun 1907 justru lahir dan terbit pertama di kota Bandung, Jawa Barat.

Koleksi surat kabar nasional yang tercatat pada Perpustakaan Nasional Jakarta menyebutkan bahwa surat kabar *Tjahaja Sijang* merupakan surat kabar daerah yang tertua di bumi Indonesia karena diterbitkan dari tahun 1869 sampai tahun 1927 di kota Tanawangko, Sulawesi Utara bahkan terbit kemudian sampai 1942 dan berusia lebih dari 50 tahun. Meskipun beredar dan dikelola pekerja Zending di kawasan Sulawesi Utara, *Tjahaja Sijang* telah menggunakan bahasa Melayu dan

dicatat ikut menyebarluaskan penggunaan bahasa Indonesia.

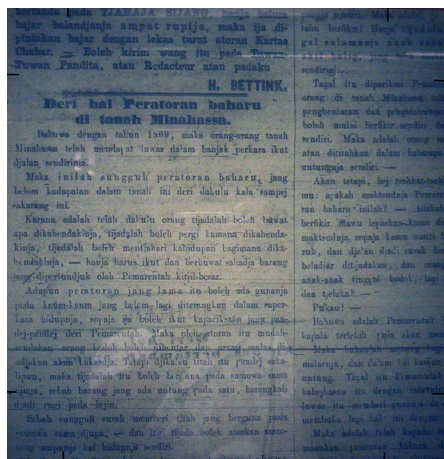
Bahkan minat baca dan minat mengetahui situasi dan keadaan daerah Sulawesi Utara di kalangan orang Sulut di perantauan dengan kreatifnya mampu menghadirkan “pers daerah di perantauan” yang dicatat dalam sejarah pers Indonesia dan sejarah pers daerah sebagai kreativitas mengembangkan eksistensi pers daerah. Ketika itu beberapa pengusaha Sulut di perantauan tercatat mampu menerbitkan paling sedikit 10 judul surat kabar khas Sulut di kota-kota seperti Balikpapan, Cimahi, Bandung, Jatinegara, Jakarta dan juga Surabaya.

Di Kalimantan Selatan, Banjarmasin muncul surat kabar pada jaman Jepang bernama *Borneo Shimbun*, kemudian

Belanda menggantinya menjadi *Soera Kalimantan*. Dan masih banyak lagi Pers Daerah di berbagai provinsi di Indonesia yang memiliki Pers Daerah yang tercatat dalam koleksi surat kabar nasional.

### Lintasan Pers Daerah Dari Masa Ke Masa

Dinamika atau perkembangan Pers Daerah/Media Lokal dari masa ke masa mengalami “pasang surut” sesuai dengan tuntutan dan panggilan sejarah masyarakat dan bangsa-negaranya. Karena itu bisa dipahami bagaimana pasang surut perkembangan Pers Daerah pada masa kolonial Belanda, masa pendudukan Jepang, pra kemerdekaan, pasca kemerdekaan, Orde lama, Orde Baru dan pasca Orde Baru atau era reformasi.



<http://agkarim.blogspot.com>

## Data Sejarah Pers Indonesia Di Beberapa Daerah

Kota	Tahun	Nama Media
Batavia/Jakarta.	1744.	Bataviasche Nouvelles.
Batavia/Jakarta.	1851.	Javasche Courant.
Batavia/Jakarta.	1857.	Java Bode.
Semarang.	1851. 1882.	De Locomotief. Tjahaja India.
Surabaya.	1852.	Soerabajaasch Handelsblad.
Tanawangko, Sulut.	1869.	Tjahaja Siang.
Surakarta.	1871.	Vorstenlanden.
Cirebon.	1880.	Tjiremai.
Bandung.	1895.	De Preanger Bode.
Sumatera.	1884.	Deli Courant.
Padang.	1893.	Sumatera Bode.
Makasar.	1894.	Makasaarsche Courant.
Palembang.	1898.	Nieuws en Advertentie blaad voor de ResidentiePalembang, Djambi en Banka.
Kota Raja,Aceh.	1901.	Nieuws en Advertentieblad voor Atjeh en Onderhoorigheden.
Banjarmasin.	1902.	Banjarmasingsch Nieuwsblad.
Bogor.	1902.	Java Post. (Mingguan Katholik).
Yogyakarta.	1903.	Mataram.
Malang.	1914.	Tjahaja Timoer.
Magelang.	1919.	Kilat.
Kediri.	1925.	Bintang Pagi.
Kupang.	1938.	Obor Masyarakat.

Pers Daerah pada era jaman kolonial Belanda dapat dipastikan sebagai fase rintisan eksistensi Pers Daerah di mana Pers daerah pada masa kolonial Belanda mulai muncul bahkan di beberapa daerah sudah terlebih dulu eksis dibandingkan di daerah-daerah lainnya di bumi nusantara Indonesia.

Meskipun Pers Daerah era kolonial Belanda sudah muncul terutama di kota-kota besar seperti di Batavia/Jakarta, Surabaya, Semarang, Solo, Bandung bahkan juga di Padang dan Medan serta Banjarmasin, sejarah pers Indonesia mencatat di sebuah kota kecamatan bernama Tanawangko, 25 kilometer di luar kota Manado, Sulawesi Utara tahun 1869 telah eksis surat kabar berbahasa Melayu yang merupakan cikal bakal surat kabar bahasa Indonesia bernama *Tjahaja Sijang*.

Pers Daerah pada masa pendudukan Jepang tidak terlalu mengalami perkembangan yang berarti karena masa Jepang yang relatif singkat dan pada masa ini Pers Daerah benar-benar mau tidak mau harus bersedia melakukan perubahan predikat dari sebutan Courant, Blad dan Nieuws menjadi Shimbun yang diarahkan untuk kepentingan Jepang semata.

Pers Daerah Era Pra Kemerdekaan tidak berbeda karakternya dengan Pers Daerah pada Era Pasca Kemerdekaan di mana Pers Daerah merupakan sarana atau

alat perjuangan untuk mencapai dan mempertahankan kemerdekaan akibat kungkungan penjajahan 3,5 abad pemerintah kolonial Belanda dan pemerintah pendudukan Jepang.

Pada masa pemerintah Orde Lama, Pers Daerah ditandai dengan fungsi dan perannya yang terbatas dan sepenuhnya diabdikan untuk kepentingan kelompok, golongan dan kepentingan tertentu. Karakter pemerintah Orde Lama dengan karakter politik sebagai panglima dengan sendirinya Pers Daerah diarahkan untuk mendukung semua hal yang berkaitan dengan program dan tujuan politik sebagai panglima dan sarat untuk memperjuangkan kepentingan kelompok, golongan dan kepentingan tertentu serta cenderung mengalahkan kepentingan publik dan rakyat banyak. Pers Daerah belum berkembang pesat pada era Orde Lama.

Sementara Pers Daerah pada masa Orde Baru cenderung mulai berkembang dengan adanya kerjasama antara Pers Daerah dan Pers Nasional. Banyak Perusahaan Pers Nasional yang membentuk kerjasama bahkan divisi kerjasama pengembangan pers daerah. Mulai dengan bantuan manajemen sampai pembentukan entitas perusahaan pers gabungan antara fungsionaris pers nasional dan pers daerah. Namun, situasi Pers Nasional yang tidak lepas dari kontrol atau



pengawasan pemerintah juga membawa dampak yang sama terhadap kontrol dan pengawasan ketat pemerintah terutama menyangkut isi yang diarahkan pada program penunjang pembangunan nasional dengan sedikit unsur kritik yang dianggap tidak membuat instabilitas.

Pers Daerah pada masa Orde lama dan juga Orde Baru masih mewarisi sistem pengendalian dan pengawasan pers yang menentukan karakter kebebasan pers sesuai dengan jaman dan tuntutan kebutuhan pada masanya masing-masing. Pada era kolonial Belanda dan Jepang “ijin terbit” masih ditentukan dan diberikan oleh pemerintah Belanda, Jepang dan juga pemerintah Orla dan Orba.

Dan Pers Daerah pada Era Reformasi ditandai dengan beberapa karakter antara lain:

1. Pers Daerah eksistensi dan operasional tidak lagi tergantung “hidup atau mati” pada “ijin terbit” untuk media cetak.
2. Pengembangan industri Pers Daerah saat ini sifatnya terbuka bagi investor luar daerah itu sendiri.
3. Pers Daerah umumnya memiliki kemampuan untuk hidup dan berkembang secara independen.
4. Pers Daerah memiliki peluang yang terbuka luas untuk berkembang pesat sebagai industri persuratkabaran.

5. Pers Daerah mampu berperan sebagai sumber informasi lokal daerahnya dan sekaligus dapat melaksanakan fungsi kontrol sosialnya secara maksimal.
6. Pers Daerah yang tadinya hanya mencakup media cetak kini memiliki ranah cakupan media elektronik TV dan radio serta multimedia.
7. Kebebasan Pers bagi Pers Daerah masih sering mengalami gangguan, ancaman, intervensi dan reduksi yang datangnya dari berbagai pihak dan sifatnya merugikan pihak Pers Daerah dan bahkan membawa korban jiwa.
8. Pers Daerah di era reformasi mampu berkembang setara dengan Pers Nasional sebagai komponen industri pers.

## **Fenomena Pers Indonesia**

Beberapa hal yang terkait dengan Fenomena Pers Indonesia ini akan menyangkut atau berkaitan erat dengan dinamika, perkembangan dan permasalahan pers di Indonesia yang dianggap menonjol dan penting. Beberapa masalah tersebut antara lain adalah:

1. Era Reformasi telah menghapuskan persyaratan SIUPP/Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers sebagai syarat utama eksistensi sebuah media cetak,

di samping juga memberlakukan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers. Penghapusan SIUPP dan Pemberlakuan UU No.40/1999 tentang Pers ini merupakan suatu revolusi dalam administrasi perijinan penerbitan media cetak yang membawa dampak luar biasa bagi kalangan dan insan-insan pers termasuk insan Pers Daerah.

Jadi, siapapun warga negara Indonesia boleh memiliki dan menerbitkan media cetak, sepanjang ia mampu memiliki perusahaan sebagai badan hukum penerbit media cetak tersebut. Karena itu, tidak mengherankan jika pasca 1998 di sekitar 30 provinsi dan 400 an kabupaten/kota muncul penerbitan/ media cetak mereka sendiri yang kini menjadi suatu barisan Pers Daerah yang tumbuh subur.

Sebab itu jugalah yang telah mendorong Dewan Pers menghadirkan Standar Perusahaan Pers yang bertujuan untuk membuat standardisasi badan hukum atau perusahaan pers (termasuk Pers Daerah) sebagai pemilik dan pengelola penerbitan media cetak.

2. Banyaknya perusahaan pers termasuk Pers Daerah dengan sendirinya membuat jumlah pekerja penerbitan

pers juga menjadi bertambah banyak jumlahnya. Muncul kesan bahwa orang begitu mudah bisa menjadi wartawan. Siapa saja bisa menjadi wartawan karena memang profesi wartawan ini terbuka bagi siapapun yang ingin menjadi wartawan.

Memang menjadi wartawan selintas terlihat tidak begitu menuntut banyak persyaratan teknis apakah dari sisi pendidikan atau keahlian. Akibatnya banyak orang mencoba untuk menjadi wartawan. Mahasiswa perguruan tinggi yang *drop out* mencoba mengadu nasib dengan menjadi wartawan. Sarjana lulusan perguruan tinggi sambil menunggu lamaran atau lowongan kerja mencoba jadi wartawan. Pencari kerja lulusan D-3/SLTA yang memiliki sedikit kemampuan menulis melamar bekerja untuk menjadi wartawan.

Meskipun demikian Pemimpin Redaksi harian *Fajar* di Makasar, Sulawesi Selatan, pada tiga forum diskusi tentang pers nasional dan wartawan mengakui betapa sulitnya dalam kurun waktu dua tahun terakhir ini untuk merekrut wartawan bagi medianya. Ia mengatakan orang lebih suka dan memilih untuk menjadi wartawan

televisi ketimbang bekerja sebagai wartawan surat kabar karena faktor gaji dan popularitas.

3. Komunitas pers di Jakarta mencatat “kriminalisasi” terhadap pers/wartawan saat ini menunjukkan bahwa tindakan kriminalisasi terhadap wartawan sering dan masih terus terjadi. Data dari AJI/Asosiasi Jurnalis Independen tentang kriminalisasi pers/wartawan angkanya terus meningkat pada periode 2005 – 2009 terdapat 270 kasus kriminalisasi terhadap pers. Tahun 2005: 73 kasus, 2006: 53 kasus, 2007: 75 kasus, 2008: 59 kasus dan 2009: 40 kasus.

Kriminalisasi terhadap pers ini begitu beragam mulai dari wartawan yang jadi korban pembunuhan, penculikan, pemenjaraan, serangan fisik, pengusiran, pelecehan, ancaman dan menghadapi tuntutan pengadilan.

4. Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers masih sering terjadi dan merupakan fenomena pers Indonesia, termasuk Pers Daerah yang penanganannya dilakukan oleh Dewan Pers.

Data Dewan Pers menunjukkan, jumlah pengaduan ke Dewan Pers

meningkat dari 319 di tahun 2007 menjadi 424 pada tahun 2008 dan 442 di tahun 2009.

Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik ini terjadi karena adanya pengaduan masyarakat, pejabat atau pengusaha yang merasa dirugikan atau terusik akibat pemberitaan pers tertentu dan pengaduan ini ditangani melalui proses mediasi pihak Dewan Pers.

Dewan Pers dalam hal ini Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika Pers pada periode tahun 2007-2010 telah menerima pengaduan yang jumlahnya mencapai 1.185 pengaduan dan sebagian terbesar menyangkut pelanggaran Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Umumnya yang dilanggar adalah Pasal 1, 2, 3, dan 4 dari KEJ menyangkut: Pemberitaan tidak berimbang, tidak profesional, dan menghakimi, serta beberapa yang menyiarkan berita cabul.

### **Era Kebangkitan Pers Daerah Sebagai Industri Media**

Era Reformasi di Indonesia telah membawa perubahan yang signifikan bagi kehidupan Pers Daerah atau Media Lokal. Eforia demokrasi dan pekik kebebasan pers yang terbebas dari belenggu sensor, larangan, campur tangan dan intervensi

dari mulai pemerintah, parpol berkuasa, militer dan polisi dan dijamin oleh Undang-Undang No.40 tahun 1999 tentang Pers, telah memungkinkan kehidupan pers nasional di Indonesia termasuk juga kehidupan Pers Daerah untuk berkembang sesuai dengan tuntutan kebutuhan, dinamika dan perkembangan masyarakat di mana pers itu sendiri berada.

Semangat dan peluang pembangunan plus gema otoritas daerah di lebih dari 33 provinsi dan 400 kota/kabupaten seluruh Indonesia telah memungkinkan tumbuh dan bangkitnya Pers Daerah di Indonesia. Dengan kata lain, semua provinsi dan kota atau kabupaten punya peluang untuk memiliki media cetak, radio dan TV serta multimedia di daerah mereka masing-masing sesuai kebutuhan dan kondisi daerahnya. Karena itu tidak heran jika semua provinsi di Indonesia memiliki Pers Daerah dengan komponen surat kabar daerah, radio daerah dan televisi lokal.

Situasi Pers Daerah yang demikian telah memberi peluang kepada pengusaha tertentu untuk melakukan investasi dan menjalankan bisnis industri media massa lokal. Karena itu tidak mengherankan jika Kelompok Media Grup Kompas, Kelompok Media Grup Jawa Pos dan Kelompok Grup Media Indonesia terus melebarkan investasinya di industri pers atau media massa di berbagai provinsi di Indonesia.

Kelompok Media Grup Kompas misalnya kini sudah memiliki jaringan Pers Daerah seperti *Tribun Kaltim* di Samarinda/Balikpapan dan *Tribun Lampung*. Dan jaringan media Pers Daerah lainnya dengan mudah dapat diidentifikasi pada Data Pers Nasional 2010 yang diterbitkan oleh Dewan Pers.

Di Palangkaraya, Kalimantan Tengah ternyata Pers Daerah juga tumbuh dan berkembang seperti di provinsi atau daerah lain. Harian Umum *Tabengan* misalnya benar-benar tampil sebagai media lokal atau Pers Daerah yang kontennya memang mengandalkan informasi di provinsi Kalteng. Harian Umum *Tabengan* misalnya mampu mengangkat beberapa isu lokal Kalteng dengan tetap menghadirkan isu nasional dengan persentasi yang proporsional sebagai surat kabar berkarakter Pers Daerah. Di samping itu, Harian Umum *Tabengan* Kalteng juga mampu merekrut Pemimpin Redaksi yang sebelumnya berhasil memimpin surat kabar nasional yang terbit di Jakarta.

Ada TV Makasar di Sulawesi Selatan, Sriwijaya TV di Palembang dan JTV di Surabaya. Belum lagi puluhan stasiun radio swasta non pemerintah di hampir semua ibukota provinsi serta jaringan multimedia online yang eksis dan menambah banyaknya multimedia di dunia maya sebagai sumber informasi.

Berbagai catatan tentang pertumbuhan Pers Daerah yang mencakup media cetak, radio dan televisi secara rinci dapat dilihat juga dari Data Pers Nasional 2010 yang diterbitkan Dewan Pers. Data Pers Nasional Dewan Pers ini merupakan gambaran nyata dari fenomena kebangkitan Pers Daerah sebagai bagian dari Pers Nasional Indonesia.

## Rekapitulasi Media Cetak

No.	Propinsi	Harian	Mingguan	Bulan	Total
1	Nanggroe Aceh Darussalam	6	2	-	8
2	Sumatera Utara	33	45	4	82
3	Sumatera Barat	4	21	1	26
4	Riau	12	10	1	23
5	Kepulauan Riau	5	4	-	9
6	Jambi	13	4	-	17
7	Bengkulu	5	-	-	5
8	Sumatera Selatan	23	5	1	29
9	Bangka Belitung	5	1	-	6
10	Lampung	13	17	-	30
11	Banten	8	2	8	18
12	DKI Jakarta	35	141	147	323
13	Jawa Barat	11	15	15	41
14	Jawa Tengah	11	4	5	20
15	D.I Yogyakarta	5	3	8	16
16	Jawa Timur	14	35	23	72
17	Bali	8	6	4	18
18	Nusa Tenggara Barat	8	2	1	11
19	Nusa Tenggara Timur	5	3	2	10
20	Kalimantan Barat	9	1	1	11
21	Kalimantan Selatan	6	18	-	24
22	Kalimantan Tengah	6	10	3	19
23	Kalimantan Timur	9	2	1	12
24	Sulawesi Selatan	8	33	32	73
25	Sulawesi Tenggara	6	1	-	7
26	Sulawesi Tengah	4	-	-	4
27	Gorontalo	3	2	-	5
28	Sulawesi Utara	12	-	-	11
29	Sulawesi Barat	1	-	-	1
30	Maluku	6	-	-	6
31	Maluku Utara	4	-	-	4
32	Papua	6	2	-	8
33	Papua Barat	2	-	-	2
	<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>389</b>	<b>257</b>	<b>952</b>

## Media Elektronik

No.	Propinsi	Radio	Televisi	Total
1	Nanggroe Aceh Darussalam	10	10	20
2	Sumatera Utara	5	2	7
3	Sumatera Barat	18	3	21
4	Riau	9	3	12
5	Kepulauan Riau	-	-	0
6	Jambi	3	-	3
7	Bengkulu	6	-	6
8	Sumatera Selatan	22	4	26
9	Bangka Belitung	8	-	8
10	Lampung	3	-	3
11	Banten	4	4	8
12	DKI Jakarta	26	16	42
13	Jawa Barat	3	4	7
14	Jawa Tengah	16	3	19
15	D.I Yogyakarta	20	4	24
16	Jawa Timur	86	12	98
17	Bali	6	4	10
18	Nusa Tenggara Barat	5	-	5
19	Nusa Tenggara Timur	24	7	31
20	Kalimantan Barat	11	3	14
21	Kalimantan Selatan	24	21	45
22	Kalimantan Tengah	10	1	11
23	Kalimantan Timur	3	7	10
24	Sulawesi Selatan	28	3	31
25	Sulawesi Tenggara	12	1	13
26	Sulawesi Tengah	4	-	4
27	Gorontalo	1	-	1
28	Sulawesi Utara	4	-	4
29	Sulawesi Barat	-	-	0
30	Maluku	6	3	9
31	Maluku Utara	-	-	0
32	Papua	1	3	4
33	Papua Barat	-	-	0
	<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>118</b>	<b>496</b>

## Kesimpulan

Dari berbagai data dan catatan tentang Pers Daerah atau Media Lokal di atas tadi maka dapat disimpulkan bahwa:

Pertama, Pers Daerah/Media Lokal telah bangkit, eksis dan muncul sejajar dengan komponen Pers Nasional, karena bagaimanapun Pers Daerah sebelumnya memang telah memiliki sejarah media lokal yang eksis pada masa kolonial Belanda, Jepang, pra dan pasca kemerdekaan serta era Orla, Orba dan Orde Reformasi.

Kedua, Pers Daerah atau Media Lokal di Indonesia rata-rata memiliki peluang untuk bangkit dan eksis sebagai industri pers karena tersedianya potensi perekonomian dan bisnis di masing-masing daerah itu serta ketertarikan investor dari luar daerah. Hal ini membuktikan bahwa Pers Daerah atau Media Lokal dapat menjadi suatu industri pers atau media yang memiliki peluang bisnis untuk tetap hidup dan berkembang setara dengan industri pers nasional.

Ketiga, Pers Daerah atau Media

Lokal telah tumbuh dan berkembang menjadi suatu “kekuatan media lokal” dengan produk informasi utamanya yaitu “muatan informasi lokal”. Muatan informasi lokal ini merupakan basis bagi pengembangan isu lokal yang ternyata menjadi suatu kebutuhan informasi lokal di daerah masing-masing.

Keempat, Pers Daerah yang merupakan bagian dari jaringan Pers Nasional Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan situasi Pers Daerah pada masa kolonial Belanda, jaman pendudukan Jepang, pra dan pasca kemerdekaan RI serta era Orde Lama. Pada era Orde Baru dan Orde Reformasi, Pers Daerah telah tumbuh dan berkembang melampaui eksistensi dan perkembangan Pers Daerah yang meluas dari hanya media cetak atau surat kabar menjadi Pers Daerah yang memiliki stasiun radio dan jaringan televisi lokal.\*\*\*

*Petrus Suryadi Sutrisno adalah Direktur Eksekutif Lembaga Kajian Informasi, Anggota Tim Perumus Standar Kompetensi Wartawan-Dewan Pers, Penguji Kompetensi Wartawan, Pengajar Lembaga Pers Dr. Soetomo, Wartawan Senior dan Kolomnis di beberapa media cetak dan media online.*



# Etika Pemuatan Foto di Media Massa

Oleh Verrianto Madjowa

Sebagai jurnalis, sudah lama saya berminat dalam seni fotografi. Saya bergabung dengan klub fotografi di daerah dan komunitas online para fotografer. Banyak manfaat, selain juga mengasah ketrampilan yang diperoleh melalui diskusi dengan peminat foto.

Pada pertengahan Maret 2011, saya dihubungi teman dari SPOT Photographers, sebuah klub fotografer di Manado. SPOT Photographers hendak mendiskusikan tema Foto dan Hak Cipta dan saya diminta sebagai salah satu narasumber. Diskusi ini berangkat dari beberapa kejadian pengambilan dan pemuatan foto di media cetak tanpa izin dari fotografer yang bersangkutan.

Tema Foto dan Hak Cipta tentu menarik. Saya mencoba menggali bahan dari berbagai sumber, termasuk ke Dewan Pers untuk mendapatkan informasi seputar problematika foto jurnalistik atau berita bergambar ini.

Sebuah foto tidak muncul begitu saja. Ada beragam perangkat yang

digunakan untuk menghasilkan karya ini. Mulai dari kamera yang ada pada telepon seluler, kamera saku hingga kamera profesional

Apa pun peralatan dan merek kamera yang digunakan, sebuah karya foto, dilindungi undang-undang. Regulasi yang ada tidak membatasi jenis kamera, penguasaan alat (ketrampilan teknis) dan siapa yang memotret. Semua foto, baik itu karya fotografer profesional, amatir, dan pemula masuk dalam lingkup hak cipta.

Fotografi termasuk salah satu ciptaan yang dilindungi (Pasal 12 ayat 1 huruf j, UU Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta). Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta dan pemegang hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak hasil ciptaannya (Pasal 1 ayat 1 dan Pasal 2 ayat 1, UU Hak Cipta).

Perkembangan teknologi digital sekarang ini telah menjembatani karya foto lebih cepat dinikmati banyak orang. Klub foto bermunculan di berbagai



daerah. Secara individual maupun klub, foto hasil jepretan dipublikasi dan dipamerkan melalui berbagai sarana dan saluran yang tersedia.

Era informasi telah membuka ruang berekspresi melalui jaringan sosial dan media baru yang setiap saat bisa saling terkoneksi. Asal ada jaringan internet, hasil jepretan bisa langsung ditampilkan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, foto dikirim dan diteruskan lewat jaringan sosial seperti facebook, blog, dan media lainnya.

Dalam kaca mata UU Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, hal ini disebut sistem elektronik. Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Foto termasuk informasi dan dokumen elektronik (pasal 1, UU ITE).

Ketika foto yang tersebar lewat jaringan sosial ini diambil untuk dipublikasi di media massa, berlaku Undang-undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh,

memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Pasal 1 ayat 1, UU Pers).

Sejauh ini, etika pemuatan foto dan jurnalis foto masih jarang diperhatikan dan dibahas organisasi pers. Padahal, fotografi sudah menjadi bagian penting dalam usaha penerbitan. Etika Jurnalisisme Foto pernah ditulis oleh Stanley, salah satu pendiri Aliansi Jurnalis Independen di <http://www.acehkita.com>.

Menurut Stanley hampir semua media massa terkemuka mewajibkan jurnalisnya untuk memahami fotografi, sehingga selain membuat berita juga bisa memotret. Namun tak banyak lembaga pers yang memberikan pemahaman tentang etika fotografi, mereka hanya menekankan pada kode etik jurnalistik yang kerap menjadi rujukan dalam sengketa pemberitaan.

Di Dewan Pers sendiri, kasus etika foto yang sudah dikritisi masih sebatas pemuatan foto yang mengeksploitasi sadisme. Hingga kini belum ada penilaian maupun pengaduan terkait dengan adanya pengambilan foto tanpa izin dari fotografer atau pemuatan foto tanpa

menyebut sumber. Inilah yang menjadi bahan perbincangan kalangan fotografer dan komunitas fotografi.

Merujuk UU tentang Pers, peranan pers nasional adalah mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar (Pasal 6 huruf c). Penjabaran pasal ini melalui Kode Etik Jurnalistik, wartawan Indonesia menghasilkan berita yang akurat, menempuh cara-cara yang profesional dan tidak membuat berita bohong. Penafsiran Kode Etik Jurnalistik, akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan obyektif ketika peristiwa terjadi. Profesional: menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya, dilengkapi keterangan tentang sumber dan tidak melakukan plagiat. Bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi.

Inti yang tersurat dan tersirat dalam UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik ini adalah kegiatan dalam profesi kewartawanan dilakukan dengan mengedepankan kejujuran dan kebenaran. Ini yang menjadi makna sebuah berita, termasuk berita bergambar (berita yang diperjelas dengan gambar atau ilustrasi). Seperti yang disampaikan “Maha guru” dunia pers Bill Kovach, wartawan berpegang teguh pada kebenaran,

kejujuran, serta disiplin dalam melakukan verifikasi.

Foto jurnalistik yang mendukung tulisan tak hanya diambil dan dimuat begitu saja. Perlu ada langkah-langkah verifikasi, seperti halnya saat jurnalis menulis berita. Proses pemuatan foto harus mendapat izin fotografer (maupun model). Apalagi bila sebelumnya ada perjanjian pemotretan bahwa foto-foto tersebut bukan untuk kepentingan komersial.

Selain itu, ada pula foto yang diambil dan dimuat untuk kepentingan advertising (periklanan). Di situs fotografer.net, sebuah komunitas online para fotografer, foto-foto yang diambil dan dimuat untuk kepentingan berita bergambar dan periklanan menjadi bahasan atau pengaduan. Mengambil karya foto melalui situs online, facebook dan jaringan sosial lainnya, sudah menjadi kebiasaan tanpa menyebut asal dan siapa yang memotret gambar tersebut.

Sengketa muncul setelah foto dipublikasi sebagai karya jurnalistik. Kebiasaan ini terus berlanjut dan membuat pemilik foto mendatangi media yang bersangkutan. Ada yang melakukan mediasi dengan membayar hasil karya foto tersebut, ada pula yang meminta maaf.

## **Regulasi dan Pidana**

Mengambil karya foto tanpa seizin fotografer, dapat menjerat seseorang atau lembaga/organisasi pada perbuatan melawan hukum.

## **UU Hak Cipta**

### **Pasal 72**

Ayat 1) barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) dipidana penjara masing-masing paling singkat (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Ayat 2) barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mendegarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

## **UU Informasi dan Transaksi Elektronik**

### **Pasal 30**

(1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik milik Orang lain dengan cara apa pun.

### **Pasal 46**

(1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah).

## **Sengketa Pers**

*“Sebagai rezim hukum yang berdiri sendiri, untuk pers, sudah semestinya hukum pers yang pertama berlaku bagi pelaksanaan tugas-tugas jurnalistik pers.”* Hal ini disampaikan Ketua Dewan Pers Prof Dr Bagir Manan, SH., MCL (dalam buku Menjaga Kemerdekaan Pers di Pusaran Hukum, Dewan Pers, November 2010).

Menurut Bagir Manan, sengketa pers adalah persengketaan yang timbul atau berkaitan dengan aktivitas atau

pelaksanaan tugas jurnalistik yang dilakukan pers (wartawan, redaksi, perusahaan pers). Sengketa-sengketa yang melibatkan pers tetapi tidak berkaitan dengan aktivitas jurnalistik, tidak termasuk sengketa pers. Wartawan yang memeras, menipu atau melakukan kebohongan dengan maksud menguntungkan diri sendiri tidak termasuk sengketa pers.

Sengketa pers bersumber dari pemberitaan yang dimuat di media pers sebagai karya jurnalistik. Menurut Bagir Manan, seandainya tetap harus berperkara, seyogyanya tidak berperkara secara pidana, melainkan memilih secara perdata atas dasar perbuatan melawan hukum. Pidanaan terhadap pers akan menyentuh kebebasan pers. Berperkara secara keperdataan memberikan kedudukan yang seimbang antara penggugat (yang merasa dirugikan) dengan pers sebagai tergugat dan lebih mudah menciptakan harmoni.

## Penutup

Kembali pada permasalahan pemuatan foto di media massa, tak ada cara yang lebih baik selain menghargai pembuat foto tersebut. Bagi fotografer, terkadang, sebuah foto tak bisa dinilai dengan uang. Fotografi sebagai seni melukis dengan cahaya memiliki nilai keindahan, aktualitas dan juga pengingat (dokumentasi peristiwa).

Sebuah foto, juga tidak hadir begitu saja di dunia maya. Karena itu, melakukan verifikasi dan meminta izin untuk pemuatan foto merupakan standard profesional yang perlu dijalankan organisasi pers. Kejujuran dan kebenaran patut dikedepankan. Tak hanya asal mengambil gambar yang bertebaran di dunia maya melalui berbagai jaringan sosial.\*\*\*

---

(Tulisan ini disiapkan untuk diskusi: Foto dan Hak Cipta, diselenggarakan oleh SPOT Photographers Manado, Sabtu 26 Maret 2011)

*Verrianto Madjowa adalah praktisi media. Saat ini anggota Komisi Pemilihan Umum Provinsi Gorontalo (sejak 2008). Dapat dihubungi melalui email: v\_madjowa@yahoo.com*