



UNIVERSITAS INDONESIA

**BUDAYA PRODUKSI DALAM *NEWS ROOM* TVONE PADA
PILPRES 2014
(Studi Kasus Program “Presiden Pilihan Rakyat”)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Sains (M.Si)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh:

**ARIF PERKASA
1306348360**

**PROGRAM PASCASARJANA MANAJEMEN KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS INDONESIA
JAKARTA
JUNI 2015**

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN IMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arif Perkasa
NPM : 1306348360

Tanda tangan :



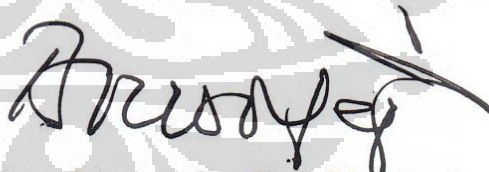
Tanggal : 9 Juni 2015

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA**

TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

**NAMA : ARIF PERKASA
NIM : 1306348360
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL TESIS : BUDAYA PRODUKSI DALAM NEWSROOM
TVONE PADA PILPRES 2014 (STUDI KASUS
PROGRAM PRESIDEN PILIHAN RAKYAT)**

Dosen Pembimbing,



Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja M.A Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Arif Perkasa

NPM : 13063488360

Program Studi : Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Media

Judul Tesis : Budaya Produksi Dalam Newsroom TVONE Pada Pilpres 2014
(Studi Kasus Program Presiden Pilihan Rakyat)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, pada 9 Juni 2015 dan dinyatakan LULUS.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Ir. Firman Kurniawan Sujono M.Si.

Pembimbing : Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja M.A Ph.D.

Penguji Ahli : Dr. Irwansyah M.A.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Juni 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena pada akhirnya penulis berhasil menyelesaikan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis sekaligus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis dalam penyusunan tesis ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Ibu Prof. Dr. Billy K. Sarwono, MA, selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia,
2. Bpk. Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja M.A Ph.D, selaku pembimbing penulisan tesis ini yang banyak memberikan bantuan serta perhatiannya,
3. Bpk. Dr. Pinckey Tri Putra M.sc, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan sarannya,
4. Bpk. Dr. Irwansyah M.A, selaku penguji ahli atas saran, masukan dan kritik yang berguna bagi perkembangan penelitian ini,
5. Bpk. Dr. Ir. Firman Kurniawan Sujono, M.Si, selaku ketua sidang yang telah memberikan masukan pada penelitian ini,
6. Seluruh Dosen Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia untuk semua ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan
7. Seluruh staf Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia yang telah membantu kelancaran administrasi dan segala urusan di kampus
8. Seluruh rekan-rekan di Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi angkatan 2013 untuk semua dukungan, semangat dan doanya.
9. Keluarga Besar Tamsil Ali dan Syahril Syafruddin yang tiada henti mencurahkan kasih sayang, doa serta dukungan baik moril maupun materil yang begitu besarnya dan tak ada hentinya kepada peneliti.
10. Istriku Lydia Nanda yang telah membantu serta memberikan dukungan tiada henti sehingga tesis ini rampung.
11. Rekan-rekan di TVONE yang bersedia meluangkan waktunya sehingga penulisan tesis ini dapat terwujud.

Jakarta, Juni 2015

Arif Perkasa

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arif Perkasa
NPM : 1306348360
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Kekhususan Manajemen Komunikasi
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**BUDAYA PRODUKSI DALAM NEWSROOM TVONE
PADA PILPRES 2014
(Studi Kasus Program Presiden Pilihan Rakyat)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal: Juni 2015

Yang menyatakan,



(Arif Perkasa)

ABSTRAK

Nama : Arif Perkasa
Program Studi : Kekhususan Manajemen Komunikasi
Judul : Budaya Produksi Dalam *Newsroom* TVONE Pada Pilpres 2014
(Studi Kasus Program Presiden Pilihan Rakyat)

Tesis ini membahas tentang budaya produksi dalam *newsroom* TVONE pada pilpres 2014. Budaya produksi media, berkaitan dengan komposisi dan struktur sosial internal dari para pekerja media dan hubungan yang dipelihara. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus di dalam program “Presiden Pilihan Rakyat”. Untuk mengetahui budaya produksi dalam *newsroom* TVONE pada pilpres 2014, peneliti menggunakan observasi dan wawancara mendalam terhadap jurnalis TVONE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individual level, level rutinitas media, level organisasi, level ekstra media serta level ideologi berperan dalam budaya produksi pada *newsroom* TVONE di pilpres 2014.

Kata Kunci :

Budaya produksi, individual level, level rutinitas media, level organisasi, level ekstra media serta level ideologi, produksi berita.

ABSTRACT

Name : Arif Perkasa
Study Program : Communication Science
Title : Cultural Production In Newsroom TVONE at the 2014
Presidential Election
(Case Study On Presiden Pilihan Rakyat TV Programme)

This research focused on the cultural production in newsroom TVONE at the 2014 presidential election. Media production culture, with regard to the composition and internal social structure of the media workers and relationships are maintained. This is a qualitative research that using case study on Presiden Pilihan Rakyat programme. To find out cultural production in newsroom TVONE at the 2014 presidential election, therefore the author use case study on Presiden Pilihan Rakyat TV programme. In order to find out the cultural production in newsroom TVONE at the 2014 presidential election, the author observed and interview the TVONE journalist. The results showed that individual level, routines media level, organization level, extra media level and ideology play a role in the cultural level of production in the newsroom of TVONE at the 2014 presidential election.

Key Words :

Cultural production, individual level, routines media level, organizational level, extra media level, ideology level, the news production.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat dan Signifikansi Penelitian	15
1.4.1. Signifikansi Akademis	15
1.4.2. Signifikansi Praktis	15
2. PUSTAKA.....	16
2.1 Konsep Berita.....	16
2.2 Budaya Produksi Media	19
2.3 Manajemen Produksi Pemberitaan.....	21
2.4 Mekanisme dan Proses Penyajian Berita	23
2.4.1. Agenda Setting dan Framing	23
2.4.2. Pengaruh Individual dari Pekerja Media.....	26
2.4.3. Rutinitas Media.....	28
2.4.3.1. <i>Gatekeeper</i>	29
2.4.3.2. <i>News Value</i>	30
2.4.4 Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media	32
2.4.5. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media	35

2.4.6. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media.....	38
2.5. Produksi Berita	40
2.6. Media dan Politik.....	44
3. METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Pendekatan Penelitian	50
3.2. Informan Penelitian.....	51
3.3. Metode Penelitian	52
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5. Metode Analisis Data.....	54
3.6. Unit Analisa	54
3.7. Keabsahan Penelitian	55
4. DISKUSI DAN HASIL PENELITIAN	57
4.1. Analisis Hasil Penelitian	57
4.1.1. Deskripsi Informan I	57
4.1.2. Analisis Data Informan I.....	57
I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja	57
II. Rutinitas Media.....	60
III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media.....	62
IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media.....	65
V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media.....	67
4.2.1. Deskripsi Informan II	68
4.2.2. Analisis Data Informan II	68
I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja.....	68
II. Rutinitas Media.....	72
III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media.....	76
IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media.....	77
V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media.....	78
4.3.1. Deskripsi Informan III	80
4.3.2. Analisis Data Informan III.....	81
I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja	81
II. Rutinitas Media	83

III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media	86
IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media	89
V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media	90
4.4.1. Deskripsi Informan IV	92
4.4.2. Analisis Data Informan IV	92
I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja	92
II. Rutinitas Media	95
III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media	96
IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media	98
V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media	99
5. KESIMPULAN.....	101
5.1. Diskusi	101
5.2. Kesimpulan Penelitian	101
5.3. Implikasi Penelitian.....	105
5.3.1. Implikasi Akademis	105
5.3.2. Implikasi Praktis	106
5.4. Rekomendasi Penelitian.....	106
5.4.1. Rekomendasi Akademis.....	106
5.4.2. Rekomendasi Praktis.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kajian sistematis yang tergolong awal mengenai fungsi media massa, misalnya oleh Lasswell (1995:93-94). Dia mengidentifikasi tiga fungsi pokok media: (a) *the surveillance of the environment*, (b) *the correlation of the parts of society in responding to the environment*, dan (c) *the transmission of the social heritage from one generation to the next*.¹ Fungsi media sebagai pengawasan lingkungan seperti yang dikatakan oleh Lasswell dapat dipahami sebagai aktivitas media untuk melakukan pengawasan terhadap lingkungan sekitar baik peristiwa-peristiwa yang terjadi maupun aktivitas lingkungan yang kemudian dilaporkan serta diinformasikan secara luas kepada publik sehingga, publik dapat mengetahui peristiwa apa yang akan terjadi, tengah terjadi, maupun yang telah terjadi disekitarnya. Fungsi kedua, media dapat dijadikan penghubung yang juga menjadi bagian dari masyarakat sehingga terjalin ruang untuk saling berdiskusi yang akhirnya melahirkan suatu harmonisasi. Fungsi terakhir, media dapat dijadikan untuk mewariskan nilai-nilai serta norma sosial untuk generasi selanjutnya.

Merujuk pada hal tersebut, maka dapat dikatakan media merupakan bagian dari dunia kehidupan. Sebuah ruang simbolik tempat bersemainya “cakrawala” kesadaran, pemikiran, dan nilai-nilai bersama dalam setiap tindak komunikasi, saling pemahaman, dan pembentukan konsensus berlangsung.² Media massa, salah satunya adalah televisi bisa dilihat sebagai sumber informasi dan juga sumber hiburan di waktu luang (*leisure pleasure*) konsisten dengan pandangan dimana materi hiburan juga bersifat informasional, dan bahwa program-program informasional dikonstruksi dengan cara tertentu sehingga menyenangkan untuk ditonton.³ Maka jika kita dapat kaitkan, informasi yang didapatkan dari televisi dapat membantu masyarakat untuk memahami dan juga mengetahui peristiwa-

¹ Pawito. 2009. Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 93.

² Sudibyo, Agus. 2009. Kebebasan Semu: Penjajahan Baru di Jagat Media. Jakarta: Kompas. Hal: 10.

³ Burton, Graeme. 2007. Membincangkan Televisi. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 98.

peristiwa yang berlangsung disekitarnya melalui tayangan berita yang faktual dan juga aktual. Dalam sebuah pemahaman sederhana mengenai faktualitas, televisi merupakan media informasi karena serangkaian programnya digambarkan sebagai bersifat faktual: berita, dokumenter, *current affairs*.⁴

Jika kita melihat lebih dalam lagi, jelas bahwa berita tidak merefleksikan realitas. Namun, jurnalis-lah yang mengonstruksinya. Peliputan berita dipicu tentu saja oleh peristiwa yang aktual. Tetapi, apa yang disajikan sebagai berita di media, kita bukan melihatnya sebagai peristiwa itu sendiri. Justru, media menyajikan cerita tentang peristiwa, dan cerita tersebut dikonstruksi oleh jurnalis yang dipengaruhi oleh batasan-batasan yang lebih besar diluar kontrol mereka. Jurnalis juga sangat dipengaruhi dari faktor lain yang membingkai suatu peristiwa yang disajikan di dalam berita itu sendiri.⁵ Artinya, apa yang sehari-hari kita saksikan dalam layar kaca televisi berita yang bersifat informasional bukan merupakan peristiwa yang sebenarnya terjadi. Dalam tayangan berita di televisi sudah terdapat campur tangan manusia (baca: jurnalis), karena dengan begitu peristiwa yang terjadi sudah berbaur dengan unsur-unsur jurnalistik. Berita yang tersaji tidak lagi bersifat informasi semata namun telah mengandung 5 W+1 H (*what, when, where, who, why, how*). Peristiwa itu sendiri sudah di konstruksi sedemikian rupa sesuai dengan *angle* yang ingin diangkat oleh jurnalis tersebut.

TVONE sebagai salah satu televisi berita di Indonesia yang berdiri sejak 14 Februari 2008, belakangan mengklaim sebagai TV Pemilu baik pada saat pemilihan legislatif maupun pemilihan presiden 2014. Sebagai TV pemilu tentu TVONE memiliki porsi yang lebih untuk menayangkan berita-berita yang berkaitan pada pemilihan umum baik legislatif maupun pemilihan presiden. Sebagaimana yang diketahui bahwa TVONE dimiliki oleh Ardiansyah Bakrie yang merupakan anak dari konglomerat sekaligus ketua umum partai Golkar Abu Rizal Bakrie. Pada pemilihan presiden 2014 partai Golkar memutuskan untuk berkoalisi dengan partai Gerindra dalam rangka mengusung Prabowo Subianto

⁴ Ibid. Hal: 99.

⁵ Potter, W James. 2005. *Media Literacy 3rd Ed*. USA: SAGE Publication. Hal: 103.

maju sebagai calon presiden 2014. Seperti yang dilansir pada laman tribunnews.com pada 19 Mei 2014.⁶

Seperti yang dikatakan oleh Denis McQuail (2005: 523), selalu ada hubungan yang intim antara komunikasi massa dengan perilaku politik, dalam setiap rezim. Dalam sistem totalitarian maupun authoritarian, elite yang berkuasa menggunakan kontrol mereka terhadap media untuk tetap patuh kepada penguasa serta juga untuk membungkam media dengan berbagai cara. Dalam sistem demokrasi, media memiliki hubungan yang kompleks antara sumber kekuasaan dengan sistem politik. Di satu sisi, biasanya mereka memiliki alasan atas pelayanan mereka terhadap khalayak dengan menyediakan informasi dan pandangan berdasarkan penilaian atas kepentingan dan kebutuhan. Oleh karena itu, dalam melayani masyarakat media harus mandiri, bebas dari kepentingan penguasa. Namun, disisi lain media juga harus menyediakan saluran bagi negara dan penguasa untuk berkomunikasi dengan masyarakat serta juga dapat dijadikan referensi bagi partai politik maupun kelompok kepentingan lainnya untuk berbagi pandangan.

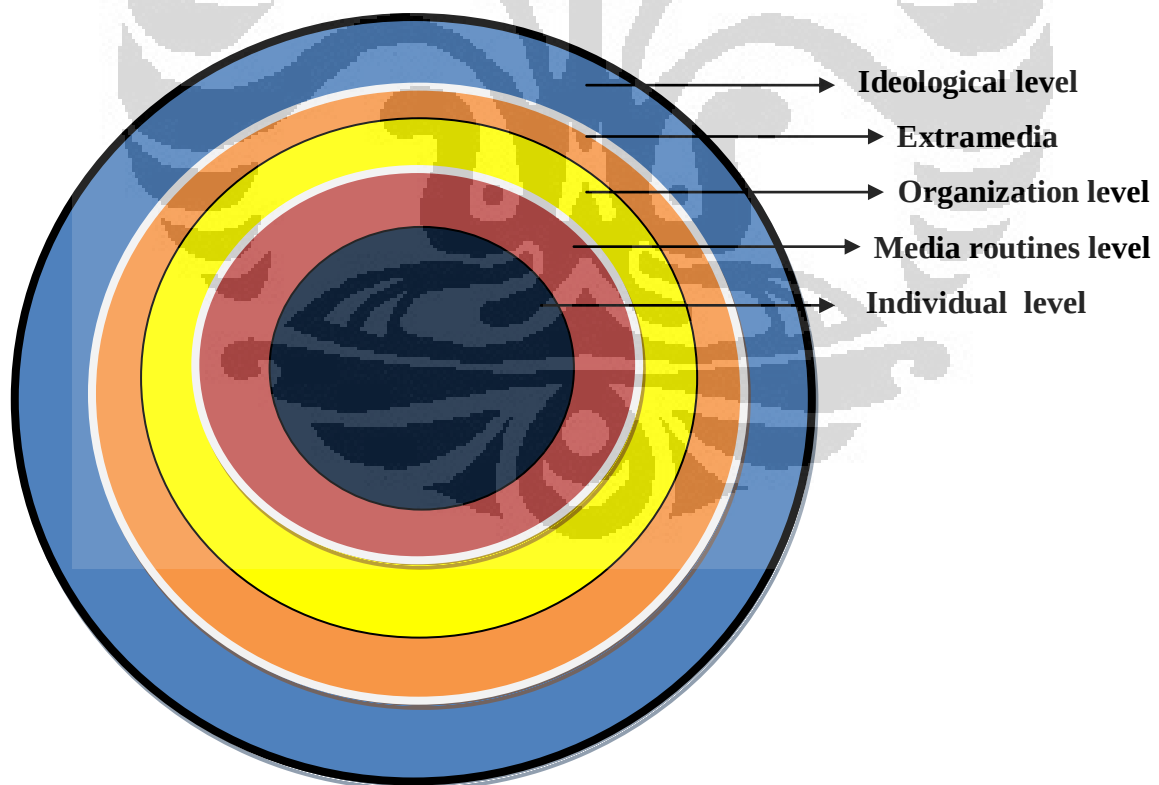
Dalam hal ini kita dapat melihat ada keterkaitan antara kepentingan pemilik TVONE yang merupakan keluarga Abu Rizal Bakrie sekaligus ketua umum partai Golkar dimana pada saat menjelang pemilihan presiden 2014 berkoalisi dengan partai Gerindra untuk mengusung Prabowo Subianto maju sebagai calon presiden saat itu. Lalu, dimanakah posisi serta peran jurnalis TVONE dalam memproduksi berita disaat ada kepentingan yang bercampur menjelang pemilihan presiden 2014. Hal ini menjadi penting karena seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa, idealnya media dapat menjalankan fungsi-fungsinya untuk kepentingan masyarakat bukan hanya kepentingan bisnis apalagi golongan. Tentu dalam pemilihan legislatif maupun pemilihan presiden peran media diharapkan dapat memberikan informasi kepada khalayak luas tentang para politisi yang memiliki kepentingan untuk maju baik sebagai anggota DPR maupun presiden Republik Indonesia. Sehingga, media dapat memberikan referensi kepada khalayak yang juga merupakan pemilih untuk menggunakan hak

⁶ <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/19/golkar-dan-gerindra-deal-koalisi>. Diakses pada 8 September 2014.

politiknya untuk memilih politisi-politisi tersebut yang tujuannya tentu saja agar khalayak tidak salah memilih karena telah mendapatkan informasi tentang politisi yang mencalonkan diri.

Namun, apabila kita melihat pada pemilihan presiden 2014 apakah media terutama televisi (TVONE) telah menjalankan fungsinya untuk memberikan “penerangan” kepada khalaknya? Karena seperti yang diketahui bahwa peran dari jurnalis itu sendiri dituntut untuk *independent*, tidak boleh memihak, hanya berpihak pada kebenaran. Pentingnya penerapan *cover both side, check and recheck*, agar berita yang disajikan menjadi seimbang, faktual dan tidak memihak kepada salah satu pihak. Tetapi sekali lagi, sebuah peristiwa yang sudah menjadi berita telah melewati tahap-tahap jurnalistik sehingga informasi telah dikonstruksi sedemikian rupa oleh jurnalis agar menyenangkan untuk ditonton.

Menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996) terdapat lima faktor yang dapat memengaruhi isi berita.



Pada gambar diatas kita dapat melihat individual level terdapat pada lingkaran yang paling dalam. Shoemaker & Reese dalam bukunya *Mediating The Message* menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang memengaruhi individu jurnalis dalam menulis berita. Pertama, kita dapat melihat karakteristik dari latar belakang dan profesionalisme jurnalis tersebut. Misalnya, pendidikan yang diperoleh oleh jurnalis sangat memungkinkan memengaruhi tulisannya. Tidak hanya itu kita juga dapat melihat berapa penghasilan yang diterimanya, karena hal ini dapat memengaruhi profesionalitasnya sebagai jurnalis. Apabila penghasilannya berkecukupan maka jurnalis tersebut tidak menerima imbalan apa pun dari pihak lain yang dapat memengaruhi tulisannya. Kedua, nilai dan keyakinan serta sikap dari jurnalis juga dipengaruhi oleh latar belakang pendidikannya dan hal tersebut juga dapat memengaruhinya terhadap berita yang ditulisnya. Misalnya, dalam hal sikap politiknya dan juga agama yang dianutnya. Setiap warga Negara hampir pasti memiliki sikap politiknya masing-masing di dalam pemilihan umum. Tidak berbeda dengan jurnalis yang juga memiliki sikap politiknya masing-masing, namun dalam hal ini ketika ia menulis sebuah berita penting untuk diketahui apakah berita yang dibuatnya bercampur aduk dengan pandangannya maupun sikap politiknya. Hal ini juga berlaku pada keyakinan maupun Agama yang dianut oleh seorang jurnalis. Ketiga, orientasi profesionalisme dan juga kecakapan dalam pekerjaannya. Misalnya, apakah jurnalis tersebut berada dalam posisi netral ataukah menjadi partisan dalam mengembangkan cerita yang dibuatnya. Seorang jurnalis dituntut agar mengedepankan berita yang seimbang dengan begitu profesionalisme seorang jurnalis dipertaruhkan, untuk itu diperlukan peran netralitas seorang jurnalis dalam menyajikan berita.

Tidak berhenti disitu, di dalam level individu seorang jurnalis juga diperlukan *self regulation*, seperti di dalam jurnal *Revista Latina de Comunicación Social* # 66, José Luis González Esteban, menjelaskan bahwa *self regulation* berasal dari kebutuhan untuk melindungi khalayak dari dampak sosial dalam hal ini jurnalisme yang memiliki hak atas informasi (Aldridge and Evetts, 2003). Meskipun demikian, *self regulation* ini juga dinilai tidak berfungsi dengan baik. Seperti yang dikatakan oleh Bonnet (1999: 43), mekanisme dari *self regulation* di banyak kasus justru sengaja dirancang untuk melindungi

kepentingan media itu sendiri dibandingkan untuk mempertimbangkan kritik dari pengguna atau melakukan perubahan secara substansial dari perilaku jurnalis itu sendiri.

Para akademisi membedakan menjadi empat level di dalam etika jurnalistik pada proses self regulation (Karmasin, 2002; Funiok, 1996). Pada level pertama sesuai dengan individual etik dimana menurut Funiok (1996: 98), di dalamnya meliputi kebajikan dalam jurnalistik dan *self-criticism*, dan meningkatkan kualitas dan profesionalitas jurnalis. Tanggung jawab jurnalistik inilah tumbuh dari keutamaan dalam proses sosialisasi, pengalaman pribadi dan motivasi, serta nilai-nilai yang berkaitan dengan etika profesional. Misalnya, jurnalis-jurnalis senior selalu mengajarkan kepada generasi-generasi berikutnya tentang menanamkan prinsip-prinsip dalam etika individu jurnalistik, seperti menulis berdasarkan kejujuran, seimbang, dan juga netral (Stapf, 2006; Navarro 1998).

Pada level kedua, etika institusional, termasuk didalamnya standard formal dan informal pada organisasi jurnalistik, dimana termasuk juga kode etik profesional (Coca, 1997). Level kedua ini juga dipengaruhi oleh tradisi institusi, hirarki pekerja, dan diatas segalanya adalah permintaan pasar maupun publik. Level ketiga adalah adanya asosiasi jurnalis. Stapf (2006: 194) mencatat bahwa asosiasi jurnalis juga berfungsi sebagai *self regulation* dari media. Asosiasi jurnalis seringkali menetapkan dan membuat standar-standar yang menjadi tolak ukur dalam etika jurnalistik. Level keempat adalah bentuk tanggung jawab terhadap publik.

Ini menunjukan bahwa pada level individu seorang jurnalis, meskipun berita-berita yang dibuatnya rentan dipengaruhi oleh faktor-faktor individu seperti pendidikan, keyakinan, dan sikap yang berbeda-beda namun didalamnya juga harus terdapat *self regulation* yang berfungsi untuk menjadi penyeimbang bagi seorang jurnalis agar tetap mengedepankan etika jurnalistik dengan menyajikan berita-berita yang tidak menjadi bias.

Faktor kedua yang akan dibahas adalah media routines level, istilah rutinitas mengacu pada hal-hal yang terpola, dibiasakan, praktek-praktek yang berulang, dan bentuk-bentuk yang digunakan para pekerja media untuk

melakukan pekerjaan mereka. Pada level media *routines* inilah kemudian berita diproduksi. Kebanyakan media merupakan perusahaan-perusahaan yang membuat keuntungan (*profit-making*), mereka berusaha keras untuk membuat sebuah produk yang dapat dijual dengan harga melebihi biaya produksi. Sebuah organisasi media dapat digambarkan seperti bisnis lainnya yang berusaha keras untuk menemukan pasar bagi produknya. Media harus mendapat dan memproses “ produk mentah” (berita, komedi), biasanya di dapat dari “penyedia” di luar organisasi, kemudian mengantarkannya pada “pemakai” (pembaca, pendengar, penonton).

Biasanya, dalam menentukan produk berita atau non berita yang akan di sajikan kepada khalayak terdapat istilah *Gatekeeper* yang biasanya digunakan untuk mewakili para pembuat keputusan dalam media massa menjembatani inti bagian dalam dan cincin luar dalam model hierarki. Baik dalam berita maupun industri-industri hiburan, *gatekeeper* media harus memisahkan sejumlah pesan-pesan potensial yang lebih besar menjadi hanya segolongan kecil (sedikit). Dengan kata lain ide gatekeeping memiliki aplikasi yang luas karena dapat diterapkan ke dalam *agency* penulis serta penerbit dan juga editorial serta produksi media cetak dan televisi. Gagasan ini diterapkan ke dalam keputusan mengenai distribusi dan pemasaran produk media. Dalam arti yang lebih luas, gagasan ini merujuk pada kekuatan untuk memberikan atau membatasi akses terhadap berbagai suara yang berbeda di masyarakat dan seringkali menimbulkan konflik.⁷

Peran *gatekeeper* dalam sebuah tayangan berita di televisi tentu akan merujuk pada suatu nilai berita yang nantinya akan menarik perhatian penonton sehingga dapat memuaskan kebutuhannya. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai berita:

1. Prominance/Importance

Tingkat kepentingan berita diukur dari seberapa besar dampak dari berita tersebut bagi khalayak. Fatalitas jauh lebih penting dibandingkan dengan kerusakan properti.

⁷ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 308-309.

2. Human Interest

Pada dasarnya, pemirsa juga menyukai berita yang sebenarnya tidak memiliki efek langsung dengan dirinya seperti kehidupan selebritis, elit politik, dan drama kehidupan.

3. Konflik

Mengapa kita tertarik dengan konflik? Hal tersebut menunjukkan bahwa konflik serta kewaspadaan merupakan isu yang penting untuk khalayak. Konflik lebih menarik disaksikan jika dibandingkan dengan keharmonisan. Mungkin saja kita berasumsi bahwa semua hal berjalan harmonis, namun ketika keharmonisan tersebut tidak terjadi maka, kita ingin mengetahuinya lebih jauh.

4. Ketidak biasaan

Hal yang tidak umum juga biasanya menimbulkan ketertarikan dari kita, karena dianggap pengecualian dari aturan (mayoritas) yang sudah ada (anomali).

5. Timeliness

Berita adalah masalah waktu, kita hanya punya waktu sedikit dan dalam waktu yang sedikit itu kita ingin tahu apa yang terjadi. Untuk itulah ada berita, biasanya masalah kebaruan berita ini sangat ditonjolkan dalam peristiwa yang melibatkan aksi.

6. Proximity

Kedekatan peristiwa atau lokalitas. Peristiwa yang terjadi di sekitar kita tentu akan dilihat memiliki berita yang lebih penting dibandingkan dengan berita yang jauh.

Faktor ketiga adalah level organisasi. Pada level ini, lebih jauh lagi Shoemaker & Reese menjelaskan bahwa organisasi tempat dimana jurnalis bekerja juga dapat memengaruhi isi berita yang akan diproduksi. Sebuah organisasi dapat didefinisikan sebagai sosial, formal, dan biasanya juga sebagai entitas ekonomi yang mempekerjakan pekerja media untuk membuat isi media. Organisasi juga memiliki batasan-batasan dalam hal keanggotaannya. Tujuan dari organisasi pun sangat jelas, terdiri atas bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lainnya, dan memiliki struktur yang birokratis. Organisasi juga berkompetisi

dengan organisasi lainnya dalam hal sumber daya (berita maupun pekerja). (e.g., Turow, 1984).⁸ Maka jelas bahwa dalam struktur organisasi dalam media pun terbangun dalam kondisi yang birokratis, dimana terdapat hierarki yang harus dijalankan oleh anggotanya dalam hal ini jurnalis untuk mengikuti perintah yang diberikan oleh seseorang dengan jabatan yang lebih tinggi. Akhirnya, anggota organisasi harus bertanggung jawab kepada pemilik dan juga *top management* yang mengkoordinir keseluruhan perusahaan. Sehingga, struktur kepemilikan sebuah perusahaan media justru semakin menambah kompleksitas.⁹ Pasalnya, disitulah terjadi tarik menarik kepentingan antara kepentingan ekonomi, kepentingan pemilik dan juga kepentingan masyarakat atas hak informasi melalui berita yang faktual.

Faktor keempat adalah level luar media tersebut. Shoemaker dan Reese menjelaskan bahwa isi berita tidak hanya dipengaruhi oleh pekerja media ataupun organisasi media itu sendiri, namun lebih jauh juga dipengaruhi oleh faktor luar media termasuk dalam hal ini adalah sumber informasi yang menjadi pemberitaan itu sendiri. Misalnya, kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan, kampanye dari sebuah *public relations*, bahkan berita juga terpengaruh oleh iklan yang merupakan sumber pendapatan dari organisasi media itu sendiri. Tidak hanya itu, faktor ekstrinsik juga bisa mencakup lingkungan ekonomi seperti kelompok bisnis dan juga pemerintah maupun teknologi.

Selanjutnya adalah level ideologi. Pada level ini, isi berita tidak lagi hanya dinilai sebagai hasil dari konstruksi individu jurnalis, namun lebih luas dilihat pada level makro yang terjadi sebagai hasil dari adanya sistem yang beroperasi. Di level ideologi ini berhubungan dengan konsepsi dan juga posisi seseorang terhadap sebuah berita. Artinya, melalui level ideologi dalam setiap individu memiliki kerangka berpikir yang berbeda dalam melihat suatu realitas. Raymond Williams mendefinisikan ideologi sebagai sesuatu yang formal dan merupakan sistem pemaknaan, nilai, serta kepercayaan atau secara abstrak dapat dikatakan sebagai pandangan dunia atau pandangan suatu kelas.¹⁰ Seringkali media massa

⁸ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 144.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid. Hal: 222.

digunakan untuk menyebarkan ideologi oleh sekelompok yang memiliki kepentingan tertentu, karena itu Shoemaker dan Reese menyebutkan pada level ini juga memiliki keterkaitan yang erat dengan level rutinitas media dan juga level organisasi media. Sebab, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada rutinitas media, dimana isi berita di tentukan pada level itu dapat dipengaruhi oleh kepentingan yang berkuasa dalam menanamkan ideologi-ideologi kelas yang berkuasa.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada lima faktor yang dijelaskan oleh Shoemaker and Reese, dapat dikaitkan dengan budaya produksi berita dalam *newsroom* TVONE pada pilpres 2014. Jika kita melihat pada faktor individual level, pendidikan seorang jurnalis baik itu latar belakang pengalaman maupun karakteristiknya memengaruhi cara mereka melihat dunia, bahkan dapat memengaruhi apa yang akan mereka laporkan dan bagaimana cara mereka melaporkannya.¹¹ Seperti yang telah penulis bahas sebelumnya, bahwa sebuah berita tidak terlepas dari campur tangan jurnalisnya. Realitas dikonstruksi oleh jurnalis menjadi berita dan dalam prosesnya tersebut turut dipengaruhi oleh faktor level individu sang jurnalis. Proses penentuan sudut pandang sebuah berita tidak serta merta muncul begitu saja tetapi juga didorong oleh faktor-faktor dalam individu jurnalis tersebut seperti nilai-nilai yang dianutnya, keyakinan serta pendidikan yang diperolehnya. Sehingga, hal-hal inilah yang turut menentukan apa dan bagaimana sebuah berita disajikan.

Jurnalis, dalam memproduksi berita tentu membutuhkan material kasar yang kemudian dikumpulkan lalu dikonversi menjadi isi berita baik cetak maupun bulletin. Hal tersebut dikatakan oleh Bantz (1980) sebagai tahap pertama dalam “The News Factory”. Dalam mencari material kasar untuk pembuatan berita terdapat tempat maupun orang yang dapat dijadikan sebagai tempat berita, seperti pengadilan, markas polisi atau militer, parlemen, bursa saham, ataupun stadion olah raga. Selain itu, terdapat politisi, selebritis, korban maupun pelaku kriminal

¹¹ Ibid. Hal: 102.

juga tergolong sebagai orang yang dapat dijadikan sumber berita.¹² Maka tidak heran jika kita melihat banyak jurnalis yang setiap harinya berkumpul di gedung-gedung pemerintahan seperti istana presiden ataupun gedung DPR, yang tujuannya tentu saja untuk mengumpulkan material kasar dan kemudian menjadi berita untuk disajikan kepada khalayak. Lain halnya pada produksi berita dengan produksi barang karena material berita tidak pernah habis karena detik demi detik peristiwa terus terjadi karena itu para jurnalis terus memantau setiap kejadian sebagai bagian dari tahap pertama dalam memproduksi berita.

Tidak hanya itu, seorang jurnalis juga dikatakan harus memiliki akses kepada narasumber. Bahkan, studi yang dilakukan oleh Gieber and Johnson (1961) mengatakan bahwa terdapat hubungan pada tingkat asimilasi antara jurnalis dengan pemerintah lokal sebagai sumbernya, dimana keduanya mendapatkan keuntungan dari hubungan tersebut.¹³ Terdapat sebuah hubungan timbal balik antara jurnalis dengan narasumbernya. Muncul kebutuhan antara jurnalis yang merepresentasikan sebuah media untuk terus membuat berita walaupun tidak terjadi suatu peristiwa seperti banjir, kerusuhan atau lainnya maka penting untuk menggali informasi tentang sesuatu dari narasumber agar jurnalis dapat terus membuat berita. Begitu pula sebaliknya, narasumber memerlukan media untuk meneruskan kepentingannya untuk menyebarkannya melalui media agar diketahui masyarakat luas. Hal itu pula yang penulis lihat dalam masa kampanye pemilihan presiden 2014 terdapat simbiosis mutualisme antara media dalam hal ini TVONE dengan narasumber yang merupakan politisi-politisi yang memiliki kepentingan di dalam pemilihan presiden tersebut.

Perlu disoroti hubungan antara jurnalis dengan narasumbernya (Alsina, 1989; Fontcuberta, 1993; Sousa, 2000), terutama pada tingkat kompleksitasnya dan jumlah faktor dalam deskripsi objektivitas mereka. Selain itu, ketersediaan seorang narasumber juga menjadi penting berkaitan dengan kesediaannya untuk diwawancarai oleh jurnalis. Oleh karena itu, pengetahuan narasumber terhadap subjek tertentu juga penting untuk diperhatikan sebelum wawancara dilakukan. Menurut Fontcuberta (1993, p. 57) pemilihan narasumber juga bergantung pada

¹² Downing, John D. H. et al. 2004. *The Sage Handbook of Media Studies*. USA: Sage Publications, Inc. Hal: 403.

¹³ *Ibid.*

kendaraan media yang dibawanya (TV, radio, surat kabar dan online) sehingga di situ juga terjadi penulisan berita yang berbeda. Pemilihan narasumber juga biasanya ditentukan berdasarkan hierarki, seperti dalam partai politik biasanya *statement* yang dikutip oleh jurnalis lebih penting diambil dari pimpinan kepolisian dibandingkan dari detektif biasa.¹⁴ Tentu ini menjadi penting dalam pertimbangan pemilihan narasumber yang akan digunakan untuk memproduksi berita oleh jurnalis, karena disini juga rentan terjadi benturan kepentingan yang dapat menentukan keseimbangan berita yang akan disajikan kepada khalayak.

Merujuk pada hal ini, maka penulis ingin mencari tahu bagaimana para jurnalis di TVONE turut menentukan sumber berita atau material kasar pada rapat redaksi yang pada akhirnya menjadi kebijakan redaksi dalam memproduksi berita di TVONE. Selain itu, penulis ingin mencari tahu bagaimana latar belakang jurnalis TVONE memiliki peran dalam hal memproduksi sebuah berita terkait pilpres 2014. Apakah terdapat *conflict of interest* yang dialami oleh jurnalis TVONE ketika berita mengenai pilpres 2014 tersebut dirasa tidak sesuai dengan apa yang Ia yakini selama ini? Atau justru terjadi kompromi dalam level individu ketika konflik itu muncul. Faktor individual level juga menarik untuk diteliti karena menyangkut profesionalitas jurnalis TVONE itu sendiri karena kita ketahui bahwa pada pemilihan presiden 2014 setiap orang memiliki sikap politiknya masing-masing. Sehingga, ketika sikap politiknya berbeda dengan kebijakan redaksi yang diambil dalam *newsroom* TVONE, bagaimana para jurnalis ini menyikapinya? Karena seperti yang diketahui bahwa di dalam setiap individu jurnalis juga terdapat *self regulation* yang berfungsi untuk menjadi benteng agar setiap berita yang disajikan kepada khalayaknya tetap memiliki nilai-nilai kebenaran. Merujuk kepada lahirnya jurnalisme untuk mengemban tugas mengedepankan kejujuran maka peran *self regulation* ini juga menjadi strategis apalagi ketika berbenturan dengan kepentingan pemilik maupun ekonomi.

Selain individual level, media routines juga menarik untuk disoroti. Pasalnya, pada level inilah proses berita terjadi. Mulai dari peliputan yang dilakukan oleh reporter dan *camera person* sebagai jurnalis untuk mengumpulkan material kasar yang didapatkan dilapangan kemudian diolah menjadi berita yang

¹⁴ BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 7 - number 1 – 2011. Hal: 30.

disiapkan oleh produser untuk kemudian disajikan kepada pemirsa. Tentu hal ini melewati proses yang berulang sehingga menjadi rutinitas di dalam sebuah organisasi media. Rapat redaksi menjadi salah satu tahap untuk menentukan arah berita yang akan diproduksi nantinya. Terdapat beberapa pertimbangan seperti yang penulis paparkan diatas dalam menentukan berita, *news value* menjadi acuan untuk memprioritaskan berita apa yang nantinya akan disajikan kepada pemirsa. Pada akhirnya disinilah letak peran *gatekeeper* seperti eksekutif produser, ataupun setingkat pimpinan redaksi maupun wakil pimpinan redaksi untuk menentukan isi berita.

Pada pemilihan presiden 2014, berdasarkan rekapitulasi pemberitaan capres dan cawapres yang dikeluarkan KPI periode 19-25 Mei 2014, frekuensi pemberitaan Jokowi-JK di Metro TV sebanyak 184 berita dan Prabowo-Hatta sebanyak 110 berita. Durasi pemberitaan Jokowi-JK terhitung 37.577 detik sedangkan dan Prabowo-Hatta 14.561 detik. Adapun total frekuensi pemberitaan Jokowi-JK di TV One sebanyak 77 berita sedangkan Prabowo-Hatta 153 berita. Durasi pemberitaan Prabowo-Hatta di TV One juga lebih banyak dibandingkan dengan Jokowi-JK yakni 36.561 detik berbanding 18.731 detik.¹⁵ Dari data tersebut, maka dua hal *news value* dan juga *gatekeeper* yang merupakan bagian dari media routines menarik untuk dibahas. Peran *gatekeeper* yang menentukan isi berita berdasarkan *news value* pada pilpres 2014 menjadi rentan karena, Komisi Penyiaran Indonesia mencatat stasiun televisi milik petinggi partai politik menunjukkan keberpihakan kepada pasangan calon-calon presiden tertentu. Sejumlah pemilik media terafiliasi pada masing-masing pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Bos Metro TV yang juga Ketua Umum Partai NasDem, Surya Paloh, mendukung Jokowi. Sedangkan pemilik TV One dan ANTV sekaligus Ketua Umum Golkar, Aburizal Bakrie, serta bos Media Nusantara Citra, Hary Tanoesoedibjo, menyokong Prabowo.¹⁶ Dari data yang dipaparkan oleh KPI tersebut maka perlu penelitian lebih lanjut terhadap proses produksi pada *newsroom* TVONE terkait penentuan arah berita pada pilpres 2014.

¹⁵ <http://surabaya.bisnis.com/m/read/20140618/94/72328/ini-data-lengkap-pemberitaan-tv-one-dan-metro-tv-tentang-prabowo-dan-jokowi>. Diakses pada 10 September 2014.

¹⁶ <http://www.tempo.co/read/fokus/2014/05/26/2943/Jokowi-Prabowo-Berperang-Lewat-Media>. Diakses pada 10 September 2014.

Faktor ketiga yang menarik untuk dibahas, adalah pada level organisasi. Suatu perusahaan televisi memiliki struktur yang birokratis, mulai dari reporter yang menjadi ujung tombak untuk mencari berita hingga pemimpin redaksi yang memiliki peran sebagai *gatekeeper* yang bekerja sama dengan susunan yang berada dibawahnya seperti eksekutif produser maupun produser untuk menentukan arah berita. Namun, jika kita melihat kondisi media di tanah air saat ini dimana media massa dimiliki oleh para elite politik tentu menjadi menarik untuk diteliti ketika peran pemilik media juga turut ke dalam penentuan arah berita media yang dimilikinya.

Level selanjutnya adalah level luar media, dimana TVONE pada saat pilpres 2014 berlangsung membuat sebuah program khusus yang berjudul “Presiden Pilihan Rakyat” dengan menampilkan berbagai narasumber di program tersebut termasuk para politisi yang sedang bersaing berebut kursi RI1 dan juga beberapa pengamat politik. Jurnalis, tidak dapat memberikan sebuah pernyataan tanpa narasumber, maka mereka mengundang pengamat politik untuk memberikan pandangannya terkait pesta demokrasi pemilihan presiden 2014, dengan begitu maka isi berita tersebut juga sudah dipengaruhi oleh pandangan sumber berita tersebut. Selain itu, penting juga untuk diketahui bagaimana mekanisme pemilihan narasumber yang tampil dalam program di TVONE terutama saat pilpres berlangsung. Selanjutnya di level ideologi, dapat dilihat bagaimana kepentingan yang berkuasa menggunakan media massa untuk menyebarkan dan menanamkan ideologinya saat proses penentuan presiden RI1 berlangsung.

Pada pilpres 2014 ini, penulis ingin mengetahui bagaimana jurnalis di TVONE menyikapi peran kepemilikan pada produksi berita di dalam *newsroom* TVONE. Diketahui bahwa pada pilpres 2014 Abu Rizal Bakrie dimana keluarganya memiliki VIVA Group yang menaungi media TVONE, ANTV dan juga viva.com berkoalisi dalam koalisi merah putih untuk mengukung Prabowo Subianto sebagai presiden pada pemilu 2014.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami proses produksi dan pengolahan berita di TVONE pada Pilpres 2014.
2. Untuk mengkaji secara mendalam bagaimana individual level, media routines level, level organisasi, level ekstra media serta, level ideologi berperan dalam budaya produksi pada *newsroom* TVONE di pilpres 2014.

1.4. Manfaat dan Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signikansi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara ilmiah mengenai proses produksi serta pengolahan berita terutama di televisi yang memiliki kepentingan di dalam pemilihan presiden 2014. Sehingga tentu saja penelitian dapat menambah khasanah dalam penelitian komunikasi terutama media televisi.

1.4.2 Signifikansi Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi praktisi media terutama jurnalis dalam memproduksi beritanya.
2. Dengan penuh harapan agar hasil dari penelitian ini juga dapat menambah wawasan profesional media untuk pembentukan wawasan dan menjadi semakin kritis dalam membuat pemberitaan.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi lebih terhadap TVONE agar dapat semakin memberikan informasi yang terbaik dan akurat untuk pemirsanya.

BAB 2

PUSTAKA

2.1. Konsep Berita

Walter Lippmann, mencoba mengidentifikasi sifat dasar berita, dimana Ia melihat berita sebagai produk rutinitas jurnalistik dan memiliki prosedur standar. Lippmann berpendapat bahwa berita merupakan serangkaian seleksi yang nantinya akan sampai kepada khalayaknya. Pilihan-pilihan rangkaian berita tersebut dipilih melalui cara konvensi pada sebuah organisasi berita bukan melalui cara-cara yang objektif. Robert Park (1940) menaruh perhatian lebih kepada unsur yang esensial dari laporan berita. Park mulai membandingkan dengan berita dengan bentuk pengetahuan lainnya, sejarah, yang merekam kajadian yang telah berlalu, dan menempatkan berita pada rangkaian yang mencakup antara pengetahuan dan pengenalan mengenai sesuatu. Hasil dari perbandingan Park antara berita dengan sejarah terdapat beberapa poin yang dapat membantu kita untuk mengidentifikasi berita itu sendiri.¹⁷

- Berita berkaitan dengan waktu, yaitu mengenai suatu peristiwa yang baru atau berulang.
- Berita tidaklah sistematis. Berita merupakan peristiwa yang saling terpisah, dan dunia yang dilihat dari berita tidaklah saling berhubungan.
- Berita bersifat sementara, karena hanya ada ketika peristiwa itu muncul dan setelah direkam untuk dirujuk kembali maka pengetahuan telah menggantikan berita itu sendiri.
- Peristiwa yang diaporkan sebagai berita harus tidak biasa dan tak terduga, kualitas menjadi lebih penting daripada kepentingan yang sebenarnya.
- Terlepas dari ketakterdugaannya, berita memiliki karakternya sendiri jika dilihat dari nilai-nilai beritanya yang selalu relatif dan melibatkan penilaian subjektif yang dapat menarik perhatian khalayaknya.

¹⁷ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 375-376.

- Berita, utamanya berperan sebagai petunjuk atau untuk menarik perhatian, bukan untuk menggantikan pengetahuan.
- Berita biasanya juga tidak dapat diprediksi.

Namun, lain halnya dengan Daniel J Boorstin yang melihat berita sebagai sebuah rangkaian peristiwa semu atau *pseudo events*. Boorstin mematahkan istilah bahwa berita merupakan peristiwa “buatan Tuhan” namun Ia mengatakan bahwa manusialah yang membuat berita atau disebutnya sebagai *pseudo events*.¹⁸

Boorstin menganggap bahwa setiap orang membutuhkan masukan berupa informasi. Masyarakat berharap bahwa media seperti radio, televisi, surat kabar diisi oleh berita dan meskipun berita tersebut tidak tersedia maka reporter berita ataupun perusahaan media tersebut akan tetap membuat berita mengenai apa saja dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Inilah yang disebut oleh Boorstin sebagai *pseudo events*.¹⁹ Ini menunjukkan bahwa sebuah peristiwa akan dikemas sedemikian rupa oleh reporter berita sehingga menurut James W Potter dalam bukunya *Media Literacy* (2005) bahwa berita tidak merefleksikan realitas namun telah dikonstruksi oleh jurnalis itu sendiri.

Daniel J Boorstin juga mengatakan bahwa reporter yang baik adalah mereka yang dapat membuat cerita meskipun tidak ada peristiwa yang terjadi seperti tidak ada gempa bumi, penembakan, atau perang. Seorang jurnalis harus terus membuat berita, jika Ia tidak bisa menemukan berita yang sedang terjadi maka mereka dapat mencari publik figur untuk di wawancarai atau pun membuat berita-berita yang menarik.²⁰

Pseudo events memiliki beberapa karakteristik seperti yang pertama, tidak terjadi dalam spontanitas namun telah direncanakan, dikembangkan, maupun sengaja dimunculkan. Biasanya bukan merupakan sebuah peristiwa seperti kecelakaan kereta api ataupun gempa bumi namun biasanya berita ini dalam bentuk wawancara. Kedua, telah ditanam sebelumnya, dengan tujuan dapat dilaporkan maupun diproduksi dengan segera. Ketiga adalah adanya ambiguitas dengan

¹⁸ Tomber, Howard. 1999. *News A Reader*. USA: Oxford University Press. Hal: 3.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Schramm, Wilbur and Roberts F. Donalds. 1972. *The Process and Effects Of Mass Communication Rev Ed*. USA: Univ Illinois Press. Hal: 117.

realitas itu sendiri. Tanpa ambiguitas, *pseudo events* tidak lagi menarik. Karakteristik keempat adalah biasanya ditujukan untuk memenuhi perkiraan atau asumsi itu sendiri.²¹

Menurut McQuail, “Berita” bukan sekedar fakta, melainkan bentuk khusus pengetahuan yang tidak lepas dari penggabungan informasi, mitos, fabel, dan moralitas.²² Bahkan Graeme Burton juga menyebut berita sebagai drama karena menyampaikan daya tarik yang disengaja kepada pemirsa dan bahkan pemberitaan tersebut dapat menyimpang dari peristiwa sebenarnya. Pendapat lain dikatakan oleh Warren Breed (1956) yang memiliki istilah untuk menggambarkan berita adalah “dapat dijual”, “dangkal”, “sederhana”, “objektif”, “menarik” (berbeda dengan penting), “diberikan gaya tertentu”, dan “berhati-hati”. Ia juga menyatakan bahwa dimensi berita dapat diletakan pada berita versus kebenaran, kesulitan versus rutinitas, dan informasi versus *human interest*.²³

Meski demikian, dalam menyajikan sebuah berita, seorang jurnalis harus tetap mengedepankan kebenaran. Tentu dalam mencari kebenaran dibutuhkan objektivitas, dimana menurut Adolph Ochs yang saat itu merupakan pemilik surat kabar *New York Times* yang mengedepankan jurnalisme bertanggung jawab dengan menolak pemuatan berita-berita palsu, sensasional, dan dibuat-buat dengan cara menekankan unsur objektivitas dimana berita yang ditulis harus bebas dari opini dan juga bias.²⁴ Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya 9 Elemen Jurnalisme (2001: 6) menegaskan bahwa tujuan pertama diantara tujuan-tujuan jurnalisme yang lain adalah menyediakan informasi yang diperlukan orang agar bebas dan bisa mengatur diri sendiri. Untuk memenuhinya dibutuhkan:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat.
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
4. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita
5. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan.

²¹ Ibid. Hal: 120.

²² Burton, Graeme. 2007. Membincangkan Televisi. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 198.

²³ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 376.

²⁴ Straubhaar, J. LaRose, R., & Davenport, J. 2011. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology. 5th Ed.* USA: Wandsworth. Hal: 95.

6. Jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat.
7. Jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting, menarik dan relevan.
8. Jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional.
9. Praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Sekali lagi dalam hal ini objektivitas sangat dituntut bagi jurnalis jika peran mereka dibatasi, supaya publik juga mendapatkan haknya atas kebenaran yang bebas dari nilai-nilai partisan. Walter Lippmann (1922), menuliskan ‘The Function Of News’ yaitu untuk menonjolkan sebuah peristiwa, dimana fungsi kebenaran untuk membawa pencerahan dari fakta yang tersembunyi sebelumnya dan meletakkannya kedalam suatu hubungan yang kemudian membentuk sebuah gambaran realitas (Lippmann 1922: 226).²⁵ Keinginan agar informasi merupakan kebenaran adalah elementer. Berita adalah materi yang digunakan orang untuk mempelajari dan berpikir tentang dunia di luar diri mereka, maka kualitas terpenting berita adalah bisa digunakan dan diandalkan.²⁶

Secara singkat, menurut W Lance Bennet, berita juga dapat di definisikan sebagai, apa yang pembuat berita promosikan tepat waktu, penting atau menarik. Yang dipilih, diceritakan dan dikemas ke dalam format informasi (yang ditransmisikan teknologi komunikasi) oleh organisasi pemberitaan serta dikonsumsi masyarakat sepanjang waktu.²⁷

2.2. Budaya Produksi Media

Kebudayaan seperti yang dikemukakan oleh Alvin L. Bertrand adalah segala pandangan hidup yang dipelajari dan diperoleh oleh anggota-anggota suatu masyarakat. Termasuk dalam kebudayaan adalah segala bentuk bangunan, peralatan, dan bentuk-bentuk fisik yang lain disamping teknik, lembaga

²⁵ Allan, Stuart. 2004. *News Culture 2nd Ed*. NY: Open Univ Press. Hal: 23.

²⁶ Kovach, Bill and Rosenstiel, Tom. 2006. Terjemahan: 9 Elemen Jurnalisme. Jakarta: Yayasan Pantau. Hal: 39.

²⁷ Bennet, W Lance. 2001. *News The Politics of Illusion, 4th ed*. Longman Hal: 19.

masyarakat, sikap, keyakinan, motivasi serta sistem nilai yang diberlakukan pada kelompok.²⁸

Ini menunjukkan bahwa media sebagai suatu lembaga juga memiliki suatu budaya yang diperoleh dan dipelajari sehingga membentuk suatu pola yang tersusun dan juga menjadi nilai yang diyakini bersama. Sedangkan menurut Selo Soemartjan dan Soelaeman Soemardi kebudayaan merupakan semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat.

Budaya produksi media, berkaitan dengan komposisi dan struktur sosial internal dari para pekerja media dan hubungan yang dipelihara, dibawah berbagai tekanan ekonomi dan sosial dengan dunia diluar organisasi. Konteks media sebenarnya tidak pernah statis namun terlihat stabil sebagai hasil dari keseimbangan yang dicapai antara kekuatan luar dengan tujuan organisasi.

Dalam hal produksi terdapat dua aspek yang saling terhubung dari aktivitas organisasi yang dapat digambarkan sebagai pemilihan dan pengolahan. Aktivitas yang pertama merujuk pada serangkaian keputusan yang berawal dari pemilihan bahan baku hingga mengantarkan produk yang telah jadi. Aktivitas kedua merujuk pada penerapan rutinitas kerja dan kriteria organisasi (termasuk aspek profesional dan bisnis) yang memengaruhi sifat produk seiring dengan berjalannya produk melalui 'rantai' pembuat keputusan.

Cara mendeskripsikan kerja organisasi media ini umumnya berasal dari penelitian mengenai produksi berita, tetapi dapat diterapkan secara kurang lebih serupa untuk serangkaian produk dan latar media yang lain. (Hirsch, 1977). Semua fase produksi media melibatkan volume pekerjaan yang besar yang menjadi rutin sebagai sebuah kebutuhan. Rutinitas juga mencerminkan teori operasional di kepala para profesional media.²⁹

Dalam budaya produksi media sebagian besar berhubungan dengan proses seleksi dan pembentukan di dalam organisasi media formal, seiring dengan

²⁸ Sulasman, dan Gumilar, Setia. 213. Teori-teori Kebudayaan dari Teori hingga Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia. Hal: 18.

²⁹ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal:302.

gagasan dan citra yang diubah menjadi ‘produk’ untuk didistribusikan. Pengaruh atas proses ini sangat banyak dan sering kali berkonflik.³⁰

2.3. Manajemen Produksi Pemberitaan

Televisi adalah seperangkat organisasi sosial dengan aturan, tindakan, nilai, dan struktur tertentu. Termasuk didalamnya divisi pemberitaan. Divisi pemberitaan dalam institusi televisi selayaknya berada pada posisi independen dari pengaruh-pengaruh divisi lain dan terpisah dari divisi lainnya.³¹ Pemberitaan dalam hal ini jurnalisme dirasa penting karena dalam masyarakat modern jurnalisme juga dapat dianggap sebagai media massa pendidikan bagi seluruh lapisan masyarakat baik yang terdidik maupun tidak.³² Maka tidak heran jika dikatakan bahwa kualitas stasiun seringkali ditentukan melalui seberapa baik departemen pemberitaan bekerja. Bahkan nilai penjualan stasiun dapat dipengaruhi oleh reputasi departemen pemberitaannya. Dengan demikian departemen pemberitaan yang baik merupakan aset bagi stasiun.³³

Peter Golding menganggap bahwa berita sangat jauh dari anggapan sebagai reaksi spontan dari peristiwa yang terjadi secara random (*spontaneous reactions to random events*). Peter Golding berargumen bahwa berita merupakan hasil seleksi yang dibentuk dan terstruktur berdasarkan serangkaian ideologi, praktek institusional, dan asumsi mengenai khalayak sekaligus jumlah pertimbangan praktis lainnya. Penelitian dalam newsroom pada stasiun-stasiun televisi utama di Nigeria, Swedia, dan Irlandia, oleh Golding menemukan adanya empat siklus dan produksi pemberitaan, diantaranya³⁴:

- **Planning.** Dalam praktek di newsroom, ditemukan bahwa sejumlah besar waktu dihabiskan untuk mengurangi ketidakpastian penugasan wartawan dengan jalan merencanakan sejumlah kejadian dan menentukan mana yang akan menjadi berita. Perencanaan jangka panjang mempertimbangkan tema

³⁰ *Ibid.* Hal. 334.

³¹ Bernadette, Casey. 2002. *Television Studies: The Key Concept*. Routledge. Hal: 124.

³² Ahuja, B.N. 1988. *Theory and Practice of Journalism*. New Delhi: Surjeet Publication. Hal: 1.

³³ Dominick, Joseph R. Sherman, Barry L. Messere, Fritz. 2000. *An Introduction to Modern Electronic Media; Broadcasting, Cable, The Internet and Beyond 3rd Ed*. NY: McGraw-Hill. Hal: 113.

³⁴ O, Sullivan, Tim. Jewkes, Yvonne. 1997. *The Media Studies reader*. USA: Arnold Publisher. Hal: 250-255.

umum dan kebijakan untuk dimasukkan kedalam liputan berita dan kadang juga dihubungkan dengan lembaga penyiaran lainnya. Sedangkan rencana jangka pendek yang bertujuan memastikan lancarnya liputan harian, mengenal adanya mekanisme diary dan rapat editorial. Diary adalah dokumen kunci yang dimiliki setiap kantor pemberitaan, yang mencatat kejadian-kejadian yang telah diprediksi sebelumnya. Singkatnya diary adalah produksi pemberitaan yang disusun lebih awal, hanya saja mekanisme ini didasarkan pada pengetahuan sederhana akan kemungkinan terjadinya suatu peristiwa. Penyusunan diary dibuat berdasarkan press release dan undangan yang diterima redaksi serta dari catatan-catatan yang lalu tentang liputan rutin yang telah dilakukan. Sedangkan rapat editorial lebih ditujukan untuk mengumpulkan berbagai formalitas untuk melakukan seleksi berita.

- **Gathering.** Aktivitas pengumpulan berita menandakan elemen dasar ideology profesi jurnalistik: jurnalis sebagai penjaga berita yang mengumpulkan informasi secara aktif. Hanya saja pengumpulan berita dimungkinkan jika sumber daya tersedia.
- **Selection.** Materi yang diseleksi dalam mekanisme ini oleh editor adalah yang berasal dari hasil pengumpulan berita oleh wartawan di lapangan dan pasokan dari kantor-kantor berita. Pada prakteknya keterampilan menyeleksi berita terbagi mulai dari keterampilan tata bahasa dan gaya bahasa, sampai dengan keterampilan untuk menyesuaikan hasil berita dengan standar praktek yang berlaku, dengan tujuan untuk mencapai hasil akhir yang maksimal. Dalam mekanisme ini seringkali reporter dan editor tidak bersepakat karena konflik kepentingan.
- **Presentation.** Inilah tahap dimana produk berita disampaikan kepada pemirsanya. Dalam tahap ini karena menyangkut khalayak, maka semestinya menyangkut juga sejumlah nilai-nilai sosial. Tetapi rutinitas keseharian produksi tidak sempat mempertimbangkan nilai sosial yang terkandung dalam pemberitaan yang disampaikan.

2.4. Mekanisme dan Proses Penyajian Berita

2.4.1 Agenda Setting dan Framing

Ide inti dari agenda setting adalah berita di dalam media massa menjadi perhatian utama bagi publik dan itu merupakan hal penting untuk dipersepsikan oleh publik sebagai isu utama. Dearing dan Rogers (1996) mendefinisikan agenda setting merupakan persaingan terus-menerus di antara berbagai isu penting untuk mendapatkan perhatian dari para pekerja media, publik dan penguasa. Lazarsfeld menyatakan agenda setting sebagai kekuasaan untuk mengatur berbagai isu.³⁵

McCombs dan Shaw melihat bahwa berita di media menyajikan kepada khalayaknya sebuah “agenda” dimana publik melihat “agenda” tersebut juga penting untuk mereka.³⁶ Bernard Cohen juga menulis bahwa pers secara signifikan lebih dari sekedar pengirim informasi dan opini. Mungkin saja pers tidak selalu berhasil untuk memberitahu khalayak apa yang harus mereka pikirkan, namun pers berhasil untuk memberitahu khalayaknya mengenai apa yang harus mereka pikirkan. Teori agenda setting berbicara mengenai “*the idea that media don’t tell people what to think, but what to think about*”.³⁷

Sehingga, dapat dikatakan bahwa isu yang dianggap penting oleh media, maka penting juga bagi masyarakat. Padahal belum tentu isu yang penting menurut media massa juga penting bagi publik. Media memberikan isu-isu terpenting dan mengabaikan isu lainnya. Orang cenderung menerima suatu isu atau berita melalui media massa dan menerima prioritas susunan isu-isu terpenting yang berbeda-beda. Namun, agenda setting mendapat kritikan dari Davis dan Robinson (1986) yang menurutnya penelitian mengenai agenda setting mengabaikan hal-hal seperti siapa yang penting, dimana hal penting tersebut terjadi dan mengapa hal tersebut menjadi penting.³⁸

Meskipun Davis and Robinson mengkritik teori agenda setting namun McCombs and shaw percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk

³⁵ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 512.

³⁶ Dainton, Marianne and Zelly, Elaine D. 2011. *Applying Communication Theory for Professional Life: a Practical Introduction*. USA: SAGE Publication. Hal: 169.

³⁷ Baran, Stanley J and Davis Dennis, K. 2003. *Mass Communication Theory 3rd Ed Foundation, Ferment, and Future*. Canada: Wadsworth. Hal: 311.

³⁸ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 513.

memindahkan suatu hal yang menonjol dari agenda berita mereka ke agenda publik. Selain itu, McCombs and Shaw juga merujuk pada fungsi agenda setting (1972), yang terdapat ide bahwa khalayak memiliki keinginan untuk mendapatkan bantuan media untuk menentukan realitas politik.³⁹ Banyak pertanyaan kemudian muncul, jika berita di media mengatur agenda publik, lalu siapa yang mengatur agenda di media? Memang, beberapa pakar telah menemukan bahwa agenda publik juga memiliki efek pada agenda media: contohnya adalah khalayak itu sendiri yang bisa memberikan rating kepada media. Artinya apa yang khalayak ingin tonton ataupun baca, media akan meresponnya. Dengan kata lain, media didorong oleh pasar sekaligus memberikan khalayaknya sesuatu yang akan mereka konsumsi. Pakar lainnya berpendapat bahwa politisi praktisi *public relation*-lah yang juga memiliki kontribusi untuk mengatur agenda media.⁴⁰

Sedangkan apa yang disebut framing dalam McQuail (2005: 379), adalah cara untuk memberikan interpretasi secara keseluruhan dengan mengisolasi fakta-fakta. Hal ini hampir tidak dapat dihindari oleh jurnalis sehingga sulit membedakan antara objektivitas dengan bias. Melalui framing, media dapat membuat sebuah isu menjadi sangat penting dibandingkan permasalahan lainnya. Bahkan, pada pertengahan 90-an McCombs mengatakan media dapat melakukan lebih dari itu, melalui framing media dapat memengaruhi cara berpikir khalayak.⁴¹

James Tankard mengatakan dalam mengatur isi berita berpusat pada konteks dan mengacu pada pemilihan dengan menggunakan seleksi, penekanan, pengecualian, dan elaborasi. Penggunaan keempat hal tersebut membuat media tidak hanya mengatur agenda untuk isu-isu atau peristiwa tertentu, namun juga memindahkan lambang-lambang yang menonjol kepada khalayaknya.⁴² Ini menandakan bahwa framing tidak hanya membentuk berita namun, lebih jauh lagi dapat membentuk pemikiran khalayaknya melalui lambang-lambang yang dapat berupa visual maupun teks sesuai dengan apa yang menurut media itu penting. Lebih jauh dijelaskan lagi bahwa framing suatu pemberitaan dapat dilakukan

³⁹ Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory 8th Ed.* NY: McGraw-Hill. Hal: 378.

⁴⁰ Littlejohn, Stephen W and Foss, Karen. 2009. *Encyclopedia Of Communication*. California: SAGE Publication, Inc. Hal: 32.

⁴¹ Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory 8th Ed.* NY: McGraw-Hill. Hal: 381.

⁴² *Ibid.* Hal:32.

dengan seleksi yaitu memulai untuk memilih cerita apa yang ingin disampaikan kepada khalayaknya. Selanjutnya setelah memilih berita maka seorang jurnalis melakukan penekanan terhadap berita tersebut, dengan memberikan fokus tertentu. Kemudian dilakukan elaborasi dengan menambahkan sesuatu agar berita tersebut lebih berisi dan menarik untuk disimak oleh khalayak. Tahap selanjutnya adalah melakukan pengecualian, karena adanya tahap-tahap sebelumnya maka tidak semua berita akan diliput dan disajikan oleh media.

Scheufele (1999) menyatakan proses dari efek framing merupakan hasil dari interaksi antara tiga aktor yaitu sumber yang berkepentingan serta organisasi media, jurnalis (media), dan khalayak. Sebagaimana yang dicatat oleh Scheufele, ada dua jenis framing yaitu media framing dan individu framing. Kedua jenis framing ini dapat bersifat independen atau juga dependen. Menurut model ini ada empat proses framing yang melibatkan tiga jenis aktor tersebut. Pertama, ada konstruksi dan penggunaan media framing oleh jurnalis atau pihak lainnya yang bekerja di perusahaan media berada di bawah tekanan rutinitas secara terus menerus, berhadapan dengan narasumber secara konstan dalam menerapkan nilai berita dan angle berita pada suatu peristiwa tertentu. Kedua, adanya penyebaran dari laporan berita yang telah dikerangkakan kepada khalayak. Ketiga, adanya penerimaan atas frame tersebut oleh khalayak yang berakibat pada sikap mereka, pandangan maupun perilakunya.⁴³

McCombs dan Shaw (1972) memiliki hipotesa bahwa berita di media berhasil memengaruhi penonton dan juga pembaca untuk berpikir tentang apa yang media ingin mereka (baca: khalayak) pikirkan, yang bersumber dari kemampuan media untuk membingkai suatu isu tertentu.⁴⁴ Menurut McCombs dan Shaw terdapat dua level agenda setting. Level pertama adalah memindahkan ciri khas tertentu atau bagian yang menonjol dari suatu sikap di dalam gambaran yang diberikan oleh media massa ke dalam pikiran khalayaknya. Level kedua

⁴³ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 511.

⁴⁴ Dainton, Marianne and Zelley, Elaine D. 2011. *Applying Communication Theory for Professional Life: a Practical Introduction*. USA: SAGE Publication. Hal: 170.

adalah memindahkan sifat dominan yang menghubungkan media dengan sikap yang diproyeksikan di dalam pikiran khalayak.⁴⁵

2.4.2 Pengaruh Individual dari Pekerja Media

Isi dari sebuah media tidak lepas dari peran individual para pekerja medianya. Untuk melihat keterkaitan antara individual pekerja media dengan isi yang di produksinya Shoemaker and Reese mengatakan dalam bukunya *Mediating The Message* (1996:64) bahwa terdapat faktor-faktor intrinsik pada pekerja media, diantaranya adalah pertama dapat dilihat dari karakteristik personalnya serta latar belakang dari individu pekerja media tersebut. Hal tersebut dapat berupa gender daripada individu itu sendiri, etnis, serta orientasi sex.

Pada sisi lain, penting juga melihat latar belakang pendidikan yang diperoleh pekerja media tersebut karena hal ini terkait dengan apa yang dikatakan oleh Shoemaker (1987) bahwa buku-buku komunikasi massa dirancang bagi pelajarnya untuk menjadi “insiders” dari komunikasi massa itu sendiri untuk mengajari mereka agar berpikir kritis pada semua institusi sosial termasuk media massa itu sendiri. Hal lainnya yang termasuk ke dalam individual pekerja media juga meliputi nilai-nilai dan juga keyakinan personal pekerja media tersebut. Di dalamnya termasuk pandangan politik yang menjadi sikap dari seseorang dalam pengambilan keputusannya dalam berpolitik.

Muncul kritik bahwa jurnalis dapat secara sadar menimbulkan bias dalam berita yang ditulisnya sendiri karena terpengaruh oleh sikap personalnya. Terdapat penjelasan lain mengenai hubungan antara nilai-nilai personal dengan berita yang disebut sebagai “political correctness” yaitu ukuran atas apakah seorang anggota dari kelompok tertentu dihina melalui kata-kata dari kelompok lainnya. Politically correct telah digunakan sebagai penjelasan untuk merubah konten atau dalam lingkungan komunikasi organisasi dimana konten tersebut dinyatakan dapat menyinggung. Misalnya wanita atau minoritas. (North, 1992; Fitzgerald, 1991)⁴⁶

Terdapat tes empiris yang menguji sejauh mana sikap personal, nilai-nilai dan keyakinan dari komunikator memengaruhi pekerjaan mereka:

⁴⁵ Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory 8th Ed.* NY: McGraw-Hill. Hal: 383.

⁴⁶ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content.* USA: Longman Publishers. Hal: 88.

- Shoemaker (1984) menunjukkan bahwa sikap umum tentang kejadian khusus yang menarik dan kelompok politik lainnya dapat memengaruhi bagaimana kelompok tersebut diliput oleh media. Ia memiliki data melalui analisis isi tentang bagaimana keabsahan surat kabar New York Times meliput sebelas kelompok politik yang dilakukan oleh jurnalis yang memiliki pandangan berbeda dengan kelompok tersebut, maka hasilnya, keabsahan yang dituliskan oleh NY Times menjadi berkurang ketika menggambarkan tentang kelompok tersebut.⁴⁷
- Rainville and McCormick (1977) menunjukkan bahwa prasangka rasial dapat memengaruhi komunikasi. Mereka membandingkan deskripsi yang dilakukan oleh sport announcers tentang pemain football yang berkulit putih dengan berkulit hitam. Pemain berkulit putih digambarkan lebih unggul jika dibandingkan dengan pemain berkulit hitam.
- Pasadeos dan Renfro (1988) menunjukkan bahwa pemilik media dapat memengaruhi isi surat kabar. Mereka membandingkan isi dari NY Post sebelum dan sesudah surat kabar tersebut dibeli oleh konglomerat media Rupert Murdoch, hasilnya surat kabar tersebut lebih banyak memuat berita-berita yang sensasional.
- Flegel dan Chaffee (1971) menemukan bahwa seorang reporter lebih dipengaruhi oleh opini pribadi mereka daripada opini editornya ataupun pembaca sekalipun. Lebih menariknya hal tersebut dilakukan reporter dengan sadar.
- Drew's (1975) studinya menemukan bahwa sikap seseorang terhadap narasumber tidak berhubungan dengan seberapa mengunggulkannya cerita yang ditulis untuk narasumber tersebut.

Jadi sikap personal, nilai dan keyakinan komunikator memiliki pengaruh yang besar terhadap isi media ketika komunikator memiliki kekuasaan yang besar terhadap isi pesan yang ingin di sampaikan. Rutinitas organisasi dan tekanan merupakan pembatas bagi besaran keterlibatan nilai, keyakinan dan sikap

⁴⁷ *Ibid.* Hal: 90-91.

komunikator. Tapi kita juga harus menyadari rutinitas organisasi dan tekanannya berbeda dari organisasi yang satu berbeda dengan media yang lain.

Lebih jauh lagi, meski terdapat faktor yang bisa memengaruhi individu jurnalis didalamnya juga terdapat *self regulation*. Menurut Aznar (1999a: 19) tujuan dari *self regulation* adalah untuk melaksanakan atau membantu pelaksanaan kode etik dari aktivitas tertentu. Dalam pendekatan ini terdapat beberapa ambiguitas untuk memastikan objektivitas media tertentu ketika bertemu dengan kepentingan publik yang dipandang sebagai tanggung jawab terhadap publik dengan objektivitas untuk melindungi berita itu sendiri dan juga dengan kepentingan perusahaan itu sendiri. *Self regulation* itu sendiri berada antara praktik hukum dan profesionalitas untuk mencakup kesenjangan peraturan pemerintah dengan fleksibilitas dan bentuk ideal dari aktivitas sosial, dengan mendorong keduanya untuk saling berbagi tanggung jawab terhadap publik. (Aznar, 1999a: 57). Mekanisme dari *self regulation* dalam jurnalistik dapat diartikan kedalam bentuk tanggung jawab sosial dari sebuah media untuk memastikan baik jurnalis maupun pekerja media lainnya tidak akan melukai hak khalayak atas perolehan informasi, mempertimbangkan justifikasi sosialnya, yang berasal dari beberapa haknya yang terdiri untuk mengontrol khalayak dan memiliki kuasa *de facto* untuk memberikan keuntungan kepada khalayak (Campbell, 1999). Berdasarkan dengan apa yang dikatakan oleh Karmasin (2002: 128-130), konsep daripada *self regulation* informatif mengacu pada sistem yang harus diikuti secara sah dan lazim oleh seseorang sebagai perwujudan atas hubungan komunikasi. Sistem ini didasari oleh serangkaian aturan yang bertujuan untuk memperkuat kebebasan memberikan dan memperoleh informasi yang diiringi oleh tanggung jawab sosial.⁴⁸

2.4.3 Rutinitas Media

Untuk lebih memahami pekerja-pekerja media, kita harus memeriksa rutinitas-rutinitas yang terkait dengan pekerjaan mereka. Istilah rutinitas mengacu pada hal-hal yang terpola, dibiasakan, praktek-praktek yang berulang, dan bentuk-

⁴⁸ Esteban, José Luis González-, Ph.D. et. Al. *Self-regulation and the new challenges in journalism: Comparative study across European countries*. Journal Revista Latina de Comunicación Social # 66 – 2011. Hal: 2.

bentuk yang digunakan para pekerja media untuk melakukan pekerjaan mereka. Berdasarkan perspektif Mannheim, rutinitas berarti seperangkat pembatas-pembatas yang berlaku pada individu pekerja media. Rutinitas-rutinitas membentuk konteks segera, di dalam dan melalui mana individu-individu ini melakukan pekerjaan-pekerjaan mereka.

Untuk memahami batasan-batasan ini kita harus memikirkan sistem media yang didalamnya orang-orang bekerja, termasuk rutinitas dan norma-norma keahlian yang kebanyakan merupakan bagian dari pengumpulan informasi yang sistematis. Pola-pola yang berulang dan terstandarisasi dari berita dan konten hiburan menghasilkan bagian yang besar dari praktek-praktek rutin ini. Rutinitas-rutinitas ini menjamin bahwa sistem media akan bereaksi atau merespon dalam cara-cara yang dapat diprediksi dan tidak dapat dengan mudah diganggu. Mereka membentuk serangkaian aturan yang bersatupadu dan menjadi bagian-bagian yang integral dari apa yang dimaksudkan untuk menjadi seorang profesional media. Tuchman, misalnya menyatakan bahwa reporter-reporter yang telah menguasai mode rutin dalam memproses berita dihargai untuk profesionalisme mereka (apa yang akan ditanyakan, bagaimana menangani hard/soft stories, apa teknik yang cocok untuk masing-masing jenis berita tersebut). Rutinitas dapat dianggap sebagai cara untuk mencapai tujuan; tetapi seringkali cara-cara ini telah menjadi terinstitusionalisasi.

2.4.3.1 Gatekeeper

Istilah Gatekeeping telah banyak digunakan sebagai metafora untuk menggambarkan proses seleksi di dalam pekerjaan sebuah media, terutama untuk memutuskan boleh atau tidaknya sebuah berita di sebarluaskan dan itu harus melewati “gerbang” dari sebuah medium berita kedalam saluran berita. Dalam arti yang lebih luas gagasan ini merujuk pada kekuatan untuk memberikan atau membatasi akses terhadap berbagai suara yang berbeda di masyarakat dan sering kali menjadi tempat konflik.⁴⁹

⁴⁹ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 308.

Gatekeeper memiliki peran yang sangat penting dalam setiap institusi media. David Manning White yang melakukan studi editorial yang dituangkannya dalam *The Gatekeeper: A case study in the Selection of News*, menemukan bahwa editor memilih cerita mana yang akan dilanjutkan prosesnya untuk kemudian ditayangkan atau dimuat dalam medianya, mana yang akan menjadi headline dan mana yang akan dimuat dalam bentuk lebih pendek, berdasarkan sejumlah kriteria yang berbeda.⁵⁰

Dalam bahasa lain, “*gatekeeper*” dapat dikatakan sebagai editor dalam seluruh berita. Tugas utama dari seorang *gatekeeper* dalam sebuah media adalah tentu untuk menentukan isu-isu penting apa yang menarik untuk diangkat oleh media tersebut. Seringkali dalam menentukan berita keputusan dibuat oleh *gatekeeper* yang posisinya lebih tinggi atau bahkan berita juga dapat ditentukan oleh kompetitor media lainnya.⁵¹

Meskipun begitu, tetap seorang *gatekeeper* juga memiliki kesukaan maupun ketidaksukaan. Baik itu lingkungan pekerjaannya, cara bagaimana dirinya memecahkan suatu persoalan, membuat strategi dan mengambil keputusan, serta segala nilai-nilai dalam menentukan sebuah pemberitaan. Hal ini tentu dibentuk bukan hanya dari organisasi seorang *gatekeeper* itu bekerja namun juga merupakan hasil dari luar organisasi dimana *gatekeeper* tersebut juga terikat dalam sistem sosial yang ada.⁵²

2.4.3.2. *News Value*

Kebanyakan media merupakan perusahaan-perusahaan yang membuat keuntungan (*profit-making*), mereka berusaha keras untuk membuat sebuah produk yang dapat dijual dengan harga melebihi biaya produksi. Sebuah organisasi media dapat digambarkan seperti bisnis lainnya yang berusaha keras untuk menemukan pasar bagi produknya. Media harus mendapat dan memproses “produk mentah” (berita, komedi), biasanya di dapat dari “penyedia” di luar

⁵⁰ O, Sullivan, Tim. Jewkes, Yvonne. 1997. *The Media Studies reader*. USA: Arnold Publisher. Hal: 272-273.

⁵¹ Tomber, Howard. 1999. *News A Reader*. USA: Oxford University Press. Hal: 72.

⁵² McQuail, Denis. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication. Hal: 254-256.

organisasi, kemudian mengantarkannya pada “pemakai” (pembaca, pendengar, penonton). Pada masing-masing tahapan, organisasi harus beradaptasi pada batasan yang ada.

Rutinitas-rutinitas pada media dapat membantu organisasi media menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- (1) Apa yang dapat diterima oleh konsumen (audiens)?
- (2) Apa yang mampu diproses oleh organisasi media?
- (3) Apa bahan baku yang tersedia dari sumber?

Ketiga pertanyaan tersebut harus dijawab oleh para *gatekeeper* di sebuah organisasi media sehingga ketiga aspek tersebut dapat terpenuhi dalam rangka membuat keuntungan. Gatekeeper harus mampu untuk mengenali nilai-nilai berita (news value) yang dapat menarik minat audiens. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai berita:

1. Prominance/Importance

Tingkat kepentingan berita diukur dari seberapa besar dampak dari berita tersebut bagi khalayak. Fatalitas jauh lebih penting dibandingkan dengan kerusakan properti.

2. Human Interest

Pada dasarnya, pemirsa juga menyukai berita yang sebenarnya tidak memiliki efek langsung dengan dirinya seperti kehidupan selebritis, elit politik, dan drama kehidupan.

3. Konflik

Mengapa kita tertarik dengan konflik? Hal tersebut menunjukkan bahwa konflik serta kewaspadaan merupakan isu yang penting untuk khalayak. Konflik lebih menarik disaksikan jika dibandingkan dengan keharmonisan. Mungkin saja kita berasumsi bahwa semua hal berjalan harmonis, namun ketika keharmonisan tersebut tidak terjadi maka, kita ingin mengetahuinya lebih jauh.

4. Ketidak biasaan

Hal yang tidak umum juga biasanya menimbulkan ketertarikan dari kita, karena dianggap pengecualian dari aturan (mayoritas) yang sudah ada (anomali).

5. Timeliness

Berita adalah masalah waktu, kita hanya punya waktu sedikit dan dalam waktu yang sedikit itu kita ingin tahu apa yang terjadi. Untuk itulah ada berita, biasanya masalah kebaruan berita ini sangat ditonjolkan dalam peristiwa yang melibatkan aksi.

6. Proximity

Kedekatan peristiwa atau lokalitas. Peristiwa yang terjadi di sekitar kita tentu akan dilihat memiliki berita yang lebih penting dibandingkan dengan berita yang jauh.

2.4.4 Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media

Setiap organisasi memiliki perbedaan dalam melakukan produksi. Perbedaan tersebut dapat dikaitkan dengan bagaimana struktur organisasi tersebut, bagaimana mereka memiliki perbedaan, bagaimana otoritas dalam organisasi tersebut berlaku, dan apa yang kemudian membuat isi medianya menjadi berbeda? Dalam istilah Hirsch, perspektif ini menekankan perbedaan peran organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan pasar. Hal ini pula menekankan perbedaan dari kepemilikan media, tujuan dan kebijakan.

Sebuah organisasi dapat didefinisikan sebagai sosial, formal, dan biasanya memiliki entitas ekonomi yang mempekerjakan pekerja media untuk memproduksi isi media. Organisasi memiliki batas-batas yang pasti. Tujuannya pun jelas, terdiri dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lainnya, dan juga birokratis dimana setiap bagian memiliki fungsi dan perannya masing-masing. Organisasi akan bersaing dengan organisasi lainnya dalam hal sumber daya. (e.g., Turow, 1984).⁵³

Setiap organisasi memiliki tujuan yang harus dicapai bersama organisasi tersebut. Shoemaker and Reese juga menuliskan bahwa tujuan dari sebuah organisasi media keutamaannya adalah tujuan ekonomi dan pada akhirnya setiap anggota di dalam organisasi media harus bertanggung jawab kepada pemilik maupun *top management*. Guna mencapai tujuan yang diinginkan maka setiap

⁵³ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 144.

organisasi media menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi konten yang didistribusikan kepada konsumen dalam masyarakat untuk memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan.⁵⁴

Neil Postman juga mengatakan bahwa televisi komersial akan meningkatkan tekanan untuk memperluas jumlah jam siaran setiap hari. Sebab terlalu banyak uang yang akan terbuang jika ada jam-jam tertentu yang tidak difungsikan. Ketika satu saluran komersial dapat berfungsi secara maksimal akan timbul tekanan bagi yang lain untuk muncul.⁵⁵ Ini menandakan bahwa televisi yang merupakan media massa memiliki tujuan ekonomi karena itu persaingan di dalam industri televisi pun menjadi sangat ketat karena mereka berlomba-lomba memanfaatkan waktu-waktu tertentu untuk merebut perhatian khalayaknya.

Media massa memiliki tiga unsur yang dapat dihasilkan yakni informasi, hiburan dan juga edukasi yang menjadi jawaban untuk memuaskan keinginan serta kebutuhan audiencenya. Konten atau isi medialah yang dapat menarik minat audience dalam rangka memenuhi kebutuhannya akan informasi, hiburan, ataupun edukasi yang kemudian dapat menarik pihak lain (baca: pengiklan) untuk mendulang pendapatan (*revenue*) bagi media massa tersebut. Saat itulah terjadi kegiatan ekonomi yang meliputi kegiatan investasi, produksi, konsumsi, serta distribusi barang dan jasa.⁵⁶

Tidak hanya terkait dengan ekonomi, di dalam setiap organisasi juga meliputi peran serta struktur. Pada organisasi media pada umumnya terdapat tiga tingkatan. Pada tingkat pertama yang disebut sebagai *front line employee* seperti penulis, reporter, dan staff kreatif, mengumpulkan serta membuat paket material kasar. Pada tingkat menengah terdapat manajer, editor, produser, dan lainnya yang berfungsi untuk melakukan proses koordinasi dan menjadi mediasi antara level bawah dengan level atas organisasi. Sedangkan untuk level paling atas terdapat *news executives* yang membuat kebijakan organisasi, menyusun anggaran,

⁵⁴ Albarran, Alan B. 1996. *Media Economics*. USA: Iowa State University Press. Hal: 5.

⁵⁵ Postman, Neil. 2000. Dalam: *Critical Studies in Media Commercialism*. Andersen, Robin. Strate, Lance. (editor). Oxford University Press. Hal: 51.

⁵⁶ Faizal Noor, Henry. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Hal: 5.

membuat keputusan penting, serta melindungi organisasi dan anggotanya dari tekanan maupun kepentingan luar baik berupa komersial maupun politik.⁵⁷

Dalam struktur organisasi media posisi paling atas ditempati oleh pemilik media. Pengaruh mereka cukup besar di dalam organisasi media. Pada akhirnya pemilik juga lah yang menunjuk para eksekutif untuk mengatur jalannya sebuah organisasi. Jika pekerja tidak menyukai perintah yang diberikan maka mereka dipersilahkan untuk berhenti dan posisinya akan diganti dengan orang lain. Hal ini pula yang kemudian mengurangi otonomi jurnalis dalam melakukan pemberitaan karena adanya intervensi manajemen. Pimpinan perusahaan dapat saja mendikte isi media secara langsung.⁵⁸

Kritikus pers A.J. Liebling (Baker 2007) menyatakan bahwa kebebasan pers merupakan milik dari empunya media itu sendiri. Kita dapat melihat bahwa konglomerasi media juga dapat mengekang pergerakan dari jurnalis itu sendiri di dalam memproduksi berita. Saat ini jurnalis tidak lagi terancam oleh sistem pemerintahan yang otoriter atau totalitarian namun yang nyata justru ancaman tersebut datang dari pemilik media itu sendiri. Mara Einstein (2004) menyatakan semakin padatnya industri media semakin sempit keberagaman opini publik didalam ruang komunikasi. Hal ini tentu saja mengundang banyak kritikan kepada media, yang mencela hegemoni media seiring semakin meningkatnya kekuatan pengaruh dari konglomerat media. Baker (2007) berpendapat bahwa keterpusatan kepemilikan media menciptakan kemungkinan pembuatan keputusan secara sepihak, tidak seimbang, tidak demokratis, tidak dapat dikendalikan, dan berpotensi menggunakan kekuasaan yang tidak bertanggung jawab.⁵⁹

Chomsky dan Herman (2002) menyatakan bahwa isi berita merupakan reproduksi dari hegemoni kepentingan para elite. Mayoritas peliputan media mengabaikan atau mengurangi efek negatif dari pemilik perusahaan berita (Houston, 2004). Chomsky (2004) lebih jauh berpendapat alih-alih menjalankan fungsinya sebagai pilar keempat, media massa justru berperan sebagai *mass*

⁵⁷ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 151.

⁵⁸ Ibid. Hal: 163-169.

⁵⁹ Francis Simiyu, Tome. 2013. Media Concentration and the Coverage of the 2013 General Election in Kenya: Democracy at the Crossroads. ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS Vol 7 No. 1.

propagandist, yang hanya melayani sebagian kalangan seperti pemerintah ataupun elite korporasi.

Croteau dan Hoynes (2001, p. 37) berpendapat bahwa seharusnya media dapat memberikan perhatian lebih untuk mempromosikan secara aktif warga Negara, pendidikan dan integrasi sosial melalui pesan-pesan di medianya. Jika peran idealnya media dapat memberikan tanyang yang beragam, substansi yang inovatif, dan independen, namun yang saat ini kita miliki justru media yang memiliki isi yang seragam, imitasi, dangkal dan dibuat-buat. Seperti adanya sistem kepemilikan yang menghapuskan hak jurnalis untuk bekerja secara profesional. Gans (2003) berpendapat bahwa seringkali jurnalis menemukan dirinya pada situasi yang penuh ketidakberdayaan, seperti pada perintah perusahaan dan dikte komersial di dalam industri.

2.4.5. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media

Pada level ini pengaruh berasal dari luar organisasi media. Pengaruh-pengaruh tersebut bisa berasal dari sumber informasi yang menjadi isi berita, sumber pendapatan seperti audiens maupun pengiklan serta institusi sosial lainnya seperti institusi bisnis maupun pemerintah serta lingkungan ekonomi dan juga teknologi. Setiap jurnalis tidak selalu menyaksikan sebuah peristiwa secara langsung. Mereka biasanya membutuhkan saksi mata untuk dijadikan narasumber dalam membuat berita. Gans (1979, 80) mendefinisikan sumber sebagai aktor yang diwawancara atau di jadikan objek oleh jurnalis, termasuk mereka yang diwawancara pada saat *on air* atau di kutip pernyataannya sebagai isi berita, dan yang disebut sebagai sumber adalah mereka yang dapat memberikan informasi sebagai latar belakang atau masukan sebuah cerita. Narasumber memiliki efek yang luar biasa pada isi media, karena jurnalis tidak dapat membuat berita tentang sesuatu yang tidak diketahuinya. Maka dari itu, kehadiran narasumber sangat diperlukan untuk memenuhi dan memverifikasi data serta fakta yang dimilikinya. Pemilihan narasumber tersebut dapat siapa saja mulai dari orang biasa yang mengetahui suatu kejadian tertentu hingga sumber resmi seperti polisi, jaksa, hakim, maupun politisi. Tentu seseorang maupun kelompok yang menjadi narasumber harus memiliki kredibilitas dan juga kapabilitas untuk dikutip setiap

pernyataannya. Jarak keberadaan juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan narasumber, karena para jurnalis menganggap narasumber yang paling dekat dengan peristiwa yang berlangsung memiliki informasi yang lebih memadai. Kelompok-kelompok kepentingan dari luar organisasi luar media juga dapat memengaruhi sebuah isi berita, biasanya mereka ingin menyampaikan aspirasi mereka melalui media untuk membentuk opini publik maupun memengaruhi suatu kebijakan yang akan diambil pemerintah. Organisasi media lainnya juga dapat menjadi kelompok kepentingan dari luar organisasi yang memengaruhi isi berita. Disamping saling bersaing diantara organisasi media untuk saling berebut kue iklan, organisasi media juga berperan seakan-akan menjadi sumber bagi organisasi media lainnya. Para jurnalis juga membaca, menonton serta mendengarkan media lainnya untuk menentukan berita apa yang akan diangkatnya.

Salah satu komoditas yang paling menguntungkan di zaman modern ini adalah perhatian khalayak. Siapapun yang dapat menjualnya dengan kuantitas besar maka mereka akan dapat menghasilkan pendapatan yang besar (Bagdikian, 1989: 819).⁶⁰ Menurut J. H. Altschull (1984, 254) yang dikutip oleh Shoemaker dan Reese sebuah isi dari berita secara langsung berhubungan dengan kepentingan yang membiayai sebuah organisasi media tersebut. Sebuah media diibaratkan sebagai peniup seruling, dan suara dari seruling itu dikomposisi oleh orang yang membiayai peniup seruling tersebut. Ini bukti secara substansial bahwa isi dari media secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh pengiklan dan pembaca.⁶¹

Dalam menjalankan fungsinya sebagai pilar keempat dalam demokrasi tak pelak media juga dapat dipengaruhi oleh pemerintah. Tak jarang pemerintah dalam suatu negara mengintervensi isi berita jika dianggap membahayakan baik untuk penguasa maupun negara. Oleh karena itu, Shoemaker dan Reese memasukan pemerintah ke dalam faktor yang dapat memengaruhi isi media dalam level luar organisasi media.

⁶⁰ ⁶⁰ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 190.

⁶¹ Ibid.

Unsur lainnya yang termasuk ke dalam level pengaruh dari luar organisasi media adalah teknologi, melalui teknologi memudahkan jurnalis dalam membuat berita namun tak jarang teknologi juga menuntun jurnalis ke dalam ketidakakuratan sebuah berita karena mengandalkan kecepatan. Terdapat sebuah konsep yang disebut *umbrella perspective on communication technology*⁶² untuk melihat bahwa teknologi tidak hanya dipandang sebagai suatu objek tunggal, namun juga terdapat faktor-faktor pendukungnya. Terdapat tiga area di dalam *umbrella perspective on communication technology*. Pertama, yang berada dalam level terbawah, “software” dan “hardware” dimana keduanya saling mendukung antara satu dengan lainnya. Perangkat dengan isi pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak harus sesuai. Isi pesan dari teknologi media cetak tentu akan berbeda dengan media elektronik, begitu juga internet atau media baru memiliki karakteristik yang berbeda dengan televisi. Misalnya, di dalam surat kabar berita yang ditulis dapat dimuat secara detail hingga berlembar-lembar halaman, namun tidak begitu dengan televisi yang berpacu dengan durasi sehingga berita yang ditayangkan harus singkat, padat dan jelas sehingga pemirsa dapat langsung mengerti pesan apa yang ingin disampaikan melalui televisi. Karena, teknologi televisi didukung oleh elemen audio dan visual sehingga penonton dapat mudah mengerti dengan adanya elemen audio visual tersebut. Lain halnya pula dengan media baru, yang mengandalkan kecepatan, singkat, namun masif. Portal-portal berita seperti detikcom, kompas.com, maupun viva.com, merupakan media baru yang mengutamakan kecepatan, berita-beritanya pun tidak sepanjang halaman di surat kabar, karena pada umumnya portal-portal berita tersebut diakses seseorang melalui perangkat mobile dengan waktu yang singkat. Pada level kedua, terdapat infrastruktur organisasi. Pada level ini melibatkan produksi dan distribusi dari teknologi itu sendiri. Dalam level ini, teknologi dipandang melalui bagaimana teknologi itu sendiri di produksi untuk kemudian disebar luaskan kepada khalayak yang lebih luas lagi. Organisasi disini dapat dilihat sebagai perusahaan maupun masyarakat yang menerima teknologi tersebut, baik dari perangkat maupun isi pesan yang disampaikan. Perusahaan-perusahaan media yang memiliki perangkat

⁶² Grant, August E and Meadows, Jennifer H. 2010. Communication Technology Update and Fundamentals 12th Edition. UK: ELSEVIER INC. Hal: 3.

teknologi terbaru praktis akan lebih mudah dan cepat dalam memproses serta mendistribusikan pesan kepada khalayaknya. Selanjutnya, di level ketiga dalam konsep *umbrella perspective on communication technology* yang berada dalam level teratas yang memayungi kedua tingkatan sebelumnya terdapat sistem, yang didalamnya termasuk sistem politik, ekonomi, dan juga sistem media. Dalam level ini, teknologi komunikasi dapat didefinisikan tergantung pada sistem yang memengaruhi dari suatu organisasi ataupun individunya. Pada negara demokratis yang menganut nilai-nilai kebebasan, kreatifitas individu dapat berkembang sehingga teknologi secara “hardware” dan “software” juga turut dapat dikembangkan.

2.4.6. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media

Media massa sebagai saluran penyampaian informasi kepada khalayak mendistribusikan nilai-nilai, yang seringkali bermanfaat atau bahkan dapat membawa pengaruh buruk terhadap kehidupan kita. Para elit penguasa secara terus-menerus memborbardir masyarakat dengan agenda ideologi mereka, tak lepas dari andil mereka yang juga sebagai pengontrol institusi komunikasi yang menguasai simbol-simbol ideologi, salah satunya adalah media massa. Ideologi kemudian diangkat dan digaungkan oleh media massa, dilegitimasi, dan secara persuasif didistribusikan secara luas kepada masyarakat.

Ideologi secara mendasar adalah sebuah sistem pemaknaan yang membantu kita dalam menjelaskan tentang dunia dan yang memberi penilaian terhadap nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat. Ideologi terkait dengan konsep seperti “pandangan”, “sistem kepercayaan” dan “nilai-nilai”, tapi artinya memang lebih luas dari hal-hal tersebut. Ideologi tidak hanya merujuk pada kepercayaan tentang dunia, tetapi juga kepada cara dasar sebagaimana dunia itu digambarkan. Ideologi juga tidak selalu tentang politik, namun memiliki konotasi yang lebih luas dan fundamental. Untuk analisa mengenai ideologi, kuncinya adalah antara *images* yang diberikan dan kata-kata dalam media massa berbentuk teks dan

bagaimana cara kita berpikir, bahkan menjelaskan mengenai isu-isu sosial dan kebudayaan.⁶³

Pada level ideologi berbicara lebih luas mengenai bagaimana kekuatan-kekuatan yang berhubungan dengan masyarakat mempengaruhi sebuah media terutama ide kelas yang berkuasa. Pada level ini pun dapat dilihat bagaimana kaitan antara level ideologi dengan level-level lainnya. Tetapi, lebih jauh bagaimana ideologi kelas yang berkuasa mempengaruhi sebuah pemberitaan bukan dengan kepentingan yang bersifat individu atau yang bersifat mikro tapi kepentingan kelas yang berkuasa.

Dalam bukunya, Shoemaker and Reese melihat pengaruh ideologi dan kekuasaan dari paradigma Marxist terhadap media sebagai perpanjangan dari dominasi kelas penguasa. Dasar dari teori Marx, membahas tentang ideologi yang berhubungan dengan konsep dari *"false consciousness"*. Ideologi dianggap sebagai kekuatan dari kontrol sosial, dimana anggota dari kelas sosial yang lebih dominan (mayoritas) menentukan cara pandang mereka dan mempengaruhi kelompok yang minoritas. Pada kondisi seperti inilah kelompok minoritas mengalami *false consciousness*.

Pada level ini pula hegemoni merupakan kunci dari konsep teori yang menggerakkan seluruh pembelajaran kontemporer ideologi media. Menurut pemikiran Antonio Gramsci, konsep hegemony menghubungkan pertanyaan – pertanyaan mengenai budaya, kekuasaan dan ideologi. Media massa merupakan sebuah tempat di mana praktik hegemoni terjadi. Media terlibat dalam “politik pemaknaan” di mana media menjalankan fungsi politik dengan memberi pemaknaan pada peristiwa-peristiwa. Media mempunyai “kekuatan untuk membuat suatu peristiwa menjadi penting” di mana media tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan hanya menciptakan pemaknaan realitas dari kacamata media itu sendiri. Media tidak dapat dikatakan sebagai ‘corong’ kebenaran melainkan hanya sebagai saluran penyampaian peristiwa di mana kebenarannya belum pasti.

⁶³ Croteau, David and Hoynes, William. 2003. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences 3rd Ed.* SAGE Publications. Hal: 159-160.

2.5. Produksi Berita

Dalam memproduksi sebuah berita menurut Arifin S Harahap dalam bukunya *Jurnalistik Televisi: teknik memburu dan Menulis Berita*, setidaknya ada empat jenis peliputan, yaitu⁶⁴:

1. Berita Momentum, berita yang tak teragendakan yang berasal dari peristiwa tiba-tiba. Yang termasuk dalam jenis berita ini antara lain kecelakaan, bencana alam, kebakaran, dan kriminalitas. Peliputan berita momentum membutuhkan jaringan yang luas dengan sumber-sumber informasi seperti polisi, pemadam kebakaran, serta masyarakat luas. Peliputan berita momentum juga membutuhkan pantauan terhadap media lain seperti radio dan internet.
2. Berita terencana, dibuat berdasarkan peristiwa yang terencana disengaja atau diagendakan. Yang termasuk jenis berita ini antara lain jumpa pers, unjuk rasa, kegiatan olah raga, kegiatan pemerintahan dan peringatan hari-hari besar. Meliput berita terencana relatif tidak sulit karena narasumber yang biasanya menghubungi media.
3. Berita fenomena, berasal dari peristiwa yang sudah menggejala atau menjadi fenomena dalam masyarakat (kemiskinan, pengemis, tradisi, dan lain-lain). Berita fenomena memerlukan perencanaan yang panjang serta riset mendalam, berita jenis ini biasanya diliput untuk membuat laporan panjang (feature, dokumenter, atau *in depth report*).
4. Berita lanjutan, berasal dari berita yang ditayangkan. Berita ini merupakan lanjutan atau follow up dari berita yang telah ditayangkan sebelumnya.

Selanjutnya setelah mengetahui jenis liputan, maka dalam memproduksi berita tahap pertama adalah melakukan *discovery* dimana jurnalis harus mempelajari setiap isu atau peristiwa yang akan diliputnya, ini sangat penting karena memiliki keterkaitan dengan keputusan yang akan diambil di *news room*.⁶⁵ Tahap selanjutnya menurut John McManus (1994:110) jurnalis harus memilih

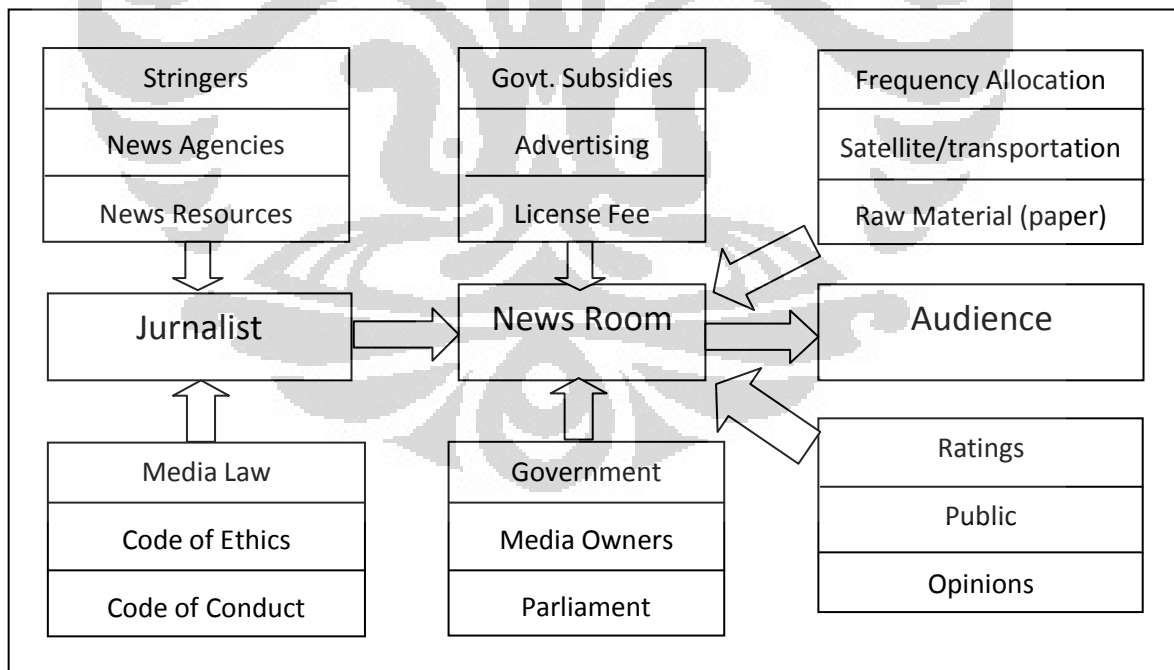
⁶⁴ KS, Usman. 2009. *Television News: Reporting & Writing*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal: 99.

⁶⁵ McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* USA: SAGE Publication, Inc. Hal: 95.

berita apa yang akan diproduksi. Dalam memilih berita menurut Peter Golding, seorang jurnalis pun harus melalui pertimbangan⁶⁶:

- *The audience*. Pertimbangan penting atau tidak berita yang akan disajikan kepada publik. Apakah akan dimengerti, menarik perhatian, dinikmati serta relevan?
- Aksesibilitas. *Prominence* dan mudah ditangkap. Sejauh apa peristiwa tersebut menjadi berita di masyarakat umum. Seberapa mudah berita tersebut bisa diakses oleh jurnalis.
- *Fit*. Hal ini terkait dengan rutinitas produksi baik secara teknis maupun organisasi.

Tahap terakhir yang dilakukan jurnalis dalam memproduksi berita tentu saja melaporkan berita tersebut. Dalam melaporkan berita tentu seorang jurnalis mengedepankan objektivitas, kebenaran dan juga terlepas dari konflik kepentingan. Maka, tidak heran jika rantai gatekeeper pada berita di televisi lebih panjang dan rumit dibandingkan dengan yang lainnya.⁶⁷



Gambar 2.1. Socio-Cultural Environment

Sumber: Ishadi, 1997

⁶⁶ Tomber, Howard. 1999. *News A Reader*. USA: Oxford University Press. Hal: 119. aw-Hill. Hal: 308.

Gambar diatas menggambarkan posisi jurnalis dalam proses produksi di *news room* secara langsung dipengaruhi oleh dua komponen utama. Komponen pertama adalah sumber berita, yang dapat membantu jurnalis untuk mendapatkan berita. Sumber berita ini terdiri dari agen berita dan juga *stringer*. Komponen kedua ialah terdiri dari norma dan hukum media. Hukum, terutama adalah kebijakan yang dibuat oleh instansi terkait terutama yang berkaitan dengan *public affairs* (Pakpahan, 2010), termasuk televisi. Sementara itu, dalam memproduksi naskah di *news room*, jurnalis secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh entitas dan agen-agen lainnya, termasuk didalamnya pemilik media, yang juga berkontribusi secara finansial untuk menangani biaya operasional dan juga produksi. Dengan kondisi seperti itu, saat ini jurnalis harus bekerja dibawah dua tekanan. pertama adalah kesadaran mereka yang merefleksikan semangat idealismenya, dan yang kedua adalah kesadaran di dalam industri dan juga bisnis. Semangat idealisme dan juga semangat bisnis tersebut merupakan dua hal yang dipertimbangkan, karena muncul tarik menarik di dalam proses ini. Melalui hukum media, kode etik dan tekanan opini publik, interaksi bisnis dan idealisme dapat mencapai keseimbangan.⁶⁸ Lowell Bergman seorang mantan produser di CBS yang juga pernah bekerja di ABC mengakui bahwa adanya kepentingan pengiklan yang akan memengaruhi tayangan di televisi. Bergman menyatakan bahwa Ia menemukan bahwa di ABC News, mereka tidak dapat membuat berita yang berhubungan dengan perusahaan pemasok ataupun pengiklan besar stasiun tersebut.⁶⁹ Ini menunjukan bahwa betapa besarnya pengaruh pengiklan untuk kepentingan bisnis yang dapat memengaruhi isi berita ataupun penentuan berita yang akan disajikan.

Dalam menjalankan pekerjaannya, jurnalis telah berpikir tentang idealisme dan bisnis sebagai satu konsep. Di satu sisi, mereka berpikir tentang idealismenya sebagai jurnalis untuk menyampaikan fakta yang jujur secara objektif dalam konteks membebaskan semangat idealisme. Disisi lainnya, mereka juga harus

⁶⁸ SK, Ishadi. 2011. *Television Industry Dynamics in New Order Era The Effect of Broadcasting Policy Towards News Report*. International Journal of Administrative Science & Organization Volume 18, #2. Hal: 134-135.

⁶⁹ Rowse, Arthur. E. 2000. *Drive By Journalism; The Assault on Your Need to Know*. Common Courage Press. Hal: 156.

mengatur agenda dan mengkonstruksi realitas untuk menarik pasar. Pengaruh dari dua komponen utama tersebut berdampak pada proses produksi berita di *news room*. Pekerjaan jurnalis akan semakin berat dalam menentukan isi berita. Saling berdebat tidak dapat terhindari di *news room* karena disitulah akan terjadi benturan antara idealisme dan orientasi yang berbeda-beda dari seorang jurnalis, dengan jurnalis lainnya karena di dalam *news room* inilah isi berita akan ditentukan untuk disajikan ke khalayak sehingga proses penentuan di dalam *news room* menjadi penting. Sekali lagi, tidak hanya idealisme jurnalis yang menentukan isi berita namun juga pertimbangan atas nama pasar yang kemudian turut menentukan isi berita.

News room merupakan bagian penting dalam sebuah stasiun televisi (Bants, 1985). Disinilah berita diproduksi yang juga dapat merepresentasikan stasiun televisi tertentu. Khalayak membutuhkan informasi yang aktual, akurat, dan komprehensif dari sebuah stasiun televisi sama halnya seperti khalayak yang membutuhkan hiburan. Berita menjadi komoditas yang krusial sehingga terjadi persaingan sesama organisasi media dalam meraih sebanyak-banyaknya pemirsa televisi menggunakan materi produk berita. Situasi ini menciptakan perbedaan budaya organisasi didalam setiap *news room*.⁷⁰

Pada tahun 1990, Berkowitz melakukan suatu kombinasi studi kasus dan observasi dengan analisa isi untuk menganalisa seleksi berita lokal untuk stasiun televisi yang tergabung dalam suatu network di Indianapolis, AS. Berkowitz, menemukan bahwa keputusan seleksi berita didasarkan pada beberapa pertimbangan disamping nilai berita, termasuk informasi yang mudah untuk dijelaskan, yang akan menarik penonton, dan alasan efisiensi. Sebagai hasil observasi selama 220 jam di *newsroom* yang diikuti oleh sejumlah interview, Ia menyimpulkan bahwa pekerja berita lebih banyak menggunakan insting, minat dan kepentingan, dan dampak secara visual walaupun yang terakhir jarang disebutkan dalam rapat redaksi, dibandingkan menerapkan pemahaman mereka mengenai nilai berita dari *textbook* jurnalistik.⁷¹

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Severin, Wemer J. Tankard, James W, JR. 1997. *Communication Theories; Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*. NY: Longman. Hal: 40.

2.6. Media dan Politik

Media berita menjadi pusat perhatian karena dianggap memainkan peranan penting dalam sistem politik dan diharapkan dapat mengisi fungsi-fungsi ideal di dalam Negara demokratis liberal.⁷² Termasuk didalamnya fungsi untuk menyediakan akses secara luas kepada masyarakat untuk mengemukakan pendapat, menjadi arena debat rasional yang berhubungan dengan masyarakat dan Negara, sumber informasi objektif, menjadi *watchdog* dalam aktivitas institusi berpengaruh dan individu. Berarti jurnalisme dituntut menjamin bahwa anggota masyarakat dapat menggunakan keragaman ide yang terkandung dalam media berita sebagai *market place of ideas* baik untuk mempertahankan atau mempertanyakan pemahamannya tentang dunia di sekitarnya.⁷³

Penyampaian pesan politik melalui media massa telah lama digunakan bahkan semenjak kajian komunikasi politik ada. Teori komunikasi politik menjelaskan tentang tujuan dari proses penggunaan pesan yang dilakukan oleh pemimpin, media dan khalayak dalam mengkonstruksi makna tentang politik praktis.⁷⁴ Iyengar dan Kinder mengatakan dalam sistem demokrasi media menjadi penghubung kunci antara politik dan publik. Semua aktor politik berusaha memengaruhi opini publik, hasil pemilu, proses kebijakan secara tidak langsung dengan menciptakan liputan berita dan penggunaan media massa. Hal ini menciptakan mediatisasi politik.⁷⁵

Dye dan Zeigler (1986: 7-22) mengidentifikasi fungsi politis media massa. Fungsi meliputi lima hal pokok: (a) fungsi pemberitaan, (b) interpretasi, (c) sosialisasi, (d) persuasi, dan (e) fungsi pengagendaan isu.⁷⁶

Fungsi pemberitaan disini jelas bahwa media menentukan peristiwa mana yang harus diberitakan dan siapa yang harus diberi tempat dalam pemberitaan. Dalam fungsi interpretasi berkenaan dengan peran media massa sebagai penafsir atas realitas dalam wujud informasi kepada publik. Media massa tidak hanya

⁷² Curan, James. 2000. *Media Organisations in Society*. NY: Arnold Publisher. Hal: 22.

⁷³ Allan, Stuart. 2004. *News Culture 2nd Ed*. USA: Open University Press. Hal: 47.

⁷⁴ Littlejohn, Stephen W and Foss, Karen. 2009. *Encyclopedia Of Communication*. California: SAGE Publication, Inc. Hal: 757.

⁷⁵ Tresch, Anke. 2007. *Politicians in the Media: Determinants of Legislator's Presence and Prominence in Swiss Newspapers* University of Geneve.

⁷⁶ Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 95.

mengamati peristiwa namun juga melaporkannya. Media massa juga biasanya menempatkan suatu peristiwa dalam konteks tertentu, memilih sumber-sumber tertentu, dan mengemukakan analisis serta interpretasi tertentu. Fungsi sosialisasi, hakekatnya adalah memberikan pendidikan kepada masyarakat luas mengenai nilai, keyakinan dan sikap serta perilaku dan berkaitan dengan sistem politik. Fungsi berikutnya adalah persuasi dimana terlihat jelas saat diselenggarakannya kampanye pemilihan. Persuasi ataupun propaganda dilatarbelakangi oleh kepentingan pihak penyampai persuasi, yakni partai politik atau kandidat dan bukan kepentingan publik. Menurut Nursal (dalam Firmanzah, 2007) dalam political marketing, terdapat tiga strategi mengkampanyekan political marketing yaitu: pemasaran produk politik secara langsung kepada calon pemilih (*push political marketing*), pemasaran produk politik melalui media massa (*pull political marketing*) dan melalui kelompok, tokoh atau organisasi yang berpengaruh (*pass political marketing*).

Pull political marketing adalah strategi yang paling banyak digunakan oleh partai dan kandidat. Penyampaian pesan pada strategi ini dilakukan melalui media massa baik elektronik, cetak, luar ruang, mobile dan Internet. Strategi ini mempunyai kelebihan dapat membombardir pesan kepada khalayak, namun kurang dapat terukur efektivitasnya. Karena membutuhkan biaya yang sangat besar, strategi ini biasanya dilakukan oleh partai atau kandidat kaya atau mempunyai dana kampanye yang banyak.

Alasan lainnya politisi menggunakan media massa sebagai sarana kampanyenya, menurut Michael Bauman (2007) fenomena ini disebut sebagai *telepolitics*, yaitu bergesernya peran partai dan munculnya dominasi media terutama televisi dalam memersuasi pemilih. Televisi muncul sebagai kekuatan baru yang lebih massif dalam menyampaikan informasi politik kepada masyarakat. Data survey menunjukkan bahwa masyarakat kita paling banyak mendapatkan informasi politik melalui televisi (87%).⁷⁷

Fungsi terakhir adalah fungsi agenda setting, dimana media tidak memberi tahu seseorang untuk berpikir namun memberi tahu apa yang harus mereka

⁷⁷ Muhtadi, Burhanuddin. 2013. Perang Bintang 2014: Konstelasi dan Prediksi Pemilu dan Pilpres. Jakarta: Noura Books. Hal: 123-126.

pikirkan. Ada pemberian bobot-bobot tertentu terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Maka, tidak heran jika saat ini banyak politisi yang dijadikan sebagai produk melalui iklan kampanye.⁷⁸ Menurut P. Eric Low (2005) dalam *The Media and Political Process*, kemudian muncul istilah politisi selebriti. Politisi selebriti adalah mereka para politisi kemasan (*manufactured politicians*). Politisi selebriti harus menjadi aktor yang baik karena seperti yang ditegaskan oleh Postman (1985) politik telah menjadi *show business*. Politisi berada dalam bisnis penciptaan keahlian dan penampilan personalitas yang ditelevisikan.⁷⁹

Jika saat ini semakin marak iklan politik di televisi, hal tersebut menandakan bahwa media dapat mempersuasi dan melakukan propaganda untuk mempromosikan visi-misi sang kandidat. Menurut Dan Nimmo dan James E. Combs (1983), propaganda kampanye bertujuan untuk memediakan dua fantasi yang tumpang tindih dan saling berhubungan erat. Pertama, propaganda mengonstruksi fantasi-fantasi tentang kandidat, kualitas, kualifikasi, program, dan takdirnya. Kedua, propaganda memediakan realitas-realitas tentang sifat dasar dari dunia tersebut, pameran kekuatan, bahaya, ancaman, dan musuh-musuh yang harus dihadapi dan ditaklukan. Pertalian dari kedua fantasi ini adalah esensial karena takdir dari kandidat menjadi takdir dari dunia politik.⁸⁰ Dalam menyajikan propaganda-propaganda politisi melalui berita biasanya struktur informasi menjadi bias, yang menurut Bennet (2005) berita biasanya menampilkan banyak sekali personalisasi, fragmentasi, dan juga dramatisasi.⁸¹

Kepentingan-kepentingan politik yang menggunakan media untuk memengaruhi publik baik secara positif maupun negatif tentu akan menimbulkan persepsi tersendiri bagi khalayaknya. Memang terdapat perhatian khusus tentang konsekuensi yang potensial pada lingkungan media kontemporer untuk pembangunan transisi demokrasi dalam masyarakat, dimana sistem partai masih dalam tahap pertumbuhan, organisasi berita dan jurnalis masih sering berada

⁷⁸ Straubhaar, J. LaRose, R., & Davenport, J. 2011. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. 5th Ed. USA: Wadsworth. Hal: 433.

⁷⁹ Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Jogjakarta: Jalasutra. Hal: 190-191.

⁸⁰ Ibid. Hal: 201.

⁸¹ Nabi, Robin L. & Oliver, Mary Beth. 2009. *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. USA: SAGE Publication, Inc. Hal: 114.

dalam posisi yang rentan, masih minimnya pengenalan serta pengalaman dalam pemilihan umum di masyarakat. Pada masyarakat yang sedang mengalami transisi seperti ini dalam membangun demokrasi, banyak data-data dari analisis survey yang menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan media dengan kepuasan demokrasi, kepercayaan terhadap institusi, dan tindakan politik lainnya. (Dalton, 1996; Norris, 2000), namun lebih jauh lagi dikatakan dari banyaknya penelitian tentang penggunaan media dengan politik justru menunjukkan kesimpulan yang jauh lebih kompleks.⁸² Pandangan mengenai peranan netral dan mediasi dari media dalam politik harus diubah untuk mempertimbangkan berbagai bentuk, terutama ketika media tertentu memilih untuk mengambil peran partisan atas nama partai atau kepentingan, serta bersekutu dengan beberapa kepentingan ekonomi yang berkuasa.⁸³

Kritik dilontarkan oleh Paul Johnson (1992: E1-E4). Mengatakan bahwa terdapat tujuh kesalahan fatal yang sering dilakukan oleh media⁸⁴:

1. Melakukan distorsi. Media seringkali sengaja atau tidak sengaja melakukan distorsi terhadap realitas. Kebenaran seringkali terkalahkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu yang karenanya, lalu terjadi distorsi.
2. Memberikan kesan keliru. Media ataupun jurnalis seringkali terhanyut dalam praktek pemberian kesan keliru kepada khalayak dengan pemberitaan yang mengarah kepada penciptaan atau pengukuhan stereotip. Media massa selayaknya bekerja seperti kaca bening dimana khalayak dapat melihat kebenaran.
3. Mencuri privasi. Setiap manusia memiliki hak yang tak terpisahkan dengan privasi setidaknya sampai tingkat tertentu. Media massa kadang kala mengabaikan hal ini dengan tindakan yang tidak menggunakan prinsip impersonasi.

⁸² Downing, John D. H. et al. 2004. *The Sage Handbook of Media Studies*. USA: Sage Publications, Inc. Hal: 352.

⁸³ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 524.

⁸⁴ Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 131-133.

4. Pembunuhan karakter. Media massa baik melalui pemberitaan, karikatur maupun talkshow seringkali digunakan untuk menghancurkan karir dan citra seseorang atau mungkin kelompok.
5. Eksploitasi seks. Demi meningkatkan rating media massa seringkali mengemas erotisme dan seksualitas pada layar kaca.
6. Meracuni pikiran anak-anak. Media seringkali menyuguhkan materi atau acara-acara yang tidak mendidik.
7. Penyalahgunaan kekuasaan. Para editor seringkali berpikir bahwa mereka memiliki kewenangan untuk melakukan “eksekusi” terhadap kasus-kasus yang berkembang melalui pemberitaan terhadap kasus-kasus bersangkutan yang kemudian dapat membawa dampak pada bekerjanya sistem pemerintahan dan sistem politik.

Kualitas pemberitaan media maka dapat terlihat pada apa yang ingin disampaikan kepada publik. Oleh karena itu, dikatakan bahwa pemberitaan media dapat menimbulkan opini publik yang didalamnya meliputi isu politik. Terutama seperti yang dikatakan oleh Noelle-neumann (1974, 1993) bahwa khalayak dapat memantau opini publik yang berkembang di sekitarnya dan menggunakan akal sehat sebagai panduan dalam berinteraksi di masyarakat.⁸⁵ Opini itu sendiri merupakan sebuah pernyataan argument dari satu sisi diantara pilihan yang ada. Biasanya pula bersifat kognitif dan juga evaluatif. Opini sendiri memiliki karakter yang bersifat sementara dan juga spesifik, karena setiap orang dapat memiliki opininya masing-masing atas topik yang berbeda. Meskipun opini bersifat individual juga namun jika berkembang maka dapat dikatakan sebagai opini publik yang biasanya cenderung mengikuti suara dominan ataupun merupakan kesimpulan dari pandangan masyarakat secara keseluruhan.⁸⁶ Hal tersebut menunjukkan bahwa melalui media terutama berita aktor ataupun institusi politik dapat memengaruhi sikap serta tindakan seseorang untuk mengambil keputusan politiknya.

⁸⁵ Nabi, Robin L. & Oliver, Mary Beth. 2009. *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. USA: SAGE Publication, Inc. Hal: 119.

⁸⁶ McQuail Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 515.

Saat ini media telah menjadi sebuah sumber informasi dan opini bagi publik. Peran media massa yang terus berkembang justru menjadi tantangan tersendiri bagi politik karena lahirnya istilah logika media yang memiliki beberapa bentuk⁸⁷:

- Pengalihan waktu dari berpartisipasi dalam politik menjadi berada di depan televisi.
- Efek negatif dari pemasaran politik pada kepercayaan dan niat baik pemilih.
- Meningkatnya hal-hal negatif dari kampanye dan peliputan kampanye.
- Naiknya biaya dan birokrasi kampanye.
- Hilangnya saluran partai untuk meraih massa pengikutnya dan meningkatnya ketergantungan terhadap saluran media.

⁸⁷ *Ibid.* Hal: 526.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan (*approach*) adalah cara ‘mendekati’ objek sehingga karya budaya, sebagai struktur makna (Rohrberger and Woods, Jr., 1971: 3-15), dapat diungkapkan secara jelas istilah lain yang dianggap memiliki kesejajaran, diantaranya: penghampiran, perspektif, titik pijak, dan dimensi, ‘kaca mata’ dalam istilah populer. Pendekatan mengandaikan penggunaan salah satu sudut pandang yang dianggap paling relevan sesuai dengan tujuan penelitian.⁸⁸ Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang mereka amati.⁸⁹ Berdasarkan definisi ini, maka nantinya data yang diperoleh terkait dengan masalah yang akan dibahas akan berupa data kata-kata tertulis dari orang-orang yang peneliti amati.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah menggambarkan sebuah susunan perspektif atau informasi dari sebuah masalah. Kriteria reduksi diperoleh ketika inklusi atau penambahan responden tidak akan signifikan menambah informasi baru atau pemahaman masalah.⁹⁰ Untuk memahami penelitian kualitatif, kita dapat melihat kepada salah satu paradigma dalam ilmu sosial yaitu interpretif. Ilmu sosial interpretif berusaha untuk memahami bagaimana manusia dalam setting kesehariannya menciptakan makna dan menginterpretasi kejadian-kejadian dalam dunia mereka.⁹¹

Ilmu sosial interpretif tidak mengenal realitas tunggal. Masing-masing peneliti akan memiliki hasil interpretasinya masing-masing terhadap fenomena sosial. Selain itu, mereka juga menganggap bahwa setiap manusia adalah unik sehingga perilakunya tidak dapat digeneralisasi dan dalam meneliti sebuah fenomena sosial yang dicari peneliti interpretif adalah kedalaman. Berdasarkan

⁸⁸ *Ibid.* Hal. 45.

⁸⁹ Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosda Hal. 50.

⁹⁰ Vanderstoep, Scott W dan Johnston, Deidree D. 2009. *Research Methods for Everyday life*. Jose Bass.

⁹¹ Wimmer, D Roger. Dominick, Joseph R. 2000. *Mass Media Research: An Introduction*. Wadsworth. Hal: 103.

pertimbangan-pertimbangan diatas maka peneliti interpretif melakukan penelitian kualitatif dibandingkan dengan survey eksperimen atau analisa isi kuantitatif yang mengutamakan data kuantitatif yang kurang dapat memenuhi kebutuhan peneliti interpretif akan kedalaman hasil penelitian.⁹²

3.2. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel purposif dengan objek penelitian utama jurnalis tvOne. Teknik sampling memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti sebelumnya memiliki pengetahuan sebelumnya yang menunjukan kelompok tertentu adalah penting untuk penelitian kita dan kita memilih mereka subjek yang kita rasakan ‘khas’ contoh masalah yang ingin kita teliti. (Alston dan Bowles, 2003).

Di dalam penelitian ini, peneliti menetapkan informan sebanyak empat orang. Mereka dirasa memenuhi kriteria yang cukup dan informasi yang didapatkan sudah mampu untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Informan 1

Biodata Singkat:

Nama: WK

Pendidikan: S1 Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada

Pekerjaan:

- Manager Pemberitaan tvOne
- Executive Producer tvOne

Informan 2

Biodata Singkat:

Nama: EK

Pendidikan: S1 Sastra Inggris Universitas Negeri medan

Pekerjaan:

- Producer News Gathering/Presenter tvOne
- Reporter Metro TV

⁹² Ibid. Hal: 104.

Informan 3

Biodata Singkat

Nama: RS

Pendidikan: S2 Komunikasi Universitas Indonesia

Pekerjaan:

- Produser Eksekutif Koordinator Liputan tvOne
- Koordinator Liputan Metro TV

Informan 4

Biodata Singkat

Nama: DF

Pendidikan: S2 Komunikasi Universitas Dokter Moestopo Beragama

Pekerjaan:

- Reporter/Presenter tvOne

3.3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah studi kasus di dalam program “Presiden Pilihan Rakyat” yang ditayangkan tepat pada 9 Juli 2014 dimana pemilihan Presiden Indonesia dilakukan. Studi kasus di definisikan oleh Yin sebagai investigasi empiris yang menggunakan berbagai macam sumber bukti untuk menginvestigasi suatu fenomena kontemporer dalam konteks yang sebenarnya, dimana batasan antara fenomena dan konteks yang sebenarnya tidak dapat dipisahkan secara nyata.

Menurut Robert Yin studi kasus merupakan suatu enkuri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas diantara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multi sumber bukti dimanfaatkan. Studi kasus lebih banyak berkutat pada atau berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan “how” dan “why” serta pada tingkatan tertentu juga menjawab pertanyaan “what” dalam kegiatan penelitian (Burhan Bungin, 2005).

Menurut Stake (2009: 300-311) studi kasus adalah pilihan terhadap objek penelitian, bukan konsekuensi metodologis. Kasus-kasus yang dipilih mungkin bersifat sederhana, mungkin juga rumit dan kompleks. Secara definisi studi kasus

mensyaratkan suatu penelitian dengan kekhasan tertentu, unik. Dalam hubungan ini peneliti sudah memiliki suatu pandangan bahwa di lokasi yang bersangkutan ada suatu masalah yang berbeda, bahkan mungkin menyimpang.⁹³

3.4. Metode Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland (1984: 87) sumber data utama dalam penelitian ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁹⁴ Berdasarkan hal itu maka, kata-kata bisa di dapat melalui wawancara yang memiliki pengertian sebagai percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁹⁵

Jenis wawancara memiliki berbagai macam jenis. Namun dalam penelitian ini akan digunakan jenis wawancara mendalam. Secara umum, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁹⁶

Dalam penelitian ini peneliti menanyakan sejumlah pertanyaan yang telah disusun sebelumnya kepada para informan. Tujuannya adalah tentu saja untuk mendapatkan jawaban komprehensif terkait budaya produksi dalam *newsroom tvOne*.

Selain menggunakan teknik wawancara, dalam penelitian ini pengumpulan data juga dilakukan menggunakan observasi, yang bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana proses penentuan isi berita di *newsroom tvOne* yang tentu berkaitan dengan rutinitas media dan juga untuk mengetahui peran setiap jurnalis di dalamnya sebagai individu yang turut menentukan isi berita. Analisa

⁹³ Nyoman Kutha Ratna. 2010. Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal: 191-192.

⁹⁴ Moleong, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rosda. Hal: 157.

⁹⁵ Ibid. Hal: 186.

⁹⁶ Bungin, Burhan. 2009. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana. Hal: 108.

dokumen juga dilakukan untuk mendapatkan sebanyak mungkin informasi yang relevan. Dokumen yang dianalisa oleh peneliti studi kasus antara lain rekaman acara Presiden Pilihan Rakyat di tvOne.

3.5. Metode Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen (1982), analisa data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁹⁷

Menurut Janice Mc. Drury (1999) tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- a) Membaca atau mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang terdapat dalam data.
- b) Mempelajari kata-kata kunci tersebut dengan tujuan menemukan tema-tema yang berasal dari data.
- c) Menuliskan “model” yang ditemukan.
- d) Melakukan koding terhadap data-data.⁹⁸

Penelitian ini menggunakan analisis tematik. Menurut Boyatzis (1998), analisis tematik meungkinkan peneliti menemukan ‘pola’ yang pihak lain tidak melihatnya secara jelas. Pola atau tema tersebut tampil seolah secara acak dalam tumpukan informasi yang tersedia. Setelah menemukan ‘pola’ (*seeing*), kita akan mengklasifikasi atau meng ‘*encode*’ pola tersebut (*seeing as*) dengan memberi label, definisi, atau deskripsi.

3.6. Unit Analisa

Pada penelitian ini unit analisanya adalah *newsroom* tvOne, dimana analisanya akan dilakukan pada faktor-faktor yang memengaruhi isi berita diantaranya pada individual level, rutinitas media, dan juga pada level organisasi.

⁹⁷ Moleong, Lexy J. *Op. Cit.*, Hal. 248.

⁹⁸ Basrowi, dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal: 193-194.

Fokus penelitian yang akan diambil adalah untuk mengetahui proses produksi berita di dalam *newsroom* tvOne pada saat pemilihan presiden 2014, dimana di dalamnya terdapat individu-individu jurnalis yang memiliki latar belakang yang berbeda dan juga kebijakan yang dimiliki oleh stasiun televisi berita tvOne turut berperan dalam pemilihan berita yang layak ditayangkan pada program “Presiden Pilihan Rakyat”. Individu-individu jurnalis yang termasuk didalamnya adalah yang memiliki peran sebagai *gatekeeper* seperti produser yang menentukan isi program, kemudian level *manager news gathering & production* yang tugasnya memantau dan menugaskan para reporter di lapangan. Selain itu, juga terdapat koordinator liputan yang berperan untuk menugaskan reporter di lapangan serta reporter itu sendiri.

3.7. Keabsahan Penelitian

Untuk menetapkan keabsahan (*truthworthiness*) penelitian dapat dinilai dari:

- **Kepercayaan (*credibility*)**
Melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai. Selain itu, kepercayaan dapat menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti. Kepercayaan atau kredibilitas dapat dilakukan dengan *member check* atau triangulasi data. *Member check* dilakukan dengan menerjemahkan hasil dan laporan wawancara kepada khalayak yang menjadi informan. Setelah laporan diterjemahkan maka hasil dikirimkan kepada informan untuk dikirimkan kembali untuk dikoreksi.
- **Keteralihan (*transferability*)**
Keteralihan bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks.
- **Kebergantungan (*dependability*)**
Reliabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi. Jika dua atau beberapa kali diadakan pengulangan suatu studi dalam suatu kondisi

yang sama dan hasilnya secara esensial sama, maka dikatakan reliabilitasnya tercapai. Aspek kebergantungan merupakan versi kualitatif dari reliabilitas yang dapat dicapai dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian (Daymon dan Holloway, 2005). Dalam melakukan setiap melakukan wawancara peneliti mencatatnya selain itu juga menentukan metodologi penelitian, strategi penelitian, penentuan unit analisis serta cara pengambilan data.

- Kepastian (confirmability)

Pemastian bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Menurut Scriven (1971), selain itu masih ada unsur 'kualitas' yang melekat pada konsep objektivitas. Hal itu digali dari pengertian bahwa⁹⁹ jika sesuatu itu objektif, berarti dapat dipercaya, faktual dan dapat dipastikan. Peneliti memenuhi kriteria konfirmabilitas ini dengan melampirkan transkrip wawancara disertai keterangan wawancara dan profil informan untuk konfirmasi data.

⁹⁹ Moleong, Lexy J. *Op. Cit.*, Hal.324-326.

BAB 4

DISKUSI DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Analisis Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Informan I

Informan I adalah penanggung jawab program di tvOne yang sudah bergabung dengan televisi berita “merah” tersebut sejak 2007 hingga 2015. Ia memimpin divisi produksi pemberitaan harian di tvOne, sehingga dirinya bertanggung jawab atas seluruh tayangan berita yang di produksi oleh eksekutif produser, produser maupun asisten produser.

Berkaitan pilpres 2014 dirinya praktis mengemban tugas untuk mengawal konten berita yang ada di layar tvOne. Ia mengikuti proses rapat redaksi untuk menentukan berita yang layak ditayangkan atau tidak, tentunya bersama-sama dengan para pemangku program di tvOne seperti eksekutif produser hingga asisten produser. Meski begitu Informan yang pernah bekerja di Metro TV ini juga tetap melakukan koordinasi baik dengan pimpinan redaksi maupun wakil pimpinan redaksi untuk mengawal konten berita di tvOne agar sesuai dengan kebijakan redaksi yang telah di sepakati ruang redaksi tvOne.

4.1.2. Analisis Data Informan I

I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja

Informan I menilai pada saat pilpres 2014 merupakan kondisi yang membuat masyarakat Indonesia terpolarisasi. Tidak hanya pada tataran masyarakat namun juga terjadi pada level domestik seperti dalam keluarga. Media pun dalam hal ini pun turut terpolarisasi. Menurutnya ini merupakan kondisi yang baru bagi demokrasi di Indonesia.

“Di Indonesia tidak pernah hampir tidak pernah dalam sejarah dalam pemilihan presidennya seperti ini. Dan kemarin benar-benar terjadi seperti itu masyarakat terbagi dua kubu, capres masyarakat terpolarisasi, semua, PNS terpolarisasi terus kemudian pejabat terpolarisasi, pengusaha terpolarisasi, masyarakat biasa terpolarisasi, media juga terpolarisasi. Jadi, kemari tuh adalah sebuah kondisi yang memang suka ga suka ga bisa kita hindari.”

Ia meyakini masing-masing capres memiliki visi dan misi untuk membawa Indonesia ke arah yang lebih baik. Namun, secara pribadi Informan I menilai capres nomor satu yakni Prabowo Subianto memiliki sikap yang tegas yang dinyatakan secara terang bahwa Ia menolak intimidasi asing terhadap kedaulatan NKRI.

“sosoknya tegas kemudian sejak awal dia ee memproklamirkan dirinya anti eee..intimidasi asing misalnya terus komitmen-komitmennya terhadap keutuhan NKRI atau kedaulatan bangsa Indonesia dari sisi apa pun ya ekonomi kemudian pangan, batas-batas wilayah dan sebagainya saya melihat eee..lebih jelas begitu.”

Menurut Informan I pada saat pilpres 2014 Prabowo Subianto terganjal oleh isu-isu yang beredar liar di masa lalunya. Isu itu yang kemudian menjadi hambatan saat Prabowo bertarung di pilpres 2014. Padahal menurutnya tuduhan-tuduhan tersebut harus dibuktikan kebenarannya.

“Walaupun prabowo juga memiliki catatan-catatan masa lalu yang barangkali juga tetap harus dibuktikan gitu. Betul ga prabowo pernah melakukan pelanggaran HAM misalnya, betul ga pengadilan dia telah selesai dan sebagainya. Bagaimana gosip-gosip tentang perilaku dia yang ee...cenderung kasar misalnya terhadap bawahan misalnya, itu juga ada nilai-nilai negatif yang barangkali harus dibuktikan.”

Berbeda halnya dengan capres nomor urut dua Joko Widodo atau Jokowi menurut Informan I. Jokowi belum memiliki pengalaman dalam kancah politik nasional. Ia menilai kepemimpinan Jokowi baru sebatas kedaerahan yang telah dijalaninya ketika menjadi walikota Solo. Sehingga dia tidak pernah berhadapan dengan hal-hal yang lebih esensial karena bersinggungan dengan berbagai kepentingan terutama dengan kepentingan asing maupun kedaulatan NKRI.

“Disisi lain Jokowi barangkali punya eee..kelemahan eee..misalnya Jokowi belum teruji dalam kancah politik nasional. Jokowi tidak pernah memimpin sebuah wilayah yang besar misalnya atau Jokowi belum pernah berhadapan dengan kepentingan-kepentingan asing misalnya atau Jokowi belum pernah teruji kemampuannya terhadap keutuhan NKRI misalnya.”

Meski demikian, menurut Informan I Joko Widodo memiliki kelebihan yaitu karena sosoknya yang ditampilkan adalah merakyat. Karena, saat itu masyarakat Indonesia membutuhkan sosok pemimpin yang dekat dengan rakyat

sehingga kehadiran Jokowi seakan memenuhi keinginan masyarakat untuk memiliki pemimpin yang tidak berjarak. Hal ini dibuktikan dengan sosok Jokowi yang menjadi *media darling* saat itu. Sehingga, apa pun yang menjadi kegiatan dari Jokowi tidak pernah luput dari kejaran jurnalis. Artinya Jokowi memiliki *news value* seperti *proximity*, *prominence* maupun *human interest* sehingga masyarakat selalu ingin mengetahui hampir seluruh kegiatannya. Praktis, semakin banyak media yang meliput kegiatannya maka sosok Jokowi pun semakin populer di mata masyarakat Indonesia.

“Kalau Jokowi yaaa..kita sama-sama tahu dari awal sejak dari masih jadi walikota Jokowi adalah sosok yang dianggap merakyat. Terus kemudian Jokowi dianggap dekat dengan rakyat karena blusukannya gitu jadi dekat dengan rakyat. Kemudian Jokowi terbantu oleh media saat mobil nasional SMK misalnya. Menjadi media darling kemudian melambungkan popularitasnya.”

Menurut Informan I sebagai penanggung jawab seluruh berita harian di tvOne, dirinya tidak pernah merasa diintervensi dari siapa pun dalam menentukan berita-berita yang ditayangkan saat pilpres 2014. Meskipun saat itu sikap politik dari pemilik tvOne yaitu keluarga Bakrie dimana Aburizal Bakrie berada di Koalisi Merah Putih yang mengusung Prabowo Subianto menjadi capres pada pilpres 2014.

“Engga barangkali ya..aku sih ga pernah merasa diintervensi.”

Dirinya juga mengakui tidak pernah menginstruksikan secara langsung kepada para pemangku program di tvOne dalam memproduksi sebuah berita di tvOne pada saat pilpres 2014. Ia hanya memberikan arahan khusus kepada masing masing produser eksekutif dalam setiap program. Hal ini dikatakannya justru untuk membangun kreativitas para pemangku program agar tidak ada unsur keterpaksaan dan menghindari suatu tekanan terhadap individu jurnalis.

“..karena saya ingin teman-teman produser atau asprod itu tidak merasa tertekan gitu. Tidak merasa psikologi mereka itu biar ngerasa ga ada yang nekan gua ga ada yang memaksa-maksa ga ada yang merintah-merintah dan sebagainya. Semua musti balik lagi ke kreativitas gitu.”

II. Rutinitas Media

Menurut Shoemaker and Reese (1996) istilah rutinitas mengacu pada hal-hal yang terpola, dibiasakan, praktek-praktek yang berulang, dan bentuk-bentuk yang digunakan para pekerja media untuk melakukan pekerjaan mereka. Dalam memproduksi berita di tv One diawali dengan rapat redaksi. Menurut Peter Golding pada tahap ini masuk ke dalam tahap *planning*. Sejumlah besar waktu dihabiskan untuk mengurangi ketidakpastian penugasan wartawan dengan jalan merencanakan sejumlah kejadian dan menentukan mana yang akan menjadi berita.

Dalam rapat redaksi seluruh unsur pengambil keputusan di ruang redaksi turut hadir. Seperti manager pemberitaan, eksekutif produser, produser, asisten produser, koordinator liputan. Bahkan dalam skala besar dibutuhkan pula kehadiran pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi. Tujuannya tentu saja untuk menjustifikasi peristiwa apa saja yang layak diliput oleh tvOne untuk kemudian menjadi berita.

“tvOne tuh sebenarnya simpel semuanya berawal dari rapat kemudian berakhir di rapat. Sesimpel itu sebenarnya. Jadi tvOne itu saya selalu bilang semua yang ingin diproyeksikan harus dibicarakan di rapat, apa yang mau dikerjakan besok itu semuanya sudah harus dibicarakan bersama-sama di forum rapat redaksi yang sudah dihormati bersama-sama. Peristiwa apa yang mau di follow up, narasumber siapa yang mau dikejar, statement apa yang mau di cari kemudian agenda setting apa yang mau di eee arahkan itu semua di bicarakan di rapat redaksi.”

Justifikasi peristiwa maupun informasi yang akan disajikan tentunya harus memiliki nilai berita yang tentunya harus berhubungan dengan khalayak ramai khususnya pada saat pilpres 2014. Karena menurut Howard Tomber (1999: 72) sebagai *gatekeeper* para pemangku program di televisi adalah tentu untuk menentukan isu-isu penting apa yang menarik untuk diangkat oleh media tersebut.

“Nah, penentuan layak tayang dan tidak layak tayang kan banyak sekali umpamanya. Tapi bagi saya yang paling penting adalah news value satu, news value. Penting gak buat publik gitu lho ada faktor penting ga buat publik matter of publicnya ada ga disana. Ada ga proximitynya dengan publik misalnya terkait dengan isu keamanan kah keselamatan jiwa publik terkait isu perutkah misalnya atau kesejahteraan masyarakat atau terkait dengan hal-hal yang lain itu harus tuh..clear.”

Informan I juga menjelaskan bahwa seluruh berita yang ada merupakan sebuah produk buatan yang realitasnya telah di bangun sebelum disajikan kepada masyarakat. Sehingga, apa yang di saksikan oleh pemirsa melalui layar kaca merupakan produk buatan jurnalis itu sendiri. Berita bukan lagi peristiwa yang terjadi dalam kejadian yang sesungguhnya kaena harus melewati tahap-tahap tertentu untuk menjadikan berita itu sendiri menarik untuk disaksikan.

“Berita adalah kontruksi realitas gitu jadi ada proses editing disana ada prosesnya yang dibuat, ada proses yang kemudian di naikan, ada proses eee menambahkan barangkali unsur musik background dan sebagainya untuk menambah dramatisasi dan sebagainya jadi saya melihat produk berita tidak lagi sebuah realita unseen tapi menjadi sebuah konstruksi realitas.”

Pada tahap rapat redaksi pula *agenda setting* dalam sebuah pemberitaan di media dibentuk. Teori agenda setting berbicara mengenai *“the idea that media don’t tell people what to think, but what to think about”*. Dalam pilpres 2014 terlihat jelas bahwa *agenda setting* pemberitaan tvOne adalah mengunggulkan capres Prabowo Subianto. Maka hal-hal yang diperlukan untuk menunjang *agenda setting* tersebut di bicarakan dalam rapat redaksi.

“Kemudian diluar itu kita tentukan agenda setting apa saja yang mau kita kejar. Mau kemana headline kita, narasumber siapa yang harus kita kejar untuk mendukung headline kita untuk berjalan dengan baik dan sebagainya.”

Penentuan layak tayang atau tidaknya suatu berita di tvOne pada saat pilpres 2014 juga ditentukan dalam rapat yang sifatnya budgeting. Penentuan pada besaran porsi atau ruang pemberitaan terhadap masing-masing capres ditentukan dalam tahap ini. Posisi tvOne pada saat pilpres 2014 sudah nyata mendukung capres nomor satu Prabowo Subianto. Maka penyusunan berita yang berkaitan dengan calon nomor satu praktis yang menjadi utama dalam urutan penayangan berita, yang tentu saja juga tetap menggunakan berbagai pertimbangan.

“Tapi di rapat redaksi yang sifatnya budgeting untuk menyusun sebuah rundown itu biasanya lebih kompleks yang dibahas biasanya kita harus cek apa saja perolehan kita seberapa sesuai yang sudah kita proyeksi, satu itu yang kita bahas. Yang kedua kemudian kita eee..menentukan eee..kelayakan berita mana yang layak di segmen satu mana yang layak

naik, segmen dua mana yang naik, segmen tiga, itu kita tentukan dengan berbagai judgment.”

III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media

Dalam istilah Hirsch, perbedaan produksi pada masing-masing media menekankan perbedaan peran organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan pasar. Hal ini pula menekankan perbedaan dari kepemilikan media, tujuan dan kebijakan. Menjadi jelas bahwa sesungguhnya jurnalis dikontrol. Tidak hanya oleh peristiwa, karena jurnalis bekerja berdasarkan peristiwa yang terjadi. Namun jurnalis juga dikontrol oleh pemilik media itu sendiri. Seperti yang dikatakan oleh kritikus pers A.J. Liebling (Baker 2007) yang menyatakan bahwa kebebasan pers merupakan milik dari empunya media itu sendiri.

Seperti halnya pada tvOne dalam pilpres 2014, Informan I menyebutkan bahwa pemberitaan di tvOne saat pilpres 2014 tidak terlepas dari sikap politik pemilik tvOne saat itu. tvOne yang dimiliki oleh keluarga Aburizal Bakrie yang juga merupakan ketua umum partai Golkar saat itu menyatakan dukungannya terhadap Prabowo Subianto dan tergabung ke dalam Koalisi Merah Putih. Maka, pemberitaan yang ditayangkan oleh tvOne pun saat itu tentu saja berada di posisi Koalisi Merah Putih yang mewakili pemilik dari tvOne.

“Tapi kalau untuk keputusan ada di sisi Prabowo untuk tvOne dan Metro tv disisi Jokowi misalnya. Itu kan pasti bagian dari keputusan politik pemilik toh. Berarti ada intervensi pemilik mau gak mau kita harus mengakui itu.”

Namun, berdasarkan pengakuan dari Informan I intervensi pemilik media terhadap pemberitaan tvOne pada saat pilpres 2014 yang berpihak pada capres Prabowo Subianto tidak disampaikan secara langsung dan jelas kepada para jurnalisnya. Keberpihakan tersebut diambil berdasarkan kesepakatan ruang redaksi tvOne yang membaca iklim politik yang terjadi saat itu. Karena peliputan peristiwa politik merupakan berita yang terencana dimana agenda pertemuan antara elite partai politik sudah memiliki jadwal sebelumnya, maka jurnalis tvOne dapat mengetahui sikap politik dari pemiliknya.

“Engga harus ada omongan eksplisit, kan temen-temen produser, korlip, reporter itu kan orang-orang yang cerdas toh. Tanpa harus ada arahan dari pemilik ya jurnalis tvOne ikut aja. Tahu diri aja.... Dengan Prabowo

ketemu dengan ARB misalnya kemudian deklarasi ARB mendukung Prabowo sebagai calon presiden kemudian kan secara otomatis baru ngeliat SOT nya aja ini..ooh iya kesana iya kan.”

Dalam pemberitaan yang dilakukan tvOne saat pilpres 2014 tentu yang menjadi prioritas adalah berita-berita yang terkait dengan Prabowo Subianto sebagai capres nomor satu. Hal ini dilakukan setelah adanya sikap politik yang ditunjukkan oleh pemilik media yang memutuskan bergabung dalam Koalisi Merah Putih. Atas dasar itu maka jurnalis tvOne pada akhirnya memiliki kesepakatan yang diambil dari ruang redaksi untuk memberikan ruang lebih besar terhadap pemberitaan-pemberitaan terhadap Prabowo Subianto maupun Koalisi Merah Putih. Oleh karena itu tvOne pun menayangkan sosok Prabowo yang tegas, apalagi saat itu Prabowo justru diidentikan dengan sosok Soekarno yang “mewah” namun merakyat. Dengan menyandingkan video Prabowo dan Soekarno yang sedang menaiki mobil mewah.

Menurut Informan I ini dinilai efektif karena presiden pun harus memiliki kelas tersendiri. Presiden tidak harus ditunjukkan merakyat dengan menggunakan bajaj. Selain itu, tvOne juga menayangkan kembali berbagai pernyataan dari figur-figur yang berpengaruh seperti almarhum Gusdur yang menyatakan sosok Prabowo Subianto adalah sosok yang tulus kepada rakyat. Dye dan Zeigler (1986: 7-22) mengidentifikasi fungsi politis media massa, diantaranya adalah interpretasi. Dalam fungsi interpretasi berkenaan dengan peran media massa sebagai penafsir atas realitas dalam wujud informasi kepada publik. Media massa tidak hanya mengamati peristiwa namun juga melaporkannya. Media massa juga biasanya menempatkan suatu peristiwa dalam konteks tertentu, memilih sumber-sumber tertentu, dan mengemukakan analisis serta interpretasi tertentu. Ini kemudian yang dilakukan oleh tvOne yang memiliki *framing* sendiri saat pilpres 2014. Yakni, dengan menonjolkan sosok Prabowo Subianto yang dikatakan tegas dan menampilkan citra yang mirip dengan bapak bangsa Soekarno.

“Pasti berita-berita yang ingin menunjukan Prabowo adalah sosok yang baik ya kan dari sisi yang tegas, komitmennya terhadap keutuhan NKRI jelas. Komitmennya terhadap kedaulatan rakyat jelas terus komitmennya terhadap intervensi asing ya jelas. Sosoknya itu yang kita munculkan apa ya....jadi yang kita sajikan itu adalah gaya pidatonya dia yang memang berapi-api misalnya. Style dia yang mirip Soekarno misalnya dan

sebagainya. Jadi presiden tuh engga, presiden tuh ga harus selalu miskin lho, ga harus naik bajaj presiden boleh juga naik fortuner atau naik lexus. Soekarno dulu juga naik kaya gitu, bapaknya Megawati dulu itu juga ga pernah naik bajaj gitu, naiknya juga mobil-mobil mewah gitu. Jadi presiden yang memang harus seperti itu ya. Itu bagian dari upaya bahwa ada sosok positif disini tanpa harus menyerang yang sana gitu.”

Meski tvOne melalui pemberitaannya memberikan porsi lebih terhadap Prabowo Subianto, namun redaksi juga memberikan ruang terhadap pemberitaan yang berkaitan dengan aktivitas capres nomor dua yaitu Joko Widodo. Meski diakui oleh Informan I bahwa pemberitaan di tvOne pada saat Pilpres 2014 tidak berimbang yakni ruang kepada capres nomor satu diberikan lebih banyak dibandingkan capres nomor dua namun, ruang tersebut tetap diberikan walaupun dengan porsi yang terbatas.

“Tapi kita tetep harus menjaga porsi buat lawannya Jokowi kita beritakan, Jokowi dalam porsi kalau dia kampanye kita beritakan dia kampanye kemana, ngomong apa ya sudah selesai tapi kemudian tidak kita panjang-panjangkan ya.”

Meski keberpihakan tvOne pada capres Prabowo Subianto terlihat jelas, namun redaksi tvOne tetap mengontrol isi beritanya. Hal ini dikatakan oleh Informan I sebagai penanggung jawab seluruh program berita harian di tvOne dengan melarang pemangku program seperti eksekutif produser, produser hingga asisten produser untuk tidak melakukan kampanye hitam terhadap capres nomor dua yaitu Joko Widodo. Namun Informan I tidak menutup kemungkinan jika adanya kampanye negatif atas capres nomor dua di pemberitaan tvOne. Namun menurutnya pemberitaan tersebut bukanlah mengada-ada namun sesuai dengan fakta yang ada. Hal ini pun tidak hanya terjadi di tvOne menurut Informan I namun juga terjadi di televisi berita lainnya seperti Metro TV pun juga melakukan pemberitaan negatif terhadap Prabowo Subianto.

“Jarang sekali pemberitaan-pemberitaan yang menjelekan Jokowi atau black campaign terhadap Jokowi. Tapi kalau negative campaign iya. Negative campaign itu dalam arti gini, kita beberkan beberapa persoalan-persoalan yang masih menjadi PR Jokowi ketika masih menjabat jadi walikota (solo). Yah itu fakta, orang harus tahu dong gitu calon presiden sebelah sana juga punya persoalan lho. Tapi kita menjelaskannya juga tetep harus cover both side.”

Informan I juga menjelaskan bahwa keputusan politik pemilik media yang bergabung dengan Koalisi Merah Putih juga pada akhirnya membuat pemberitaan tvOne yang dimiliki oleh keluarga Bakrie akan membuat berita yang positif jika berkaitan dengan Prabowo Subianto maupun Koalisi Merah Putih. tvOne tidak akan membiarkan isu yang dinilai dapat merugikan Prabowo ataupun Koalisi Merah Putih menjadi liar. Karena itu, tvOne akan membuat isu tandingan terhadap isu-isu lainnya yang memojokkan capres nomor satu.

“Ditayangkan iya selama itu ada yang ngebelain yang lebih kuat, iya dong. Harus ada yang belain gitu. Tayangkan, karena kalau tidak ditayangkan kalian membiarkan isunya liar tanpa counter ya kan. Sementara kita semua sama-sama tahu semua media saat itu kan ada di kubu Jokowi, suka ga suka kita harus hadapin itu kan.”

Berdasarkan pengakuan dari Informan I juga dikatakan bahwa kebijakan redaksi tidak memengaruhi hak politik dari jurnalis tvOne. Namun menurutnya jurnalis tvOne harus tetap profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai bagian dari tvOne. Kebijakan redaksi menjadi mutlak untuk dipatuhi setiap elemen pemangku program khususnya di tvOne. Namun terlepas dari itu, para jurnalis tvOne diberikan kebebasan dalam menggunakan hak politiknya meski bertentangan dengan kebijakan redaksi tvOne.

“Hak politik temen-temen saya hormati dan tidak saya persoalkan. Tapi ketika temen-temen tidak boleh kemudian mencuri-curi, tidak boleh kemudian menyusupkan kalimat-kalimat yang kemudian tidak sesuai dengan apa yang sudah kita sepakati dan sebagainya.”

IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media

Pada level ini pengaruh berasal dari luar organisasi media. Pengaruh-pengaruh tersebut bisa berasal dari sumber informasi yang menjadi isi berita, sumber pendapatan seperti audiens maupun pengiklan serta institusi sosial lainnya seperti institusi bisnis maupun pemerintah serta lingkungan ekonomi dan juga teknologi.

Sumber informasi dalam peliputan berita di tvOne pada saat pilpres 2014 tentu adalah narasumber. Gans (1979, 80) mendefinisikan sumber sebagai aktor yang diwawancara atau di jadikan objek oleh jurnalis, termasuk mereka yang diwawancara pada saat *on air* atau di kutip pernyataannya sebagai isi berita, dan

yang disebut sebagai sumber adalah mereka yang dapat memberikan informasi sebagai latar belakang atau masukan sebuah cerita.

Pemilihan narasumber di tvOne ditentukan pada saat rapat redaksi dilakukan. Informan I mengatakan dalam penentuan narasumber bisa dilakukan oleh siapa pun yang berada dalam rapat redaksi tersebut. Mulai dari asisten produser hingga wapimred maupun pimred.

“Di forum rapat redaksi kemudian narasumber-narasumber itu ditentukan, siapapun boleh bicara disitu. Produser boleh sampaikan usulannya disitu. Korlip boleh bicara menyampaikan usulnya, manager boleh bicara, prodeks berbicara, siapa saja boleh bicara, nanti kita mufakatkan disitu, siapa yang kira-kira paling baik mewakili untuk berbicara mewakili agenda setting kita misalkan begitu.”

Namun, menurut Informan I yang menjadi perhatian adalah dalam pilpres 2014 penentuan narasumber dilakukan dengan cermat. Pasalnya, narasumber saat itu dianggap menjadi penting karena dapat mendukung *agenda setting* yang disepakati dalam rapat redaksi. Maka dari itu pemilihannya harus dilakukan secara rinci.

“Tapi agenda setting itu yang harus kita berhati-hati itu yang harus dibahas. Semua dibahas, proyeksi yang kita bahas secara detail narasumber siapa, apa pertanyaannya, TOR nya seperti apa untuk para reporter yang akan jalan semuanya kita sampaikan disana itu yang kemudian dibahas.”

Faktor luar media yang dapat memengaruhi isi berita juga termasuk rating. Menurut Informan I, pada saat peristiwa-peristiwa pemilu 2014 mulai dari pemilihan legislatif, pemilihan presiden dan peristiwa sengketa pilpres 2014 di Mahkamah Konstitusi rating tvOne berada di urutan teratas. Meski saat itu keberpihakan tvOne terlihat jelas kepada salah satu capres yaitu Prabowo Subianto, dan banyak mendapat kritikan dari masyarakat menurut Informan I namun berdasarkan penghitungan Ac Nielsen tetap mengungguli televisi lainnya.

“Rating kita bagus pas pilres kemarin. tvOne nomor satu kan. Ketika pileg, pilpres ketika kita bicara hari H ya sama ketika sidang di MK selama tiga hari itu tvOne nomor satu dari seluruh stasiun televisi, walaupun dicerca dan tvOne sendirian tapi kita ratingnya nomor satu.”

Informan I mengakui pemberitaan-pemberitaan capres di tvOne pada saat itu tidak hanya dipengaruhi oleh sikap politik pemilik media. Namun, saat itu penyajian berita juga harus melalui pertimbangan bisnis. Rating yang masih menjadi acuan satu-satunya dinilai dapat mendatangkan iklan yang berbanding lurus dengan pemasukan untuk tvOne. Menurutnya, pertimbangan menayangkan berita harus memenuhi unsur *news value* namun pengemasannya pun harus dilakukan semenarik mungkin agar dapat menarik minat masyarakat untuk menyaksikan tayangan tersebut.

“Karena sekali lagi saya katakan tadi karena media adalah entitas bisnis selain dia adalah entitas media yang menyampaikan fungsi-fungsi yang sifatnya idealis, dia juga menjalankan fungsi-fungsi yang sifatnya bisnis. Nah, bisnis ini yang juga harus diperhatikan gitu, ada pertimbangan rating disana, suka ga suka ada pertimbangan iklan disana.”

V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media

Dalam bukunya, Shoemaker and Reese melihat pengaruh ideologi dan kekuasaan dari paradigma Marxist terhadap media sebagai perpanjangan dari dominasi kelas penguasa. Dasar dari teori Marx, membahas tentang ideologi yang berhubungan dengan konsep dari *“false consciousness”*. Ideologi dianggap sebagai kekuatan dari kontrol sosial, dimana anggota dari kelas sosial yang lebih dominan (mayoritas) menentukan cara pandang mereka dan mempengaruhi kelompok yang minoritas.

Menurut Informan I media merupakan tempat bercampurnya berbagai kepentingan. Termasuk kepentingan pemilik, kepentingan politik maupun kepentingan ekonomi yang didalamnya juga termasuk kepentingan publik. Pengaruh ideologi pada akhirnya tertuang ke dalam pemberitaan-pemberitaan yang disajikan tvOne pada pilpres 2014. Sehingga mau tidak mau masyarakat dipengaruhi oleh cara pandang elite-elit tertentu yang memiliki kekuatan dalam menggunakan media sebagai perpanjangan dari dominasi mereka.

“Jauh dari sebelum kita lahir pun orang sudah macam chomsky sudah ngomong bahwa ada kepentingan politik disitu ada kepentingan ekonomi disitu ada kepentingan pemilik disitu barangkali berkelindan dengan kepentingan politik, ada kepentingan publik juga disitu yang kemudian tarik menarik diruang redaksi begitu.”

Maka tidak heran jika Informan I juga melihat bahwa nilai-nilai ideal bahwa media harus netral dan *cover both side* menjadi tidak terpenuhi pada pilpres 2014. Karena seluruh kepentingan sangat kental saling tarik menarik saat pilpres 2014. Maka bisa dikatakan media saat itu tidak lagi memenuhi unsur objektif.

“Kalau kita ngomongin bagaimana seharusnya sebuah media berdasarkan teks-teks yang kita pelajari di kelas, di kampus ya jauh dari itu. Media harus cover both side, media harus memberikan ruang publik yang seimbang, media harus memberikan informasi yang seimbang itu sudah pasti tak terpenuhilah. Media itu harusnya netral gitu, ini ga terpenuhilah gitu.”

4.2.1. Deskripsi Informan II

Informan II merupakan seorang produser pemilu sekaligus presenter di tvOne. Wanita 31 tahun ini bergabung dengan tvOne sejak 2007. Sebelumnya Ia mengawali karier jurnalistiknya di TVRI kemudian bergabung ke Metro TV hingga akhirnya mantan mahasiswi sastra inggris Universitas Negeri Medan ini berlabuh di tvOne. Sebelum menjadi produser dengan kekhususan bidang politik, Informan II telah memulai karier jurnalistiknya dari bawah dengan menjadi reporter.

Ia pernah menangani program pemilu pada 2009. Di pemilu 2014 ini Informan II juga kembali dipercaya untuk memegang program kabar pemilu. Program yang secara khusus menyajikan berita-berita terkait pemilu, baik legislatif maupun presiden. Ia juga menjalin kerja sama khusus dengan Komisi Pemilihan Umum pada saat pemilu 2009 dan juga 2014. Kerja sama tersebut sebagai bentuk kemitraan kedua institusi untuk mendukung demokrasi di Indonesia.

4.2.2. Analisis Data Informan II

I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja

Individual level tentu menyangkut dengan profesionalitas jurnalis. Termasuk di dalamnya orientasi serta pemahaman terhadap nilai-nilai tertentu. Dalam pilpres 2014, jurnalis pun dapat memiliki pandangan tersendiri terhadap sosok masing-masing calon presiden. Informan II menilai capres nomor satu

Prabowo Subianto memiliki sifat yang konsisten dan juga stabil. Keputusannya terhadap satu hal tidak dapat digoyah. Namun, sifat tersebut dikatakannya dapat menjadi kelebihan sekaligus kekurangan Prabowo, tergantung dari situasi apa yang dihadapi.

“Lebih konsisten, lebih stabil. Bisa membuat keputusan, itu bisa jadi kelebihan bisa jadi kekurangan. Banyak yang mengatakan Pak Prabowo kalau sudah memutuskan A ya A tidak ada nego B,C dan sekian ya begitu, dan mungkin di beberapa kesempatan itu bisa menjadi salah satu kelebihannya tapi di satu sisi bisa kemudian menjadi kelemahannya. Tergantung situasinya, kasusnya apa.”

Informan II menilai sifat Prabowo yang konsisten dan stabil turut dipengaruhi dari latar belakangnya sebagai mantan militer. Sehingga, Ia dinilai dapat membuat keputusan secara cepat dan tegas.

“Prabowo mungkin lebih otoriter karena back ground militernya, lebih ceplas ceplos, tapi membuat keputusan bisa lebih cepat, tegas, dan risiko apapun akan diambil. Ya karena back ground militer, kita ga akan bisa ngubah itu.”

Masa lalu Prabowo Subianto dianggap oleh Informan II masih menjadi salah satu kelemahan capres nomor satu ini. Ia melihat permasalahan-permasalahan Prabowo dengan HAM saat Ia masih menjabat di TNI tidak dapat dilupakan oleh masyarakat. Terutama mereka yang menjadi saksi atas peristiwa-peristiwa seperti di Aceh, Papua maupun Maluku.

“Itu menjadi kekurangan, masyarakat kita sangat apa ya.. Memiliki catatan masa lalu yang kurang nyaman dengan TNI, kita tahu DOM seperti apa, Poso seperti apa, di Papua seperti apa, di Maluku seperti apa gerakan separatis dan catatan itu yang kemudian tidak akan hilang begitu saja di benak orang-orang yang mungkin dulu itu dirasakan kakek nenek mereka.”

Hal itulah yang kemudian menjadi senjata bagi lawan politiknya untuk menyerang Prabowo Subianto saat maju sebagai capres 2014. Namun menurut Informan II hal tersebut sampai kapanpun tak dapat terungkap kebenarannya sampai kapan pun.

“Nah itu kemudian salah satu menjadi kelemahan Prabowo dan itu yang juga menjadi senjata dari timnya Jokowi kemarin untuk nyerang Prabowo kan masalah HAM dan lain-lain gitu, tergantung dari Prabowonya. Saat

itu Prabowoanya memberikan klarifikasi, memberikan ini dan sebagian menerima sebagian tidak. Tapi itu sampai kapanpun tidak akan pernah terungkap, sampai kapanpun gitu.”

Pandangan berbeda disampaikan oleh Informan II yang menilai sosok capres nomor dua Joko Widodo. Menurutny, citra Jokowi yang merakyat merupakan hasil pembentukan karakter yang sengaja dibuat, jauh sebelum pemilihan presiden berlangsung.

“Merakyat, tapi itu juga ada embel-embel orang di belakangnya untuk pencitraan dan lain-lain. Jokowi disiapkan bukan hanya hitungan bulan tapi disiapkan hitungan tahun untuk kemudian maju dan jadi calon presiden, prosesnya cukup lama.”

Informan II mengatakan bahwa pilihan Jokowi untuk maju menjadi presiden di 2014 merupakan pilihan politis. Ia menilai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan memilih Jokowi untuk menjadi capres yang diusungnya pada pilpres 2014 merupakan salah satu cara agar partai tersebut memenangkan pertarungan pemilihan presiden 2014. Ia menegaskan bahwa pencalonan Jokowi untuk maju sebagai capres saat itu bukanlah untuk menyuarakan suara rakyat. PDI Perjuangan sadar betul apabila memajukan ketua umumnya Megawati maka PDI Perjuangan tak dapat memenangkan pemilihan presiden 2014.

“..berbicara tentang bagaimana kemudian Pak Jokowi mendapatkan titah dari Bu Megawati tapi ada maksud tertentu karena targetnya menang. Saat itu targetnya menang bukan karena targetnya ingin menyuarakan pilihan rakyat tapi targetnya hanya menang, kalau Mega yang dicalonkan lagi otomatis perolehan suara mereka akan turun.”

Dalam membuat keputusan, Informan II juga menilai Joko Widodo belum matang. Kepemimpinannya di tingkat nasional belum terbukti sehingga Jokowi dinilai belum teruji kemampuannya. Keputusan-keputusan Jokowi seringkali tidak bulat dan banyak di ganggu oleh orang-orang disekitarnya bahkan partainya sendiri. Maka tak heran setelah terpilih menjadi Presiden RI ketujuh banyak keputusannya yang dinilai membingungkan.

“Kemudian jadi presiden beberapa keputusannya dia sebenarnya tepat tapi kemudian diganggu kanan, kiri, depan, belakang. Bukan hanya partainya tapi juga ada orang-orang lain pembisiknya ya jadinya seperti kaya sekarang jatuhnya, belum teruji ya.”

Dalam memproduksi berita di tvOne saat pilpres 2014, Informan II mengaku kerap kali terjadi konflik dalam diri sendiri. Johnstone, Slowski, dan Bowman (1972) menemukan bahwa sejumlah jurnalis yang “netral” melihat pekerjaan mereka sebagai kanal transmisi semata dimana mereka harus menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, menghindari cerita yang belum terkonfirmasi, berkonsentrasi pada khalayak yang lebih luas, dan menghibur khalayak. Sedangkan jurnalis yang partisipan melihat bahwa jurnalis perlu untuk menyaring informasi dan menemukan serta mengembangkan cerita.

Informan II menyadari bahwa jurnalis harus tetap dalam posisi netral saat pilpres 2014. Namun, nilai-nilai tersebut dapat luntur ketika ada kepentingan pemilik media disitu. Maka terlihat bahwa sesungguhnya jurnalis harus mengesampingkan nilai-nilai etika ketika berita bercampur dengan kepentingan pemilik.

“Sering..yaa kita tumbuh besar belajar tentang how to be journalist tapi in the end karena pemilik modal yang akhirnya sampai kita melupakan nilai itu dan itu tidak hanya di level teman-teman pekerja bahkan yang di top level juga merasakan hal yang sama.”

Meski begitu, Informan II juga sadar untuk tetap mengedepankan fakta dalam membuat beritanya dengan cara menerapkan mekanisme *self regulation*. Menurut Aznar (1999a: 19) tujuan dari *self regulation* adalah untuk melaksanakan atau membantu pelaksanaan kode etik dari aktivitas tertentu. Dalam pendekatan ini terdapat beberapa ambiguitas untuk memastikan objektivitas media tertentu ketika bertemu dengan kepentingan publik yang dipandang sebagai tanggung jawab terhadap publik dengan objektivitas untuk melindungi berita itu sendiri dan juga dengan kepentingan perusahaan itu sendiri.

Ia berusaha untuk mengakomodir nilai-nilai etika jurnalistik namun disisi lain Ia juga mempertimbangkan kepentingan perusahaan media tempat Ia bekerja. Hal itu dilakukan dengan cara mengurangi pemberitaan yang menurutnya tidak sesuai dengan nalurinya sebagai jurnalis. Ia juga kerap kali melakukan diskusi dan berargumentasi kepada atasannya secara struktur di divisi *news production* tvOne sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat untuk mendapatkan

informasi seutuhnya. Namun terkadang, menurutnya hal tersebut juga terbentur dengan perintah atasan karena struktur organisasi secara hierarkis.

“Tapi kadang-kadang kita bandel juga sih hahaha...bandelnya yaa...disuruh 100 persen bikin anglenya ini kita belokin jadi 70 persen. Ga bisa apa ya..aku mulai semuanya dari nol dari reporter bener-bener reporter dari nol, belajar politik dari nol. Ketika menurut ku tidak seperti itu adanya masa harus diada-adain tapi ada terbentur perintah atasan.”

Informan II pun menyayangkan kondisi saat pilpres 2014. Karena secara ideal jurnalis tak memiliki ruang gerak yang cukup ketika adanya kepentingan pemilik.

“Itu yang kita sayangkan..hahaha..karena kita di level prajurit di level pekerja, engga akan berimbas apa-apa ke kita hanya kepentingan elitnya saja.”

II. Rutinitas Media

Menurut Shoemaker dan Reese dalam bukunya *Mediating The Message*, rutinitas media membentuk serangkaian aturan yang bersatupadu dan menjadi bagian-bagian yang integral dari apa yang dimaksudkan untuk menjadi seorang profesional media. Produser yang berperan sebagai *gatekeeper*, menentukan isu-isu penting apa yang menarik untuk diangkat oleh media tersebut. Seringkali dalam menentukan berita keputusan dibuat oleh *gatekeeper* yang posisinya lebih tinggi atau bahkan berita juga dapat ditentukan oleh kompetitor media lainnya.¹⁰⁰

Menurut Informan II untuk menentukan berita yang akan ditayangkan oleh tvOne harus melewati rapat proyeksi. Rapat itu diadakan sehari sebelum berita tersebut ditayangkan. Fungsinya adalah untuk memetakan peristiwa-peristiwa yang menjadi perhatian khusus bagi redaksi tvOne, untuk kemudian diangkat dan disajikan kepada khalayak. Rapat tersebut dihadiri oleh sejumlah pemangku program berita harian tvOne seperti produser eksekutif, produser dan asisten produser. Koordinator liputan pun hadir untuk memberi masukan terkait pemetaan pemberitaan. Selain itu, dari jajaran pimpinan baik manager, hingga wapimred pun hadir sebagai bagian dari *gatekeeper* untuk memilah berita atau angle yang layak di jadikan berita oleh tvOne.

¹⁰⁰ Tomber, Howard. 1999. *News A Reader*. USA: Oxford University Press. Hal: 72.

“Sehari sebelum, jadi kalau programnya tayang jam 2 sampai jam 3 hari ini biasanya kalau selesai program ada rapat proyeksi. Biasanya rapat proyeksi itu melibatkan level GM atau bahkan wapimred. Eehhm..yang paling sering manager atau GM, wapimred hanya sesekali eee..hanya memantau jalannya rapat.”

Dalam rapat proyeksi tersebut, seluruh unsur yang hadir memberi masukan terkait pemetaan berita yang akan diangkat termasuk dari angle mana suatu peristiwa akan diberitakan. Usulan-usulan tersebut nantinya akan dirinci untuk kepentingan liputan. Menurut Peter Golding dalam produksi pemberitaan, rapat proyeksi termasuk ke dalam siklus *planning* dimana di dalamnya terdapat apa yang disebut oleh Golding sebagai rapat *diary*. Ini merupakan produksi pemberitaan yang disusun lebih awal, hanya saja mekanisme ini didasarkan pada pengetahuan sederhana akan kemungkinan terjadinya suatu peristiwa.

“Setelah itu masuk ke proses usulan, apapun usulan dari eee..jadi usulan itu timbul dari tidak hanya dari produser saja jadi kadang-kadang dari gathering dari korlip atau korda memberikan usulan atau siapalah prodeksnya atau manager atau GM kita buat nanti perincian apa saja yang harus dibuat nanti untuk peliputan besoknya akan dikemas.”

Dalam menentukan berita yang layak tayang dalam pilpres 2014, di tvOne menekankan informasi yang terkini. Bill Kovach dan Tom Rosenstiels dalam bukunya 9 Elemen Jurnalisme menyebutkan salah satu nilai berita yang menjadi pertimbangan jurnalis untuk diangkat adalah nilai *timeliness*. Suatu berita dituntut kebaruannya atau aktualitas. Maka tak heran jika saat pilpres 2014 karena mengejar informasi terkini tvOne tak jarang menampilkan program *breaking news* untuk memberitakan peristiwa-peristiwa yang aktual.

“Kekinian. Kekinian itu lo ada proyeksi misalkan sebelumnya udah dapet nih beritanya tapi terus jam 2 jam 3 ada peristiwa lain yang terbaru pasti main yang kekinian gitu walaupun itu misalkan 15 menit sebelum on air, gedebak gedebuk sering kaya begitu. Makanya kita sering banget dulu breaking news.”

Selain itu, menurut Informan II dalam rapat proyeksi tak hanya membahas tentang peristiwa yang ingin diangkat oleh redaksi tvOne, namun mereka juga membahas tentang *agenda setting* terkait berita yang ingin diangkat oleh redaksi tvOne. Dalam rapat tersebut memang membutuhkan waktu yang lama untuk

membahas suatu isu tertentu. Menurut Dearing dan Rogers (1996) mendefinisikan agenda setting merupakan persaingan terus-menerus di antara berbagai isu penting untuk mendapatkan perhatian dari para pekerja media, publik dan penguasa. Lazarsfeld menyatakan *agenda setting* sebagai kekuasaan untuk mengatur berbagai isu.¹⁰¹ Di rapat inilah menjadi proses penentuan perhatian redaksi tvOne terhadap berbagai isu penting yang ada saat pilpres 2014.

“Jadi kaya aku besok petang mau main apa ya..udah dipikirin nih dari hari ini. Besok kita mau headlinenya ini ya. Ini yang direncanakan nih ya, jadi ada yang memang peristiwa ada yang by design. Yang direncanakan besok aku main ini..ini..ini..nanti dirapat dibuka tuh besok mau main apa? Main 1 2 3 4, ga menarik misalkan begitu mending lo main ini deh ada usulan siapa dan itu usulan itu biasanya memang apa perbincangan itu memang agak lama disitu sampai nantinya ketemu titik yaudah besok kita mainin ini deh sambil kita nunggu perkembangan malam ini misalkan atau kita nunggu siapa lagi yang ngomong besok.”

Berita menurut Informan II adalah informasi yang disampaikan kepada khalayak dengan kemasan yang sudah dirancang sedemikian rupa untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat.

“Berita itu adalah informasi yang kita dapatkan. Kemudian dikemas sedemikian rupa, tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Memberikan informasinya itu bentuknya bisa macam-macam”

Berdasarkan definisi berita yang disampaikan oleh Informan II maka berita-berita yang disajikan oleh tvOne pada pilpres 2014 praktis yang menjadi prioritas adalah berita yang menyangkut dengan penyelenggaraan pemilu. Boorstin menganggap bahwa setiap orang membutuhkan masukan berupa informasi. Masyarakat berharap bahwa media seperti radio, televisi, surat kabar di isi oleh berita dan meskipun berita tersebut tidak tersedia maka reporter berita ataupun perusahaan media tersebut akan tetap membuat berita mengenai apa saja dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Inilah yang di sebut oleh Boorstin sebagai *pseudo events*.¹⁰²

¹⁰¹ McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication. Hal: 512.

¹⁰² *Ibid.*

Informan II mencontohkan bahwa berita itu dibuat bukan hanya berdasarkan peristiwa yang akan atau sedang terjadi namun berita juga merupakan rangkaian informasi yang dibuat sendiri oleh jurnalis. Namun tentu dengan rangkaian peristiwa serta fakta yang ada. Ia mencontohkan ketika capres nomor satu dan dua sudah mengumumkan mereka akan maju sebagai calon presiden 2014-2019 maka menjadi kewajiban dari jurnalis untuk menggali lebih dalam siapa nantinya yang akan menjadi wakil presidennya. Itu dibuat oleh jurnalis setelah adanya peristiwa deklarasi dari masing-masing calon presiden. Agar informasi tersebut dapat bergulir maka jurnalis akan terus membuat berita dengan merangkai serta menganalisis peristiwa yang terjadi agar dapat membuat berita yang berkesinambungan.

“Yaa..kedua capres itu. Ketika jokowi sudah declare dia jadi calon presiden beralih ke siapa calon wakil presidennya. Prabowo juga ketika sudah declare jadi calon presiden siapa calon wakil presidennya. Eee..semua hanya berpusat pada mereka berdua.”

Tak hanya sekedar pemberitaan kedua capres, namun menurut Informan II jurnalis tvOne juga bekerja sama dengan penyelenggara pemilu untuk mensosialisasikan pemilu kepada masyarakat. Berdasarkan yang dikatakan oleh Informan II bahwa berita merupakan informasi yang bertujuan untuk mencerahkan masyarakat. Menurut McQuail, “Berita” bukan sekedar fakta, melainkan bentuk khusus pengetahuan yang tidak lepas dari penggabungan informasi, mitos, fabel, dan moralitas. Oleh karena itu, menurut pengalaman Informan II berita pemilu tak hanya terkait dengan kedua capres namun juga merupakan rangkaian peristiwa yang telah terjadi sebelumnya dan dikemas sebagai berita untuk masyarakat banyak.

“Jadi peran tvOne pada saat itu, kebetulan aku yang ngurusin juga kerjasama KPU dan lain-lain. Peran tvOne itu tak hanya mengabarkan peran capres dan cawapres ini. Tapi komitmen tvOne saat itu adalah kita menjadi media yang kemudian membantu masyarakat mensosialisasikan pemilu. Kedengarannya klise banget tapi tuh pesan langsung dari redaksi besar kita gitu... Misalkan nih, sosialisasi cara mencoblos yang benar kita buat grafis ini, selama seminggu kita ulang ulang ulang terus bagaimana cara mengecek apakah anda sudah masuk di daftar pemilih apa belum gitu, terus pro dan kontra misalkan ga boleh bawa handphone. Hal-hal sepele tapi itu menurut kita bisa memberikan informasi kepada masyarakat.”

III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media

Keberpihakan tvOne pada pilpres 2014 diakui Informan II tak terlepas dari pilihan politik pemilik media, yakni keluarga Aburizal Bakrie. Pemberitaan terhadap capres nomor satu Prabowo Subianto juga merupakan pilihan yang harus diambil oleh jurnalis tvOne karena diakui oleh Informan II adanya arahan dari wakil pimpinan redaksi tvOne dengan cara melakukan pemetaan sesuai dengan peristiwa politik yang terjadi.

“Aku hanya bisa menjawab arahan langsung itu misalnya dari wapimred datang untuk memberikan briefing ini hari ini kita seperti ini ya..petanya seperti ini ya tolong teman-teman jagain yang ini-ini...”

Namun, Informan II tidak mengetahui secara pasti arah pemberitaan tvOne yang berpihak kepada Prabowo Subianto disampaikan secara langsung oleh pemilik tvOne. Berdasarkan pengkuannya, arahan tersebut tidak menyentuh level produser atau ruang redaksi. Arahan tersebut hanya didapatkannya melalui wakil pimpinan redaksi.

“Nah pertimbangannya saya ga bisa ngomong karena saya gaikut rapat itu. Hahaha..itu biasanya level GM keatas, atau prodeks ke atas.”

Informan II mengakui bahwa arahan yang disampaikan oleh wakil pimpinan redaksi tvOne bersifat langsung. Hal tersebut menurutnya juga merupakan cerminan dari pilihan politik pemilik media yang diturunkan secara organisasi. Sehingga arahan tersebut bersifat hierarkis.

“Ya digambarkan peta seperti ini eee..ya kita bermainnya gimana, memang ga harus ini dinaikin ya, tapi yaa kaya gitu tapi kadang-kadang ada sih hahahaha...tapi pesan sponsor itu akan selalu ada tergantung juga.”

Kebijakan redaksi yang diambil tvOne pada saat pilpres 2014 menurut Informan II jelas memengaruhi porsi pemberitaan tvOne yang kerap kali mengalami perubahan pada saat jelang pilpres 2014. Ia mengatakan pemberitaan di tvOne menjelang pilpres 2014 sempat berimbang untuk kedua capres. Namun keberimbangan tersebut berubah seiring pergeseran peta politik saat itu. Pemberitaan tvOne pun berubah menjadi lebih berpihak kepada Prabowo Subianto. Namun, Informan II meyakini bahwa pemberitaan di tvOne saat pilpres

2014 masih memberikan ruang terhadap Joko Widodo yang saat itu menjadi rival politik Prabowo Subianto.

“Porsi itu relatif berubah ketika awal itu 50-50 kemudian berubah ketika melihat eee..kekuatan sudah tidak imbang hhehe..yaa kita mendukung Prabowo ya Koalisi Merah Putih gitu bisa jadi 40-60 atau bahkan 70-30 tapi kita tidak pernah..aku jamin kita tidak pernah main..eee..100 persen 0 persen.”

IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media

Salah satu komoditas yang paling menguntungkan di zaman modern ini adalah perhatian khalayak. Siapapun yang dapat menjualnya dengan kuantitas besar maka mereka akan dapat menghasilkan pendapatan yang besar (Bagdikian, 1989: 819). Rating yang menjadi satu-satunya acuan untuk menarik iklan di televisi berhubungan erat dengan isi berita. Para pemangku program berita di televisi akan mempertimbangkan nilai berita yang dianggap paling disukai oleh penonton untuk ditayangkan sehingga dapat disaksikan oleh khalayak ramai.

“Tapi rating itu menentukan. Jadi ketika ada sesuatu yang baru kejadian nih ada peristiwa, pertimbangan kita ini pasti rating nih, kan kebaca gitu. Pola penonton kita tuh udah ketahuan berdasarkan AC Nielsen, biasanya kalau produser tuh dapat minute by minute analisa itu kan. Waah..kalau kita main ini nih dimakan nih.”

Dalam pilpres 2014 menurut pengakuan Informan II berita-berita yang menyangkut capres nomor satu justru memiliki rating yang tinggi dibandingkan dengan capres nomor dua. Diduga disebabkan oleh frekuensi kemunculan dari Prabowo Subianto sebagai capres nomor satu dibandingkan dengan Joko Widodo. Frekuensi kemunculan Jokowi di media dinilai tidak terlepas dari peran tim suksesnya saat itu. Selain itu juga saat pilpres 2014 dukungan media terhadap Jokowi mengalir begitu deras sedangkan media yang berpihak kepada Prabowo Subianto hanya didukung oleh segelintir media.

“Dulu itu kalau misalnya main Jokowi-Prabowo pasti dimakan. Kadang-kadang prabowo lebih bagus ratingnya. Karena dia jarang muncul, menurut kita sih itu doang. Jadi ketika dia muncul adalah sesuatu yang orang tunggu, sementara Jokowi kan rutin. Sangaaat..timnya kan sangat ini kan sama media, ayo nanti Jokowi kesini, dipoleslah yang nyium bendera, Soekarno atau apa gitu kan.”

Informan II membuktikan bahwa pada hari pencoblosan pemilihan presiden 2014, tvOne berhasil menduduki peringkat pertama dalam raihan rating berdasarkan data AC Nielsen. Terlepas dari pro dan kontranya pemberitaan tvOne saat pilpres 2014 namun perolehan rating menurut Informan II, tvOne mampu merangkul seluruh golongan saat pilpres 2014.

“Kita paling tinggi. Aku lupa angkanya berapa tapi kita paling tinggi. Dengan segala macam pro dan kontra dan lain-lain percayalah aku nonton tvOne itu masih lebih ini, karena kita menyapa semua lapisan. Dibilang orang apa ya..ehhmm, dibilang orang kita tuh ga ada kelasnya, kalau metro kan tahu. Karena memang kita tidak mematok kelas tertentu, kita merangkul semua.”

Faktor selain rating yang memengaruhi isi berita tvOne pada saat pilpres 2014 adalah teknologi. Menurut August E Grant dan Jennifer H Meadows (3: 2010) dalam konsep *umbrella perspective on communication technology* dikatakan bahwa yang berada dalam level terbawah, “software” dan “hardware” dimana keduanya saling mendukung antara satu dengan lainnya. Perangkat dengan isi pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak harus sesuai. Teknologi dalam televisi sangat berbeda dengan surat kabar. Menurut Informan II dalam pemberitaan televisi dibutuhkan materi berita berupa audio visual apalagi terkait dengan pernyataan dari narasumber. Karena itu porsi pemberitaan di tvOne pada saat pilpres 2014 lebih banyak memberitakan Prabowo Subianto karena terbatasnya materi yang dibutuhkan untuk memberitakan capres nomor dua Joko Widodo.

“Kadang-kadang itu bukan karena arahan tapi juga karena materi. Kita running programnya setiap hari, harus ada sesuatu yang baru..... jadi memang ada faktor kadang-kadang mainnya tidak imbang tapi juga ada faktor materinya yang ga ini. Kita gak bisa kaya cetakkan misalnya.”

V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media

Media massa merupakan sebuah tempat di mana praktik hegemoni terjadi. Media terlibat dalam “politik pemaknaan” di mana media menjalankan fungsi politik dengan memberi pemaknaan pada peristiwa-peristiwa. Media menurut Informan II saat pilpres 2014 membawa kepentingannya sendiri-sendiri. Tidak ada media yang tidak berpihak dalam pilpres 2014. Media masih dianggap efektif

untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran sekaligus propaganda kepada khalayak demi kepentingan golongan tertentu.

“Saya harus sangkutkan dengan ininya, terkadang memang media di Indonesia ketika Pemilu kemarin tidak ada murni yang lurus aja. Pasti ada apa ya, pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan. Tidak ada 100 persen media, i can guarantee that, tidak ada 100 persen media yang netral pada saat Pemilu kemarin.”

Informan II menganggap media menjadi alat politik pada pilpres 2014. Namun hal tersebut tidak dianggap merugikan karena kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama-sama dapat dipenuhi oleh satu sama lainnya. Hubungan antara media dengan politik menurut Michael Bauman (2007) disebut sebagai *telepolitics*, yaitu bergesernya peran partai dan munculnya dominasi media terutama televisi dalam memersuasi pemilih. Media dipercaya dapat membombardir khalayak dengan berita-berita yang disajikan. Sehingga, elite penguasa atau politikus mendapat panggung untuk menyampaikan visi dan misinya tanpa harus menyentuh langsung konstituennya dan juga melalui televisi elite juga dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding dengan melakukan kampanye langsung ke daerah-daerah. Hal ini yang kemudian yang membuat media juga dapat memetik keuntungan pada saat pilpres 2014.

“Jadi gini lho alat politik itu bukan hanya memenangkan salah satu capres saja tapi kemudian bagaimana dia mendapatkan keuntungan dari situ. Jadi media A dia tidak menjagokan capres mana pun tapi kalau diteliti lebih lebih lebih lagi kalau ini jadi capres, ini jadi menteri, media ini yang akan diuntungkan semuanya pasti ada ada tuntutan ke situ. Semuanya pasti mencari celah untuk mendapatkan keuntungan disitu dan mengamankan posisi masing-masing.”

Maka tidak dapat dipungkiri juga saat pilpres 2014 media perang opini untuk sama-sama memengaruhi pilihan politik khalayak. Caranya adalah dengan memberikan khalayak propaganda-propaganda fantasi terhadap kedua kandidat capres 2014. Menurut Dan Nimmo dan James E. Combs (1983), propaganda kampanye bertujuan untuk memediasi dua fantasi yang tumpang tindih dan saling berhubungan erat. Pertama, propaganda mengonstruksi fantasi-fantasi tentang kandidat, kualitas, kualifikasi, program, dan takdirnya. Kedua, propaganda memediasi realitas-realitas tentang sifat dasar dari dunia tersebut,

pameran kekuatan, bahaya, ancaman, dan musuh-musuh yang harus dihadapi dan ditaklukan. Pertalian dari kedua fantasi ini adalah esensial karena takdir dari kandidat menjadi takdir dari dunia politik.

“Kita produser ini tahu lho bahan mentah omongannya, lo di wawancara nih kan kita denger nih omongannya full..tiba-tiba besok nongol di cetak beda anglenya. Nah dari situ udah kebaca, lay outnya koran ada kampanye nih besar dua. Prabowo ditengah-tengah pasar ada jutaan orang. Jokowi hanya sepuluh orang, tapi yang Jokowi sengaja di fotonya dari foto bareng sama warga sambil ini gitu yah ditarohlah di layout halaman satu. Prabowo, difotonya ketika dia turun dari mobil mewah yang ini ditaronya nih. Itu mainan-mainan itu kecil sederhana, tapi orang yang ngebaca ga sadar nih orang itu bisa..iya yah nih Jokowi merakyat ya waahh ini Prabowo ini dan mainan-mainan ini mau cetak mau online ini kejadian.”

4.3.1. Deskripsi Informan III

Pria berusia 37 tahun ini bergabung dengan tvOne sejak 2007. Informan III ini merupakan salah satu produser eksekutif koordinator liputan di dalam divisi *news gathering*. Ia memiliki kekhususan dalam menangani isu-isu politik termasuk pemilu. Pengalamannya menjadi jurnalis sejak tahun 2000 membuat Informan III sempat menangani program pemilu di tahun 2004, 2009 dan terakhir 2014. Sebelum bergabung dengan tvOne, Informan III sempat bekerja di radio Trijaya dan Metro TV. Jabatan terakhir di Metro TV Informan III juga berada di desk koordinator liputan. Koordinator liputan bertugas untuk mengumpulkan segala material kasar berupa informasi atau peristiwa yang akan, sedang atau telah terjadi. Pengumpulan materi itu dilakukan dengan menugaskan reporter maupun video jurnalis di televisi untuk mencari serta mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh redaksi.

Pengalamannya dibidang politik membuat lulusan S2 Universitas Indonesia pernah dua kali mencalonkan diri untuk maju sebagai wakil rakyat di DPR RI dari partai Golkar. Namun, karir politiknya tidak berjalan mulus karena Informan III tidak berhasil melaju ke senayan.

4.3.2. Analisis Data Informan III

I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja

Bias pasti terlihat dalam setiap berita yang dituliskan, tidak hanya terdapat dalam pikiran yang menulisnya (Robinson, 1983: 56). Setiap individu jurnalis memiliki nilai, kepercayaan, serta keyakinan yang dianutnya. Maka tak heran jika Shoemaker dan Reese melihat terdapat hubungan saling memengaruhi antara individu dengan media. Pilihan politik salah satunya.

Informan III menilai sosok capres nomor satu Prabowo Subianto memiliki visi yang jelas dalam melihat Indonesia 5 hingga 10 tahun ke depan. Menurutnya, kepribadian Prabowo yang tegas membuatnya tidak mudah untuk diintervensi. Sehingga, Indonesia dapat berdiri sendiri bebas dari kepentingan asing.

“Ya dia lebih visioner kalau menurut Saya, lebih melihat sebagai pemimpin yang punya cara pandangnya 5-10 tahun ke depan. Bahkan dia sudah berpikir Indonesia 25 tahun ke depan tuh mau diapain, yang kedua dia punya posisi tawar yang tinggi hingga tidak mudah diintervensi”

Lagi-lagi Informan III menilai ketegasan Prabowo Subianto memang sangat melekat dengan citra dirinya. Apalagi Prabowo memiliki latar belakang sebagai militer sehingga Ia memiliki sikap yang keras jika menyangkut dengan kepentingan-kepentingan publik. Namun, yang masih menjadi kekurangannya saat itu adalah masyarakat Indonesia menurut Informan III masih memiliki trauma terhadap sosok Prabowo yang disebut-sebut terlibat dalam kasus penculikan dan memiliki catatan-catatan kelam terkait HAM.

“Kelihatan dari sikap-sikap dia yang keras terhadap kepentingan-kepentingan publik, cuma ya mungkin gaya militer yang menyebabkan trauma militer ke orang itu tinggi. Yang kedua mungkin ada kasus-kasus yang belum bisa dia jelaskan, nah itu yang menjadi handycap.”

Lain halnya penilaian Informan III terhadap capres nomor dua Joko Widodo. Ia melihat Jokowi dapat menjadi contoh dalam sistem karier politik di Indonesia. Jokowi memulai kariernya dari level bawah dengan menjadi walikota Solo yang kemudian naik menjadi gubernur ibukota Jakarta hingga dapat memimpin Indonesia. Sistem perekrutan ini yang dinilai Informan III dapat menjadi contoh ke depannya bagi warga sipil yang ingin maju menjadi calon

presiden. Karena selama ini presiden yang memiliki latar belakang militer saja yang dianggap memiliki pengalaman memimpin.

“Jokowi orangnya unik, menarik. Menurut gue sebenarnya dia bisa menjadi contoh juga, kenapa? Karena belum ada di Indonesia ini recruitment pimpinan nasional yang dimulai dari level bawah.”

Namun, Informan III melihat majunya Joko Widodo sebagai calon presiden pada 2014 dinilainya terlalu dini. Pasalnya, kepemimpinannya masih harus diuji karena saat itu Ia masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dan terdapat program-program yang belum terlaksana. Begitu pula saat Ia menjadi walikota Solo yang saat itu Ia juga belum menyelesaikan tugasnya di periode kedua menjadi walikota.

“Jokowi menurut gue revolusioner dari segi dia pernah walikota, dia pernah Gubernur, dan sekarang dia presiden. Cuma menurut gue kalau kemarin Jokowi menahan diri dan terpilihnya di tahun 2019 mungkin akan lebih baik, tapi dengan dia lebih cepat sekarang pun ya soal dia berhasil atau tidak itu masalah urusan dia.”

Dalam pilpres 2014, tvOne diketahui menjadi salah satu media yang berpihak kepada capres nomor satu Prabowo Subianto. Menurut Informan III keberpihakan tersebut merupakan langkah yang diambil berdasarkan pilihan politik yang diambil oleh pemilik media. Sehingga, jurnalis tvOne pun merasa harus membela posisi sang pemilik media. Ia tak menampik jika dikatakan jurnalis tvOne harus mendukung pemilik media dalam hal pilihan politiknya. Namun meski begitu, Informan III mengaku sebagai jurnalis tetap menjaga integritasnya sebagai jurnalis.

“Pemilik juga dalam posisi harus dibela juga gitu, tapi kan sebagai tv berita kita juga punya integritaskan artinya yah kita mainkanlah dengan segala cara bagaimana pemilik terlayani dan integritas kita juga terjaga gitu. Yaa meskipun tidak 100 persen paling tidak kita maksimal.”

Meski tvOne mengambil sikap untuk mendukung Prabowo Subianto dan Koalisi Merah Putih namun secara pribadi Informan III juga mencoba merangkul semua pihak. Hal ini dilakukan untuk tetap menjaga kualitas dan profesionalitas pribadi jurnalis.

Para akademisi membedakan menjadi empat level di dalam etika jurnalistik pada proses *self regulation* (Karmasin, 2002; Funiok, 1996). Pada level pertama sesuai dengan individual etik dimana menurut Funiok (1996: 98), di dalamnya meliputi kebajikan dalam jurnalistik dan *self-criticism*, dan meningkatkan kualitas dan profesionalitas jurnalis. Tanggung jawab jurnalistik inilah tumbuh dari keutamaan dalam proses sosialisasi, pengalaman pribadi dan motivasi, serta nilai-nilai yang berkaitan dengan etika profesional.

“Kalau saya di gathering saya mencoba mendekati beberapa orang politik yang terkait untuk memberikan semacam guarantee misalnya, ya okelah mereka harus paham bahwa tv ini tv kuning misalnya tapi bukan berarti kita gak bisa berteman dengan yang merah atau yang putih atau yang hijau. Porsi production berita itu kan bisa diatur.”

II. Rutinitas Media

Media harus mendapat dan memroses material kasar berupa informasi yang biasanya di dapat dari “penyedia” di luar organisasi, bisa berupa narasumber, peristiwa atau kejadian tertentu dan menyampaikannya kepada pengguna media (pembaca, pendengar, penonton). Untuk menentukan jenis informasi yang akan diangkat menjadi berita oleh media diperlukan rapat redaksi bersama segala unsur redaksi untuk memberikan justifikasi terhadap isu yang akan diangkat.

“Rapat redaksi yang wajib datang adalah dari korlip dan dari production, lalu produser eksekutif dan manager, bahkan setingkat GM juga hadir bahkan setingkat pimred atau wapimred jika tak berhalangan hadir.”

Dalam memproduksi berita menurut John Mcmanus (1994: 95) tahap pertama adalah melakukan *discovery* dimana jurnalis harus mempelajari setiap isu atau peristiwa yang akan diliputnya, ini sangat penting karena memiliki keterkaitan dengan keputusan yang akan diambil di *news room*. Tahap selanjutnya adalah jurnalis harus memilih berita yang akan diproduksi. Berdasarkan itu menurut Informan III tugas koordinator liputan adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin material kasar berdasarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi yang diperoleh dari reporter lapangan untuk kemudian dipilah dan dipilih oleh redaksi dan kemudian disiarkan.

“Tugas di dalam divisi news gathering terutama koordinator liputan adalah menugaskan reporter di lapangan serta video jurnalis untuk mendapatkan sebanyak mungkin perolehan liputan. Nah, perolehan liputan itu bisa berdasarkan peristiwa ataupun gosip-gosip saat itu seperti gosip politik atau juga bisa berdasarkan dari data-data maupun fakta-fakta di lapangan.”

News room merupakan bagian penting dalam sebuah stasiun televisi (Bants, 1985). Pekerjaan jurnalis akan semakin berat dalam menentukan isi berita. Saling berdebat tidak dapat terhindari di *news room* karena disitulah akan terjadi benturan antara idealisme dan orientasi yang berbeda-beda dari seorang jurnalis dengan jurnalis lainnya, karena di dalam *news room* inilah isi berita akan ditentukan untuk disajikan ke khalayak sehingga proses penentuan di dalam *news room* menjadi penting.

Menurut Informan III kepentingan dari masing-masing jurnalis baik secara nilai-nilai ataupun keyakinan serta sikap terhadap berita tertentu akan didiskusikan di dalam rapat redaksi. Di saat itulah isu-isu kemudian berkembang dan diputuskan untuk menjadi *headline* dalam sebuah media.

“Kenapa harus rapat karena disini banyak kepentingan. Banyak kepentingan yang ee..apa banyak kepentingan yang terjadi. Nah, kita ga bisa melihat satu pihak eee..secara satu sisi kita harus lihat dari dua atau tiga sisi sekalipun. Di dalam rapat redaksi itulah berkembang suatu diskusi mana yang paling menjadi titik berat dari eee..redaksi mau apa. Ketika mau apa disitulah pengejawantahan.”

Kedekatan jurnalis dengan pihak-pihak tertentu menurut Informan III juga berpengaruh pada individu jurnalis dalam memandang suatu permasalahan. Disitulah letak pentingnya rapat redaksi karena Indonesia terdiri dari berbagai elemen masyarakat yang diwakili oleh organisasi-organisasi yang juga berafiliasi terhadap partai-partai tertentu sehingga pandangan-pandangan tersebut dirasa perlu untuk didiskusikan dalam rapat redaksi. Namun, pandangan tersebut nantinya harus dipilah dan dipilih sesuai dengan kepentingan redaksi saat itu.

“Nah perbedaan sikap itu muncul karena kedekatan-kedekatan seseorang pada link atau kesukaan seseorang pada paham atau ideologi tertentu. Misalnya, saya punya kedekatan dengan Golkar, siapa punya kedekatan dengan PDIP, siapa punya kedekatan dengan Demokrat, temen-temen di redaksi juga punya kedekatan dengan organisasi massa tertentu NU atau Muhammadiyah. Nah orang-orang kita kaya gini perlu mengeluarkan

pandangan-pandang sesuai dengan apa yang kita tahu tapi kita tidak boleh memaksakan kehendak. Jadi ketika keputusan itu diambil adalah keputusan yang paling bagus melihat struktur wilayah indonesia yaa..namanya politik kalau kita salah langkah ini bisa berakibat sangat fatal bahkan media bisa menyebabkan sebuah kekacauan yang tidak bisa dihindari.”

Hasil dari keputusan redaksi yang diambil saat pilpres 2014 menurut Informan III menjadi mutlak untuk dipatuhi oleh seluruh jurnalis tvOne. Karena perbedaan sikap yang sebelumnya ada sudah dilebur melalui diskusi-diskusi di rapat redaksi. Informan III juga mengakui kebijakan redaksi pun kerap kali berubah tergantung dari apa yang menjadi perhatian redaksi. Namun, setiap jurnalis tetap harus menghormati setiap keijakan redaksi yang telah disepakati bersama-sama.

“Yang penting adalah ketika sebuah kebijakan itu sudah dibuat itu sampai level bawah itu memahami gitu, memahami artinya ada yang mesti patuh. Atau kalau ada yang tidak sesuai dengan keinginan dia ya dia tidak perlulah terlalu keluar jalur lah istilahnya, karena ya namanya organisasi ya harus menghormati juga keberpihakan sebuah media.”

Koordinator liputan memiliki tanggung jawab untuk memperoleh berita sebanyak-banyaknya dari lapangan. Ini yang dikatakan oleh Peter Golding sebagai tahap *gathering*. Aktivitas pengumpulan berita menandakan elemen dasar ideology profesi jurnalistik. Jurnalis sebagai penjaga berita yang mengumpulkan informasi secara aktif. Namun fungsi korlip hanya sebatas memberikan angle peliputan bukan untuk mengemas peliputan berita menjadi suatu paket berita yang akan disajikan kepada khalayak. Menjadi tugas pemangku programlah yang dapat mengangkat suatu isu tertentu agar bisa membentuk opini publik.

“Gathering punya kewajiban semua harus dapat, soal memasak kan ya lo belanja dari pasar perintahnya beli ketoprak kita belanja. Pulang jadi karedok kita gak tahu. Tapi at least kita sudah melakukan apa yang jadi kebijakan redaksi, kecuali kita tahu betul ini barang bagus kita bisa rubah tuh benar. Tapi kalau barangnya standar ya prinsip jurnalistik tetap harus dijunjung, kalau ada pro harus ada kontra, harus ada balancing. Tinggal porsi kemasan yang 70-30 itu bukan kita yang mantangin, pure bukan di tangan kita gathering. Bukan di tangan korlip, kita gak punya kepentingan di hal itu. Kepentingannya adalah kita menyediakan selengkap mungkin, menjadi proporsional atau tidak proporsional adanya di produksi.”

Menurut Informan III angle berita tertentu dapat diajukan oleh koordinator liputan yang telah memahami sebuah isu tertentu di dalam rapat redaksi. Namun tak jarang angle tersebut juga menimbulkan perdebatan saat rapat redaksi hingga akhirnya mencapai suatu keputusan bulat. Ide-ide atau angle tertentu juga harus disesuaikan dengan karakter dari masing-masing program. Sehingga kembali lagi fungsi dan tugas pokok dari koordinator liputan adalah melengkapi unsur-unsur berita yang belum terpenuhi sehingga dapat menjadi berita seutuhnya untuk bisa disaksikan oleh khalayak. Karena dalam menentukan berita tak hanya mempertimbangkan nilai berita semata namun berita juga menjadi entitas bisnis yang perlu dipertimbangkan nilai jualnya.

“Ada proses dimana korlip akan menawarkan ke angle berita tertentu dan akan di debat oleh produser seperti biasanya dan apa yang harus dilengkapi dan apa yang akan menjadi titik fokus apa..sebuah grand story yang akan kita tampilkan pada ee..berita petang misalnya atau pada berita sore atau pada berita malam sesuai dengan target produksi berita masing-masing.”

III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media

Shoemaker dan Reese dalam bukunya jelas mengatakan perusahaan media sangat kental atas kepentingan pemiliknya. Maka tak heran kritikan muncul dari Gans (2003) yang berpendapat bahwa seringkali jurnalis menemukan dirinya pada situasi yang penuh ketidakberdayaan, seperti pada perintah perusahaan dan dikte komersial di dalam industri. Perintah perusahaan dalam hal ini adalah kepentingan pemilik tvOne dalam pemilihan presiden 2014. Informan III menyatakan perintah langsung dari pemilik tak ia dapatkan saat pilpres 2014 berlangsung untuk berpihak kepada salah satu capres, yakni Prabowo Subianto. Namun, inisiatif tersebut muncul lantaran jurnalis tvOne yang berada dalam internal perusahaan media menyesuaikan dengan peta politik saat itu.

“Kalau secara langsung ga ada, tapi kita tahu sama tahu, lo kerja dimana. Artinya secara redaksional permintaan langsung tidak ada tapi dari sudut pandang internal ya internal menyesuaikan dengan keadaan politik yang ada lah.”

Informan III juga menegaskan intervensi secara langsung dari pemilik media tidak terlihat dalam ruang redaksi tvOne. Ia juga mengatakan bahwa

kebijakan redaksi media yang berpihak saat pilpres 2014 tidak hanya terjadi di tvOne. Namun, hampir seluruh media di Indonesia saat pilpres 2014 berpihak kepada salah satu capres. Saat itu mayoritas media mendukung calon presiden nomor dua Joko Widodo.

“Yaa memang intervensi langsung gaa..ga terlalu ketara. Tapi tidak hanya di tvOne tidak hanya di tv merah bgitu, kalau yang terjadi di tv biru sama persis. Jadi disinilah fenomena kalau menurut saya.”

Dalam struktur organisasi media posisi paling atas ditempati oleh pemilik media. Pengaruh mereka cukup besar di dalam organisasi media. Pada akhirnya pemilik juga lah yang menunjuk para eksekutif untuk mengatur jalannya sebuah organisasi. Jika pekerja tidak menyukai perintah yang diberikan maka mereka dipersilahkan untuk berhenti dan posisinya akan diganti dengan orang lain. Hal ini pula yang kemudian mengurangi otonomi jurnalis dalam melakukan pemberitaan karena adanya intervensi manajemen. Pimpinan perusahaan dapat saja mendikte isi media secara langsung.¹⁰³

Sama halnya dengan apa yang terjadi di tvOne pada saat pilpres 2014. Jurnalis tvOne tidak memiliki pilihan atas sikap politik yang diambil oleh pemilik media dan kebijakan redaksi pun menyesuaikan kondisi politik yang terjadi saat itu. Namun Informan III sekali lagi mengatakan bahwa intervensi tidak dilakukan langsung di ruang redaksi.

“Bisa juga silent operation bisa juga tahu sama tahu. Ya kan di redaksi ini bukan orang bodoh, orang pintar semua. Ya pilihannya kan kalau gak suka keluar, kita harus bisa paham posisi kita di mana.”

Namun Informan III menyatakan keberpihakan tvOne saat pilpres 2014 berlangsung justru memberikan dampak positif bagi dunia jurnalistik maupun kehidupan berdemokrasi di Indonesia. Pasalnya, mayoritas media saat itu mendukung capres JokoWidodo hanya tvOne yang saat pilpres 2014 mendukung capres Prabowo Subianto bersama dengan beberapa media dari MNC Grup. Namun selebihnya media memberi dukungan kepada Joko Widodo untuk menjadi

¹⁰³ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 163-169.

Presiden RI ke 7. tvOne dianggap Informan III dapat mengisi ruang kosong sebagai penyeimbang suara mayoritas saat itu.

“Sialnya dalam posisi kemarin, hanya tv merah hanya tvone yang mengarahkan atau berhaluan ke capres nomor satu. Sementara dalam pilpres kemarin hampir seluruh media mainstream terutama tv biru itu larinya ke nomor dua, nah..dari segi negatifnya kita kaya digebukin rame-rame. Tapi dari segi positifnya ini bisa jadi pembelajaran demokrasi. Coba lo bayangin kalo kita tv merah tidak membela nomor satu terus lari ke nomor dua, kaya apa dunia jurnalistik kita.”

Sebagai koordinator liputan, Informan III mengakui penugasan para reporter pun wajib meliput setiap kegiatan capres nomor satu. Hal ini disebabkan karena adanya kepentingan dari pemilik sehingga korlip tvOne pun mengakomodir hal tersebut dengan menempatkan reporter-reporternya untuk mengikuti setiap jadwal dari capres nomor satu. Namun Ia juga menegaskan bahwa tak jarang capres nomor dua menjadi wajib untuk diliput oleh reporter tvOne.

“Kalau wajib ya pasti wajib, ada kepentingan politik dari pemilik. Tapi kita juga tidak menutup peluang yang lain itu menjadi wajib, ya dari sisi news gathering kita menugaskan semua capres harus dijaga. Kebetulan kemarin cuma ada 2, semua-semuanya dijaga.”

Informan III juga mengatakan, keberpihakan tvOne tidak menutup ruang untuk menampilkan calon presiden nomor dua, namun porsiya tentu berbeda. Ia mencontohkan, dari segi durasi wawancara dapat dibedakan antara capres nomor satu yang memiliki durasi lebih lama dibandingkan dengan capres nomor dua di tvOne. Namun, hal ini menurut Informan III tidak hanya terjadi di tvOne namun terjadi pula di televisi berita lainnya yang juga berpihak kepada salah satu capres 2014.

“Ya wawancara capres A kita putar 1 menit, capres B mungkin 30 detik. Sekilas orang gak akan kelihatan, itu terjadi di Tv sebelah juga. Yang dia 2 menit, capres kita 15 detik. Jadi, tidak bisa dijudge ini hanya terjadi di sini gitu.”

Informan III menyadari bahwa saat pilpres 2014 kepentingan pemilik modal sangat kental. Namun di balik itu kepentingan politik pula yang dapat memengaruhi kenijakan redaksi di setiap media pada saat pilpres 2014. Maka tak

heran, menurut Informan III banyak media yang pada akhirnya berpihak pada pilpres 2014 dikarenakan adanya intervensi kepentingan tersebut.

“Dari segi pembelajaran politik ini saatnya masyarakat belajar dalam kasus kemarin bahwa media akhirnya berpihak. Pertama berpihak dalam intervensi redaksi itu kan yang pasti pemilik modal, pengiklan sama politik nah kadarnya tergantung kadarnya. Kemarin ketika pilpres itu mungkin pemilik modal dan politik itulah yang mendominasi.”

IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media

Sama dengan Informan lainnya, Informan III mengakui bahwa rating juga menjadi acuan dalam tayangan berita di tvOne. Seperti pada pilpres 2014 tvOne menempati urutan pertama dalam hal perolehan rating. Jurnalis tak hanya berpikir tentang idealismenya namun saat membuat berita jurnalis juga berpikir tentang keinginan pasar yang tujuannya dapat menarik minat khalayak untuk menyaksikan berita tersebut. Informan III juga menyatakan meski afiliasi politik tvOne pada saat pilpres 2014 terlihat jelas berpihak pada Koalisi Merah Putih, namun hal tersebut tidak memengaruhi minat masyarakat untuk menyaksikan tvOne.

“Satu hari itu ketika siaran tvOne Pilpres, itu kita number 1 dari semua Tv. Ya, di situ perlu melihat positioning tvOne berarti sebagai Tv rujukan atau Tv peristiwa tetap nomor 1. Soal afiliasi politik tvOne yang dianggap mengarah ke kiri atau ke kanan, ya itu debatable.”

Selain itu, menurut Informan III keberpihakan dari tvOne tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kepentingan politik pemilik semata namun terdapat pula faktor kondisi di lapangan seperti keterbatasan akses bagi tvOne dalam meliput capres nomor dua. tvOne pada awal menjelang pilpres 2014 diakui Informan III sempat menayangkan berita dengan porsi seimbang antara kedua cares yang bertarung. Faktor persaingan diantara sesama media pun menjadi pemicu keberpihakan dalam pilpres 2014.

Berita menjadi komoditas yang krusial sehingga terjadi persaingan sesama organisasi media dalam meraih sebanyak-banyaknya pemirsa televisi menggunakan materi produk berita. Seperti yang dikatakan Arthur. E Rowse (2000: 156). Situasi ini menciptakan perbedaan budaya organisasi didalam setiap *news room*.

“Porsinya yaa awalnya 50-50, tapi kayanya posisi pesaing disebelah sana yang biru kayanya 100 persen kita agak terpancing ya sekitar 60-70 lah bahkan akhirnya bisa jadi 100 persen bukan karena kita pengen, tapi karena di kubu sana menutup akses.”

Informan III juga mengakui sempat melakukan lobi terhadap pihak-pihak eksternal untuk mendapatkan kesempatan meliput kegiatan capres nomor dua. Namun, menurut pengakuan Informan III reporter tvOne di lapangan kerap kali kesulitan dalam mendapatkan materi yang berkaitan dengan capres nomor dua.

“Artinya lobi itu penting maupun itu musuh sekalipun. Kita ga pernah tau kedepannya redaksi kita seperti apa, masa depan kita sebagai wartawan kalau lobi kita disana tertutup itu ga boleh kan? Faktanya itu terjadi di lapangan.”

Televisi yang memiliki teknologi audio visual jelas memiliki kelebihan dalam menyampaikan informasi maupun berita kepada khalayak. Maka ketika akses peliputan jurnalis tvOne dibatasi dan tertutup maka menurut Informan III bahan peliputan menjadi tidak terpenuhi. Hal inilah yang dinilai oleh Informan III tvOne tidak dapat menampilkan seluruh kegiatan dari capres nomor dua. Berbeda dengan media massa lainnya seperti surat kabar, radio maupun media baru, televisi membutuhkan visual untuk menggambarkan sebuah peristiwa, tak hanya itu kekuatan suara pun menjadi penting karena pernyataan seseorang akan direkam dan kemudian dikemas untuk disiarkan keada khalayak ramai.

“Sehingga aksesnya menjadi sempit terus gambar-gambar yang diperoleh tidak maksimal. Nah, kami kesulitan misalnya “bapak itu” blusukan di mana kami tidak tahu sehingga gambar itu tidak maksimal. Bagaimana mau jadi proporsional ketika bahan yang diliput itu berkurang, nah kalau mau sama-sama fair ya sana jangan lihat kita sebagai musuh. Kita pun tidak mau melihat sebagai musuh, kasih kita akses yang sama. Tinggal kita yang mengemas.”

V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media

Berbicara mengenai idealnya pemberitaan media saat pilpres 2014 menurut Informan III hal tersebut belum terpenuhi. Menurutnya hal tersebut karena adanya dominasi kepentingan dari masing-masing pemilik media yang juga memiliki kepentingan politik karena mereka juga merupakan elite partai politik. Keberimbangan dalam hal pemberitaan menjadi jauh dari kata ideal.

Sehingga, perang opini pun tak dapat dielakan oleh media, dimana khitahnya untuk menjalankan fungsi pencerahan dan pengawasan menjadi bias karena kepentingan golongan tertentu.

“Ya kalau bicara idealisme ya harusnya ya 50-50, cuma yang gak siap bukan medianya Saya melihat kasus kemarin. Yang gak siap calonnya. Ketika akses media tertentu diberikan secara luas sementara ketika dalam posisi mau bermain 50-50 gak diberikan aksesnya ya akhirnya gak ada yang namanya idealisme, kemarin tuh sudah hutan belantara. Perang Bubat itu kemarin, jadi konsep idealisme media itu ya terbantahkan.”

Meski begitu, sebagai praktisi Informan III menilai keberpihakan media saat pilpres 2014 merupakan hal yang lazim terjadi. Media menurutnya memiliki sifat yang pragmatis sehingga keadaan dapat saja berubah tergantung dari kondisi yang berlangsung. Penyebabnya adalah bagaimanapun media, utamanya jurnalis masih memiliki nurani ketika kepentingan khalayak banyak atau rakyat terusik maka peran media sebagai *watchdog* akan kembali muncul. Informan III beranggapan bahwa keberpihakan bukanlah sesuatu yang kekal karena sifatnya yang semu.

“Ya sah-sah aja kalau menurut garis kacamata teoritis tidak sah, tapi dari kacamata praktis dan kepentingan yang selalu bersebrangan dengan teoritis ya kita melihatnya itu biasa saja. Kenapa? Karena ini salah kaprahnya orang komunikasi yang menganggap keberpihakan itu langgeng, jangan lupa media itu pragmatis. Yang media dukung sekarang belum tentu nanti ketika orang itu sukses akan terus di situ, kenapa? Istilahnya bulan madu, tunggu selesai bulan madu.”

Syarat akan kepentingan mewarnai pilpres 2014. Menurut Informan III saat itu tidak ada media yang netral. Semua media berusaha menggalang opini masyarakat untuk mendukung kepentingan golongan tertentu. Informan III juga menambahkan yang menjadi menarik adalah saat itu terdapat dua televisi berita yang secara terang-terangan mendukung masing-masing calon presiden dimana masing –masing pemilik media juga merupakan ketua umum partai yang mendukung capres yang berbeda. Sangat terlihat saat itu media menjalankan fungsinya untuk kepentingan pemilik. Informan III menilai kedua televisi berita tersebut dianggap dapat membentuk opini publik, dan diharapkan oleh pemilik media dapat memengaruhi pilihan politik masyarakat saat itu.

“Kalau ngomong soal netralitas, gua ga yakin kalo seluruh media di indonesia netral. Semua punya kepentingan. Mau koran apa yang katanya paling ini engga juga. Nah, persoalannya kenapa di tv ini menjadi menarik karena saat pilpres kemarin hanya kita dan tv biru yang opinion leader, tv publik artinya televisi yang bisa mengeluarkan opini publik gitu, yang bisa menggoyang opini publik.”

4.4.1. Deskripsi Informan IV

Informan keempat adalah seorang reporter yang telah bergabung di tvOne sejak tahun 2009. Selain menjadi reporter, wanita 28 tahun ini juga menjadi *news anchor* di program Kabar Pagi tvOne. Dalam pemilihan presiden 2014 lalu dirinya meliput berbagai aktivitas kampanye. Saat itu Ia juga menjadi reporter istana kepresidenan yang meliput berbagai kegiatan presiden ke-6 Susilo Bambang Yudhoyono.

4.4.2. Analisis Data Informan IV

I. Pengaruh Individual Pada Level Pekerja

Sebagai reporter TV berita Informan IV memiliki pandangannya sendiri terhadap masing-masing calon presiden yang bertarung pada pemilihan presiden 2014. Untuk calon presiden nomor urut satu yaitu Prabowo Subianto menurut Informan IV memiliki kematangan dari segi politik karena Prabowo juga memiliki latar belakang dari militer. Namun Prabowo menurut Informan IV juga memiliki kelemahan karena Ia menilai adanya pelanggaran yang dilakukan Prabowo di saat-saat reformasi 1998.

“Prabowo punya kematangan dari segi politik dia juga backgroundnya adalah militer tapi dilihat lagi dari backgroundnya kebelakang aaaa...punya eehmmm...menimbulkan bekas-bekas luka yang mendalam untuk korban-korban 98 di era saat tumbangnya pak harto. Artinya, ada yang dinamakan eehmmmm...apa ya...eee..memenggal ataupun mee..merugikan dari sisi kemanusiaan.”

Namun menurut Informan IV juga, tuduhan-tuduhan yang ditujukan kepada Prabowo sebagai dalang dari penculikan aktivis di era reformasi tahun 1998 yang masih melekat hingga kini tak terlepas dari peran atasannya saat itu.

“Nah..saya rasa sih dari satu sisi Prabowo sekalipun itu pernah melakukan hal seperti itu tapi kan pembuktian-pembuktian nya tidak begitu besar bahwasanya Prabowo pernah salah disaat-saat itu bahwa

Prabowo pada saat itu tidak berjalan dengan sendirinya tapi ada lagi atasannya yang bertanggung jawab dan itu tidak bisa dijadikan kesalahan besar untuk Prabowo.”

Pandangan berbeda disampaikan oleh Informan IV terkait calon presiden dengan nomor urut dua saat itu yaitu Joko Widodo atau Jokowi. Ia menilai Jokowi telah merintis karier politiknya dari bawah. Jokowi pernah menjabat sebagai walikota di Solo, Jawa Tengah kemudian menjadi orang nomor satu di DKI Jakarta. Oleh karena itu, menurut Informan nomor IV Jokowi pantas untuk maju sebagai calon presiden 2014. Ia juga menambahkan dengan menjadi Gubernur DKI Jakarta bisa menjadi barometer untuk menjadi pemimpin di kancah nasional.

“Kemudian disatu sisi Jokowi-JK yang satu adalah dari segi pemerintahan dia sudah memulai dari bawah mulai dari walikota Solo kemudian juga dia berhasil..bukan berhasil maksudnya sudah pernah jadi orang nomor satu di DKI artinya jadi barometer Indonesia nah setidaknya kalo misalnya Jokowi itu adalah pantas untuk ehmm..memegang jabatan seluruh rakyat Indonesia berhak dong untuk jadi presiden.”

Dari kedua kandidat capres 2014 tersebut Informan IV menilai ada yang berbeda dari segi kematangan politik. Ia menilai kematangan politik dari Joko Widodo belum terbukti. Ia membandingkan dengan calon wakil presiden Jokowi saat itu yang menggandeng mantan wakil presiden Jusuf Kalla yang dinilainya sudah malang melintang dan lebih berpengalaman di dalam pemerintahan terutama untuk skala nasional. Tak hanya dengan Jusuf Kalla Informan IV juga membandingkan kematangan politik antara Joko Widodo dengan Prabowo dalam menangani permasalahan-permasalahan yang terjadi seperti kisruh KPK-Polri yang kembali mencuat dan juga kenaikan harga BBM.

“walaupun backgroundnya seperti apa tapi dari segi kematangan politik dan ini terbuti kan, terbukti bahwasanya ketika dia jadi presiden kematangan politikya lebih berbeda dibandingkan Jusuf Kalla yang pernah ada di pemerintahan sebelumnya mulai dari menteri sampai akhirnya jadi menko eeee...menko kesra pada waktu itu akhirnya jadi wapres untuk kedua kalinya. Kematangan politik tentu berbeda ya antara pak Prabowo Hatta dengan pak Jokowi-JK dan saya rasa sih terbukti sekarang ini.”

Meski begitu, Informan I juga tak menjamin apabila Prabowo Subianto yang terpilih menjadi Presiden RI dapat membawa Indonesia menjadi lebih baik. Namun, menurutnya kepemimpinan seseorang itu dapat dilihat dari kematangan politiknya yang memiliki sikap yang tegas dan tak dapat dikendalikan oleh orang lain.

“orang yang matang itu adalah orang yang paling baik untuk memimpin karena tidak bisa di setir dan menjadi boneka bagi eee..sebagian pihak.”

Pemberitaan-pemberitaan yang terjadi saat pemilihan presiden 2014 menurut Informan IV tak terlepas dari peran media itu sendiri. Saat itu media jelas memihak kepada salah satu pasangan capres dan cawapres. TvOne beserta MNC Group saat itu diakui oleh Informan IV mendukung pasangan nomor satu Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Sedangkan Metro TV mendukung pasangan nomor dua Joko Widodo-Jusuf Kalla. Media menurut Informan IV menjadi kekuatan dari masing-masing capres, karena menurutnya media dapat menjalankan peran untuk mempersuasi masyarakat. Dye dan Zeigler (1986: 7-22) mengidentifikasi fungsi politis media massa, salah satunya adalah persuasi.¹⁰⁴ Fungsi persuasi dimana terlihat jelas saat diselenggarakannya kampanye pemilihan. Persuasi ataupun propaganda dilatarbelakangi oleh kepentingan pihak penyampai persuasi, yakni partai politik atau kandidat dan bukan kepentingan publik. Informan IV juga menambahkan bahwa seharusnya media khususnya televisi saat pilpres 2014 tidak hanya mengakomodir masing-masing capres untuk menggalang dukungan serta kekuatan namun juga televisi dapat menjadi kontrol sosial masyarakat.

“kalo kita liat disini kan komposisi media berperan begitu besar kita lihat dari dua sisi aja deh, kalo untuk Jokowi-JK didukung oleh tv berita kemudian Prabowo-Hatta dan juga hmmm..didukung oleh tv berita juga tvOne. Saya melihatnya adalah bagaimana tv berperan tidak hanya sebagai pemberi informasi tidak hanya berfungsi sebagai to inform, to educate, to entertaint kemudian to persuade tapi disini media juga seharusnya menjadi social control untuk masyarakat.”

¹⁰⁴ Pawito. 2009. Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 95.

Keberpihakan media saat pilpres 2014, Informan IV menilai sudah sangat terlihat dengan jelas. Saat itu menurut Informan IV tidak ada media yang benar-benar berperan independen. Karena media pun memiliki kepentingan.

“Saya rasa tidak ada media yang sangat independent betul karena media juga punya kepentingan didalamnya begitu.”

Meski keberpihakan media terlihat sangat kental saat pilpres 2014, jurnalis tvOne pun masih menjalani *self regulation*. Mekanisme dari *self regulation* dalam jurnalistik dapat diartikan kedalam bentuk tanggung jawab sosial dari sebuah media untuk memastikan baik jurnalis maupun pekerja media lainnya tidak akan melukai hak khalayak atas perolehan informasi, mempertimbangkan justifikasi sosialnya, yang berasal dari beberapa haknya yang terdiri untuk mengontrol khalayak dan memiliki kuasa *de facto* untuk memberikan keuntungan kepada khalayak (Campbell, 1999). Pasalnya Informan IV menilai media memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang berimbang kepada masyarakat, karena media merupakan alat yang efektif untuk membentuk opini publik.

“Kalau secara etika jurnalistik itu kan harus cover both side, harus independent, harus juga seperti saya bilang yang namanya fungsi media to inform, to educate, to control to persuade, kemudian juga eee...satu sisi adalah kita harus memberikan informasi yang positif bagi masyarakat.”

II. Rutinitas Media

Di tvOne sendiri memiliki pola-pola peliputan dalam sehari-harinya termasuk pada saat pilpres 2014. Untuk reporter yang melakukan peliputan termasuk ke dalam apa yang dikatakan oleh Peter Golding sebagai tahap *gathering*. Dimana jurnalis mengumpulkan informasi secara aktif.

Dalam hal ini reporter bertugas dilapangan untuk mengumpulkan segala informasi yang berkaitan dengan pemilihan presiden untuk kepentingan tayangan redaksi. Informasi-informasi terkait pemilihan presiden tersebut dikumpulkan berdasarkan kebijakan redaksi yang sudah ditentukan sebelumnya. Namun, menurut Informan IV tvOne belum memiliki standar yang jelas dalam melakukan peliputan. Para reporter yang bertugas mencari dan mengumpulkan informasi dilapangan tidak diberikan *term of reference* atau TOR dalam melakukan peliputan. Sehingga tidak menutup kemungkinan apabila reporter kurang dapat

menggali informasi yang lebih dalam terhadap narasumber atau peristiwa yang diliput. Apa lagi nantinya reporter juga hanya sekedar ikut-ikutan dengan jurnalis media lainnya, dalam meliput peristiwa atau narasumber tertentu karena tidak adanya panduan dari produser selaku editor di televisi.

“Kalau saya rasa sih sejauh ini belum ada pakem dan eee...apa tuh eee...SOP yang jelas untuk reporter yang..yang ideal itu seperti apa seharusnya sih eeee.pada saat reporter turun dibantu untuk risetnya dan sebagainya. Saat ini kan yang penting udah tayang selesai evaluasi ke dalamnya belum ada.”

Informan IV juga melihat selama ini ada tidak keselarasan antara reporter tvOne yang berada di lapangan dengan koordinator liputan tvOne yang berfungsi untuk menentukan penugasan para reporter di tvOne. Meski menurutnya reporter tidak ada keharusan untuk mengikuti rapat redaksi, namun masukan dari reporter yang berada di lapangan sangat penting untuk membantu penentuan angle berita. Daniel J Boorstin mengatakan bahwa reporter yang baik adalah mereka yang dapat membuat cerita meskipun tidak ada peristiwa yang terjadi seperti tidak ada gempa bumi, penembakan, atau perang. Seorang jurnalis harus terus membuat berita, jika Ia tidak bisa menemukan berita yang sedang terjadi maka mereka dapat mencari publik figur untuk di wawancarai atau pun membuat berita-berita yang menarik.¹⁰⁵

“sejauh ini korlip berjalan sendiri, reporter berjalan sendiri karena mungkin dia merasa bahwa reporternya belum terlalu cukup matang untuk memberikan masukan, begitu.”

III. Pengaruh Organisasi Terhadap Isi Media

Kepemilikan media, tujuan dan kebijakan dalam sebuah organisasi media tentu berbeda-beda, apalagi pada saat pilpres 2014. Media secara terang-terangan menunjukkan keberpihakannya kepada salah satu pasangan capres. Di tvOne sendiri menurut Informan IV sudah jelas bahwa tvOne yang dimiliki oleh keluarga Aburizal Bakrie yang juga ketua umum partai Golkar berpihak kepada pasangan Prabowo-Hatta. Dengan begitu, praktis berita-berita yang diliput oleh reporter dilapangan pun mengedepankan unsur positif dari pasangan tersebut. Jika

¹⁰⁵ Schramm, Wilbur and Roberts F. Donalds. 1972. *The Process and Effects Of Mass Communication Rev Ed.* USA: Univ Illinois Press. Hal: 117.

sekali pun ada isu negatif yang beredar di lapangan tentang pasangan Prabowo-Hatta para reporter harus bisa meredamnya dengan membuat berita dari sisi positifnya.

“Pakemnya yang utama adalah bagaimana kita lebih memberikan porsi lebih untuk golkar dan eee..partai-partai lain pendukung prabowo hatta kemudian juga mencari sisi-sisi, sela-sela yang sekiranya eee..apa ya..ehmm..satu sisi kita harus mendukung..mendukung dari prabowo hatta mencari angle-angle berita yang pro terhadap dia walaupun ada yang negatif kita mencoba mencari yang positifnya saja dulu ya kan.”

Arahan bagi reporter untuk membuat berita yang mengunggulkan pasangan capres nomor satu yaitu Prabowo-Hatta diakui oleh Informan IV datang secara hierarkis dari struktur organisasi yaitu dari atas turun kebawah. Reporter dalam hal peliputan berada di struktur terbawah yang diatasnya terdapat korlip dan jajaran pemangku program dalam hal ini adalah eksekutif produser maupun produser sebagai orang yang menghasilkan kebijakan redaksi bersama-sama dengan pimpinan redaksi ataupun wakil pimpinan redaksi yang merupakan tingkat menengah dalam struktur organisasi media. Maka, peran reporter adalah hanya mengikuti prosedur yang berlaku.

“kita sebagai reporter hanya mengikuti sebuah prosedur itu saja begitu.”

Meski begitu, menurut Informan IV kebijakan redaksi tvOne pada saat pilpres 2014 berlangsung, tidak bersifat memaksa. Namun Ia menyadari bahwa pemilik tvOne saat itu sedang turut bertarung dalam pilpres 2014 dan saat itu posisi Informan IV juga merupakan pekerja dari tvOne maka Ia pun menilai harus menjalani kebijakan yang berlaku. Informan IV juga menilai saat pilpres 2014 tren pemberitaan di media saat itu adalah berpihak kepada salah satu pasangan capres.

“Saya harus menggaris bawahi bahwa kebijakan redaksi tvOne sifatnya bukan memaksa namun mengarahkan dan kembali kepada reporternya lagi kalau misalnya setuju ya kita jalani. Kalau saya sih lebih kepada kalau saya hanya bekerja di tvOne satu, saya kedua menjadi jurnalis dan kemudian saya menganalisa saya tidak hanya sebagai reporter yang melakukan peliputan berita namun juga menganalisa, ooh ternyata tren pemberitaan di tahun 2014 ini seperti ini dan mungkin ini pernah terjadi di tahun-tahun sebelumnya.”

Informan IV juga kembali menegaskan bahwa kebijakan redaksi tersebut tidak serta merta memengaruhi mereka untuk menggunakan hak politiknya. Namun, secara profesional mereka dituntut untuk berpihak demi kepentingan pemilik yang saat itu posisinya jelas mendukung pasangan capres nomor dua yaitu Prabowo Subianto- Hatta Rajasa. Seperti yang dikatakan oleh Chomsky (2004) lebih jauh berpendapat alih-alih menjalankan fungsinya sebagai pilar keempat, media massa justru berperan sebagai *mass propagandist*, yang hanya melayani sebagian kalangan seperti pemerintah ataupun elite korporasi.

“Sebenarnya secara tidak langsung kita berpihak tetapi tidak memengaruhi kita untuk memberikan suara. Jadi eee...kebijakan perusahaan turut memengaruhi kita untuk mengambil angle berita namun kebijakan perusahaan tidak memengaruhi kita untuk memberikan suara pada siapa kita nanti memberikan suara pada dua calon tersebut.”

Diakui oleh Informan IV bahwa arahan untuk memihak kepada salah satu pasangan capres tersebut tidak dilakukan secara lisan maupun langsung kepada reporter. Menurut Informan IV sebagai reporter Ia tidak pernah secara langsung diinstruksikan untuk berpihak. Namun, dari penugasan-penugasan yang diberikan kepadanya Ia sudah mengetahui arah pemberitaan tvOne. Selain itu, dari tayangan-tayangan yang ada di tvOne pun pada saat pilpres 2014 dimulai pun Ia sudah menyadari keberpihakan tersebut. Maka ketika membuat berita pun Informan IV menyesuaikan dengan angle tayangan-tayangan sudah ada sebelumnya.

“Ya pada dasarnya kita melihat dari pemberitaan-pemberitaan tvOne saja. Misalnya reporter-reporter juga ditempel kepada narasumber-narasumber khususnya yang berkaitan dengan yang namanya pak Prabowo dan pak Hatta adalah liputan wajib yang porsinya bahkan di dalam satu pemberitaan misalnya dalam satu program misalnya kabar pagi itu hampir 80% porsi beritanya untuk pak Prabowo sisanya pak Jokowi-Jk..”

IV. Pengaruh Luar Organisasi Media Terhadap Isi Media

Salah satu pengaruh yang berasal dari luar organisasi selain iklan diantaranya adalah narasumber. Gans (1979, 80) mendefinisikan sumber sebagai aktor yang diwawancara atau di jadikan objek oleh jurnalis, termasuk mereka yang diwawancara pada saat *on air* atau di kutip pernyataannya sebagai isi berita,

dan yang disebut sebagai sumber adalah mereka yang dapat memberikan informasi sebagai latar belakang atau masukan sebuah cerita. Narasumber memiliki efek yang luar biasa pada isi media, karena jurnalis tidak dapat membuat berita tentang sesuatu yang tidak diketahuinya.

Di tvOne sendiri pada saat pilpres 2014 bagi reporter pemilihan narasumber harus berhati-hati. Pasalnya, tidak semua narasumber terutama pengamat politik memiliki pandangan yang sama dengan angle berita yang diinginkan oleh tvOne. Pemilihan narasumber pun menurut pengakuan Informan IV sudah ditentukan oleh koordinator liputan yang tentunya sudah disepakati sebelumnya dalam rapat redaksi tvOne.

“Untuk narasumber misalnya pengamat politik ya, pengamat politik itu ada beberapa pengamat politik yang agak-agak yang condong ke satu sisi yaa kita ga boleh. Hmmm, ada juga beberapa pangamat politik untuk kasus tertentu, pertanyaan tertentu, angle tertentu ada juga yang dipilihkan.”

Bagi Informan IV sebagai reporter tugasnya hanya mengumpulkan informasi dari lapangan dan mewawancarai narasumber. Namun, hasil dari wawancara narasumber tersebut kemudian diolah kembali oleh produser selaku editor berita bukan lagi menjadi tanggung jawab reporter.

“Sebagai reporter kami hanya meliput di lapangan dan mencari informasi di lapangan serta mewawancarai narasumber namun eksekusinya di dalam. Nah, pada saat di dalam itu redaksi melakukan eeee..mengemasnya dengan cara lain itu adalah kebijakan di dalam.”

V. Pengaruh Ideologi Terhadap Isi Media

Keberpihakan tvOne pada saat pilpres 2014 tentu menghasilkan pemberitaan yang tidak berimbang. Menurut Informan IV hal ini dapat membingungkan khalayak dalam memperoleh informasi. Media yang berperan selain untuk memberi informasi juga dapat membentuk opini publik. Kekuatan inilah yang akhirnya dapat digunakan oleh segelintir elite terutama yang memiliki media untuk menyebarkan ideologinya kepada khalayak luas.

“Artinya media ini sudah membentuk opini publik yang condongnya kepada arah yang tidak baik. Masyarakat disuguhkan pemberitaan yang masyarakat menjadi bingung, kok saya tidak mendapatkan eee..informasi

yang berimbang ya itu tidak baik dan pada intinya kita melihat bahwa tidak ada media yang independent pada saat pemilu presiden.”

Informan IV juga menilai bahwa, pemberitaan di tvOne pada saat pilpres 2014 tidak ideal karena adanya keberpihakan. Meski Ia menilai bahwa media tidak ada yang independen saat pilres 2014 namun, akibat dari kepentingan penguasa media justru membawa kerugian bagi jurnalis tvOne pada akhirnya. Ia mencontohkan keberpihakan menjadi para reporter kesulitan untuk mendapatkan narasumber dan juga melakukan lobi-lobi terhadap orang-orang yang berseberangan dalam pemilihan presiden 2014.

“Belum ideal. Seharusnya yang ideal itu kita tidak mendukung salah satu pasangan calon. Kalaupun mendukung, usahalah agar public tidak terlalu mengetahui bahwa kita mendukung salah satu pasangan calon. Itu yang ideal. Media tidak ada yang independent, media itu pasti membutuhkan ruang..ruang tersendiri. Ruginya adalah pada saat kita terlalu condong pada salah satu pasangan calon dan saat pasangan calon itu kalah maka kitalah yang apes. Itungannya kan gitu kan, cari narasumber susah, melakukan lobi politik yang seharusnya kita bisa eksklusif dengan presiden terpilih kita yang baru susah juga susah. Seharusnya kan tidak seperti itu.”

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Diskusi

Peneliti berusaha mengungkap dan mengkaji lebih lanjut atas apa yang dikatakan oleh Shoemaker dan Reese terkait faktor-faktor yang memengaruhi isi media. Dalam konteks ini, pada pemilihan presiden 2014 menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut karena saat itu hanya dua kandidat calon presiden yang bertarung antara pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa dengan Joko Widodo-Jusuf Kalla. Pertarungan sengit antara kedua kandidat tersebut tidak hanya melibatkan tim sukses kedua pasangan capres cawapres namun juga melibatkan sejumlah media yang turut mendukung dan berada di belakang kedua pasangan capres cawapres tersebut untuk memenangkan pemilihan presiden 2014. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji lebih jauh peran dari jurnalis tvOne, yang saat itu televisi yang dimiliki oleh keluarga Aburizal Bakrie yang menjadi ketua umum Partai Golkar mendukung pasangan capres cawapres Parabowo Subianto-Hatta Rajasa dalam pemilihan presiden 2014.

Adanya keterkaitan antara kebijakan redaksi tvOne dengan kepemilikan media pada saat pilpres 2014 menjadi penting untuk disoroti. Berbagai kepentingan saat itu saling berkelindan antara kepentingan pemilik, kepentingan politik, kepentingan ekonomi dan juga kepentingan masyarakat untuk mendapatkan berita. Hal ini juga tidak terlepas dari peran individu jurnalis itu sendiri, dimana mereka memproduksi sebuah berita yang akan disajikan kepada khalayak. Sebagai individu tentu jurnalis memiliki nilai-nilai yang dianutnya, baik itu secara personal maupun secara etika jurnalistik. Maka dalam konteks pilpres 2014 tidak menutup kemungkinan adanya konflik kepentingan antara faktor-faktor yang disebut oleh Shoemaker dan Reese kemudian dapat saling memengaruhi antara satu dengan lainnya.

5.2. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dalam menjawab peran individual level, rutinitas media, pengaruh organisasi, pengaruh eksternal media serta, pengaruh

ideologi dalam budaya produksi pada *newsroom* TVONE di pilpres 2014, adalah sebagai berikut:

1. Dalam level individu, jurnalis tvOne melihat calon presiden nomor satu Prabowo Subianto merupakan sosok yang tegas serta kepemimpinannya sudah teruji, terbukti saat Ia memimpin kesatuannya saat pernah menjabat di TNI. Prabowo juga dinilai memiliki kematangan politik yang mumpuni. Selain itu, menurut jurnalis tvOne juga Prabowo Subianto lebih memiliki visi dan misi yang jelas untuk memimpin Indonesia seperti yang pernah Ia paparkan dalam kampanye calon presiden 2014. Namun, dibalik hal itu jurnalis tvOne juga sepakat bahwa Prabowo Subianto memiliki kelemahan dalam isu hak asasi manusia. Hingga saat ini Prabowo tidak dapat membuka secara terang benderang terkait permasalahan pelanggaran hak asasi manusia yang dituduhkan kepadanya sebagai dalang kerusuhan dan penculikan serta penembakan sejumlah aktivis di era reformasi Mei 1998. Sebaliknya, Joko Widodo dinilai oleh jurnalis tvOne sebagai sosok yang belum teruji kepemimpinannya dalam skala nasional. Jokowi dinilai belum pantas untuk maju sebagai calon presiden di 2014 karena dianggap belum menyelesaikan tugasnya sebagai gubernur DKI Jakarta bahkan saat Ia menjabat sebagai walikota solo untuk periode kedua pun Jokowi belum menyelesaikan sejumlah permasalahan di Solo namun sudah beranjak menjadi pemimpin di ibukota Jakarta. Sehingga menurut jurnalis tvOne program-program Jokowi yang diwacanakan saat Ia menjabat baik sebagai walikota maupun gubernur DKI Jakarta belum sepenuhnya terealisasi sehingga belum ada bukti yang konkret untuk menunjukkan keberhasilannya. Artinya, dalam pandangan setiap individu jurnalis tvOne menandakan pilihan politik mereka sudah terbentuk kepada salah satu pasangan calon presiden yang dianggap mereka memiliki kelebihan. Hal ini ditandai dengan argumen-arguman yang diberikan oleh jurnalis tvOne yang memiliki pengetahuan tentang masing-masing calon presiden 2014. Dapat ditarik kesimpulan bahwa apa yang dikatakan Shoemaker dan Reese individual pekerja media yang meliputi nilai-nilai dan juga keyakinan personal seorang jurnalis didalamnya termasuk pandangan politik yang menjadi sikap dari seseorang dalam pengambilan keputusannya

dalam berpolitik. Sehingga sikap personal, nilai dan keyakinan jurnalis juga memiliki pengaruh yang besar terhadap isi media

Meski demikian, sebagai jurnalis mereka tetap menerapkan etika jurnalistik dengan mengedepankan fakta-fakta dalam membuat berita. Berita-berita tvOne pada saat pilpres 2014 dinyatakan tidak pernah berisikan tentang fitnah kepada salah satu calon presiden. Namun mereka tak menampik bahwa kepentingan pemilik juga menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat berita saat pilpres 2014. Disitulah diakui juga terjadi konflik kepentingan di dalam diri masing-masing individu jurnalis tvOne.

2. Rapat redaksi di tvOne yang masuk ke dalam rutinitas media menjadi sangat penting karena proses justifikasi setiap berita akan ditentukan. Pada saat pilpres 2014 tentu berita yang menjadi prioritas adalah tentang kedua pasangan capres 2014 saat itu. Seluruh unsur redaksi yang berperan sebagai *gatekeeper* hadir dalam rapat tersebut mulai dari pimpinan redaksi hingga asisten produser. Penentuan berita yang layak tayang saat program Presiden Pilihan Rakyat dikatakan oleh jurnalis tvOne tentunya adalah informasi-informasi yang memiliki nilai berita yang terkait dengan kedua pasangan capres. Penentuan agenda setting tvOne juga ditentukan saat rapat redaksi. Selain itu, penugasan para reporter juga ditentukan berdasarkan keputusan hasil rapat redaksi dalam menentukan berita apa saja yang akan ditayangkan oleh tvOne pada saat pemilihan presiden 2014. Rapat redaksi menjadi saat yang krusial karena disitulah akan terjadi perdebatan panjang terkait penentuan berita-berita yang akan ditayangkan oleh tvOne. Seluruh unsur yang hadir akan melakukan diskusi sebelum produksi berita dilakukan. Ini disebabkan beragamnya individu yang membawa kepentingan masing-masing kemudian dituangkan dalam suatu forum yang kemudian dibahas untuk mencapai suatu kebijakan redaksi. Rapat redaksi sebagai bagian dari rutinitas media menjadi penting karena untuk menayangkan suatu isu menjadi berita diperlukan berbagai sudut pandang. Hal itu didapatkan dari masing-masing individu jurnalis yang memiliki beragam latar belakang, baik atas kedekatannya dengan partai politik ataupun organisasi masyarakat tertentu.

Sehingga, suatu isu dapat dibahas secara komprehensif terlepas dari hasil kebijakan redaksi seperti apa yang akan diambil.

3. Pengaruh organisasi terhadap isi berita di tvOne pada saat pilpres 2014 diakui oleh jurnalis tvOne memang terlihat jelas. Keberpihakan tvOne kepada capres Prabowo Subianto memang tak dapat dipisahkan dari sikap politik pemilik tvOne. Namun, jurnalis tvOne tidak dapat menjelaskan secara pasti intervensi pemilik terhadap kebijakan redaksi. Mereka mengakui intervensi langsung dari pemilik ke meja redaksi tidak pernah terlihat. Namun adanya arahan yang datang dari wakil pimpinan redaksi adalah nyata, dengan mengarahkan pemberitaan sesuai dengan peta politik yang terjadi saat itu, yang berhubungan dengan pemilik tvOne. Meski begitu pemberitaan di tvOne saat pilpres 2014 diakui tidak seluruhnya berisi tentang capres Prabowo Subianto maupun koalisi merah putih. Redaksi tvOne tetap memberikan porsi kepada capres Joko Widodo meski dalam porsi yang berbeda. Tidak dibantah pula bahwa dalam pilpres 2014 pemberitaan tvOne terhadap capres Joko Widodo mengandung unsur *negative campaign* namun tetap mereka menerapkan unsur *cover both side* dengan menghadirkan narasumber yang dianggap kredibel untuk menjawab isu yang digulirkan oleh tvOne. Artinya tvOne sebagai media menjadi partisan saat pilpres 2014 untuk mengakomodir kepentingan dari pemilik modal yang saat itu juga memiliki kepentingan politik. Dalam struktur organisasi media posisi paling atas ditempati oleh pemilik media. Pengaruh mereka cukup besar di dalam organisasi media. Pada akhirnya pemilik juga lah yang menunjuk para eksekutif untuk mengatur jalannya sebuah organisasi. Jika pekerja tidak menyukai perintah yang diberikan maka mereka dipersilahkan untuk berhenti dan posisinya akan diganti dengan orang lain. Hal ini pula yang kemudian mengurangi otonomi jurnalis dalam melakukan pemberitaan karena adanya intervensi manajemen. Pimpinan perusahaan dapat saja mendikte isi media secara langsung.¹⁰⁶ Meski begitu, pengaruh organisasi tidak lantas memangkas hak politik dari masing-masing individu jurnalis tvOne. Mereka tetap dibebaskan untuk

¹⁰⁶ Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers. Hal: 163-169.

membela dan memilih salah satu calon presiden. Syaratnya tentu saja keberpihakan masing-masing individu terhadap salah satu calon presiden tidak boleh memengaruhi mereka dalam membuat berita.

4. Rating yang menjadi acuan banyaknya penonton yang menyaksikan tvOne membuktikan bahwa program presiden pilihan rakyat menduduki peringkat teratas saat itu. Ini membuktikan bahwa afiliasi pemberitaan tvOne terhadap koalisi politik tertentu maupun calon presiden tertentu tidak lantas membuat tvOne ditinggalkan oleh penonton. Tak hanya itu, faktor eksternal lainnya yang memengaruhi isi berita tvOne saat pilpres 2014 adalah tertutupnya akses peliputan terhadap calon presiden Joko Widodo sehingga tvOne tidak memiliki material kasar untuk memberitakan capres nomor dua tersebut. Pemilihan narasumber pun dipilih secara selektif saat rapat redaksi yang tujuannya agar narasumber tersebut dapat mendukung pemberitaan yang sesuai dengan kebijakan redaksi yang telah ditentukan.
5. Jurnalis tvOne sepakat bahwa saat pilpres 2014 seluruh media di Indonesia tidak ada yang sepenuhnya netral. Bukan hanya tvOne yang saat pilpres 2014 berpihak kepada salah satu pasangan capres, namun media-media besar lainnya baik televisi maupun cetak memberikan dukungannya kepada salah satu capres. Ini dapat diartikan bahwa khitah dari media menjadi pudar saat pilpres 2014 karena digunakan sebagai alat politik bagi elite yang berkuasa, termasuk didalamnya adalah pemilik media untuk menyebarkan ideologinya. Hal ini telah disadari oleh jurnalis tvOne namun sebagai pekerja mereka menyadari bahwa pemilik media memegang kendali atas pekerjaannya.

5.3. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, berikut implikasi penelitian baik secara akademis maupun praktis:

5.3.1. Implikasi Akademis

Penelitian ini pada dasarnya merupakan sebuah kajian yang berusaha mengelaborasi proses produksi dalam ruang redaksi pemberitaan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi isi berita. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan kajian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi isi

berita, mengingat saat ini banyak media yang dimiliki oleh elite partai politik sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut.

5.3.2. Implikasi Praktis

Secara praktis, kajian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi media terutama jurnalis. Sehingga para jurnalis di Indonesia tidak lagi hanya memikirkan kepentingan pemilik semata namun juga dapat memberikan pendidikan politik kepada masyarakat terutama dalam hal penggunaan hak-hak politiknya dalam pemilihan presiden. Tak hanya jurnalis, kajian ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya kritis khalayak dalam memilih berita sebagai referensi politiknya agar tidak terjebak dengan informasi-informasi yang keliru.

5.4. Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini rekomendasi penelitian baik secara akademis maupun praktis:

5.4.1. Rekomendasi Akademis

Penelitian ini pada dasarnya mengelaborasi faktor-faktor yang memengaruhi isi media khususnya pada saat pilpres 2014. Dalam pengamatan yang peneliti lakukan terhadap isi media yang ditentukan dalam ruang redaksi tidak berdiri sendiri, meski terdapat beberapa faktor lain namun pendalaman lebih lanjut menjadi menarik untuk dilakukan terkait dengan sistem kepemilikan media dengan isi berita.

5.4.2. Rekomendasi Praktis

Bagi jurnalis hendaknya tetap mengedepankan independensi dalam memproduksi berita meski terjadi tarik menarik kepentingan. Bagi pemerintah maupun legislatif juga perlu adanya tindakan tegas terhadap media-media yang mengesampingkan kode etik jurnalistik demi mengakomodir kepentingan pemilik dibandingkan dengan kepentingan masyarakat. Perubahan undang-undang juga dapat dipertimbangkan untuk memberikan efek jera kepada lembaga penyiaran terutama televisi yang dianggap melanggar.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Albarran, Alan B. 1996. *Media Economics*. USA: Iowa State University Press.
- Allan, Stuart. 2004. *News Culture 2nd Ed*. NY: Open Univ Press.
- Baran, Stanley J and Davis Dennis, K. 2003. *Mass Communication Theory 3rd Ed Foundation, Ferment, and Future*. Canada: Wadsworth.
- Basrowi, dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bennet, W Lance. 2001. *News The Politics of Illusion. 4th ed*.
- Bernadette, Casey. 2002. *Television Studies: The Key Concept*. Routledge.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Burton, Graeme. 2007. *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Curran, James. 2000. *Media Organizations in Society*. NY: Arnold Publisher.
- Dainton, Marianne and Zelley, Elaine D. 2011. *Applying Communication Theory for Professional Life: a Practical Introduction*. USA: SAGE Publication.
- Downing, John D. H. et al. 2004. *The Sage Handbook of Media Studies*. USA: Sage Publications, Inc.
- Faizal Noor, Henry. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory 8th Ed*. NY: McGraw-Hill.
- Kovach, Bill and Rosenstiel, Tom. 2006. *Terjemahan: 9 Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Littlejohn, Stephen W and Foss, Karen. 2009. *Encyclopedia Of Communication*. California: SAGE Publication, Inc.
- McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: SAGE Publication.
- McQuail, Denis. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosda.

- Muhtadi, Burhanuddin. 2013. *Perang Bintang 2014: Konstelasi dan Prediksi Pemilu dan Pilpres*. Jakarta: Noura Books.
- Nyoman Kutha Ratna. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Potter, W James. 2005. *Media Literacy 3rd Ed*. USA: SAGE Publication.
- Shoemaker, Pamela J and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman Publishers.
- Straubhaar, J. LaRose, R., & Davenport, J. 2011. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. 5th Ed. USA: Wadsworth.
- Tomber, Howard. 1999. *News A Reader*. USA: Oxford University Press.
- Vanderstoep, Scott W dan Johnston, Deidree D. 2009. *Research Methods for Everyday life*. Jose Bass.
- Wimmer, D Roger. Dominick, Joseph R. 2000. *Mass Media Research: An Introduction*. Wadsworth.

JURNAL

- BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 7 - number 1 – 2011.
- SK, Ishadi. 2011. *Television Industry Dynamics in New Order Era The Effect of Broadcasting Policy Towards News Report*. International Journal of Administrative Science & Organization Volume 18, #2.
- Tresch, Anke. 2007. *Politicians in the Media: Determinants of Legislator's Presence and Prominence in Swiss Newspapers* University of Geneva.

SUMBER DARING

- <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/19/golkar-dan-gerindra-deal-koalisi>. Diakses pada 8 September 2014.
- <http://surabaya.bisnis.com/m/read/20140618/94/72328/ini-data-lengkap-pemberitaan-tv-one-dan-metro-tv-tentang-prabowo-dan-jokowi>. Diakses pada 10 September 2014.
- <http://www.tempo.co/read/fokus/2014/05/26/2943/Jokowi-Prabowo-Berperang-Lewat-Media>. Diakses pada 10 September 2014.

Lampiran Wawancara WK

1. Bisa dijelasin latar belakangnya mas, usia, pendidikan, kemudian periode sebagai jurnalis!

Nama saya WK, ee saya sekarang lulusan S1 Ilmu Komunikasi Gajah Mada terus, saya sekarang menempuh pendidikan S2 di universitas Paramadina, belum selesai sih masih dalam tahap penyusunan tesis saya, fokusnya di studi komunikasi politik. Saya masuk ke tvone tahun 2007 tepatnya bulan November jadi kalau dihitung sampai sekarang sudah hampir 8 tahun. Saya menjadi penanggung jawab berita harian sejak 2 tahun terakhir. Sebelum di Tvone saya di Metro TV. Ee..sebelum di Metro TV saya bekerja di sejumlah perusahaan swasta di luar media. Jadi karier jurnalistik saya, belajar jurnalistik secara professional di SCTV.

2. Mas, terkait pilpres kemarin penilaian Anda terhadap masing-masing capres bagaimana?

Eee..sebenarnya pilpes kemarin itu kondisi yang terjadi saat pemilihan presiden kemarin itu sebuah kondisi luar biasa sebenarnya bagi kehidupan bangsa Indonesia ya bagi kehidupan demokrasi. Ini adalah sebuah hal baru yang tidak pernah dialami bangsa ini, berbeda dengan Amerika yang sudah terbiasa berhadapan-hadapan itu kan, terpolarisasi terbagi dua kubu antara demokrat dan republik. Di indonesia tidak pernah hampir tidak pernah dalam sejarah dalam pemilihan presidennya seperti ini. Dan kemarin benar-benar terjadi seperti itu masyarakat terbagi dua kubu, capres masyarakat terpolarisasi, semua, PNS terpolarisasi terus kemudian pejabat terpolarisasi, pengusaha terpolarisasi, masyarakat biasa terpolarisasi, media juga terpolarisasi. Jadi, kemari tuh adalah sebuah kondisi yang memang suka ga suka ga bisa kita hindari. Nah, saya sebenarnya tidak dalam kapasitas bisa menilai secara profesional ya bagaimana ee dua capres tersebut. Saya sih meyakini dua-duanya membawa niat baik memperbaiki bangsa dengan sejumlah visi dan misinya. Barangkali ada orang lain yang lebih capable menilai kualitas dari dua capres itu. Cuma yang ingin saya garis bawahi adalah polarisasi tersebut memang membuat kehidupan bangsa indonesia itu luar biasa terbelah bahkan sampai tataran eee..dalam keluarga misalnya

perbedaan pilihan dalam keluarga itu bisa membuat konflik itu dalam keluarga dan buktinya sudah banyak dan itu sebuah diskursus baru yang sebenarnya bisa membuat eeee..menarik gitu. Di satu sisi saya juga mensyukuri ee..ada dua kubu yang akhirnya bertarung walaupun dengan segenap resiko yang akhirnya harus dihadapi yang meskipun rasanya pahit gitu. Artinya masyarakat diberikan pilihan untuk memilih si A atau si B dalam arti apakah memilih Jokowi atau memilih Prabowo. Kalau saya pribadi sih melihat dua-duanya dengan segenap kelebihan dan kekurangannya pasti punya niat baiklah untuk memajukan bangsa ini memakmurkan rakyat negeri ini dan sebagainya sehingga mereka yakin dan berani mencalonkan diri sebagai presiden.

3. Sebagai masyarakat tapi menilai sosok Prabowo itu seperti apa gitu mas?

Ya, kalau Prabowo kan memang saya sebagai masyarakat melihat Prabowo ya orangnya tegas, sosoknya tegas kemudian sejak awal dia ee memproklamirkan dirinya anti eee..intimidasi asing misalnya terus komitmen-komitmennya terhadap keutuhan NKRI atau kedaulatan bangsa Indonesia dari sisi apa pun ya ekonomi kemudian pangan, batas-batas wilayah dan sebagainya saya melihat eee..lebih jelas begitu. Artinya itu disampaikan secara eksplisit artinya ketika itu nanti ditagih itu lebih gampang karena disampaikan secara eksplisit disampaikan kepada publik lewat media atau dihadapan publik lewat kampanye dia. Saya melihat ee..Prabowo seperti itu sebagai masyarakat awam. Walaupun Prabowo juga memiliki catatan-catatan masa lalu yang baangkali juga tetap harus dibuktikan gitu. Betul ga Prabowo pernah melakukan pelanggaran HAM misalnya, betul ga pengadilan dia telah selesai dan sebagainya. Bagaimana gosip-gosip tentang perilaku dia yang ee...cenderung kasar misalnya terhadap bawahan misalnya, itu juga ada nilai-nilai negatif yang baangkali harus dibuktikan. Sekilas Prabowo seperti itu, walaupun tadi kelebihan-kelebihan yang saya sampaikan juga harus dibuktikan eee...seiring berjalannya waktu. Kalau Jokowi yaaa..kita sama-sama tahu dari awal sejak dari masih jadi Walikota Jokowi adalah sosok yang dianggap merakyat. Terus kemudian Jokowi dianggap dekat dengan rakyat karena blusukannya gitu jadi dekat dengan rakyat. Kemudian Jokowi terbantu

oleh media saat mobil nasional smk misalnya. Menjadi media darling kemudian melambungkan popularitasnya. Namun disisi lain Jokowi barangkali punya eee..kelemahan eee..misalnyajokowi belum teruji dalam kancah politik nasional. Jokowi tidak pernah memimpin sebuah wilayah yangbesar misalnya atau jokowi belum pernah berhadap-hadapan dengan kepentingan-kepentingan asing misalnya atau jokowi belum pernah teruji kemampuannya terhadap keutuhan NKRI misalnya. Berbeda dengan prabowo yang tadi, dia latar belakangnya adalah tentara yang memang kerjaannya tentara kan kesana. Dari sisi apapun pangan, kedaulatan ekonomi kemudian kedaulatan aset-aset nasional kemudian kedaulatan ee..wilayah dan sebagainya itu yang kemudian belum teruji dari jokowi. Sisi lain jokowi rakyat iya, dekat sama rakyat mau blusukan, sosoknya sederhana gitu kan kemudian itu tidak pernah terbayangkan kalau seorang presiden yang sebegitu sederhana dan sebagainya. Barangkali itu menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat indonesia.

4. Definisi berita menurut anda?

ee..berita adalah sebuah eee..kalau saya melihatnya berita tuh bukan sebuah realitas unsee tapi sebuah konstruksi realitas gitu kan. Jadi berita adalah informasi yang disampaikan kepada khalayak gitu kan eee..tentunya informasi yang punya nilai berita, ya kan. Nilai berita banyak sekali parameternya eee..slah satu yang aling sering di dengung-dengungkan dan yang paling penting adalah harus ada matter of public disana. Harus ada kepentingan publik disana. Nah,menurut saya berita adalah informasi yang harus mengandung unsur kepentingan publik kemudian disampaikan disebarkan seluas-luasnya kepada publik. Tapi disisi lain faktanya, di Indonesia atau bhakan diluar negara di semua media mainstream dimana pun saya melihat ee..berita tidak eee..bukan sebuah realitas unsee yang kemudian dipotret disampaikan apa adanya di masyarakat. Berita adalah kontruksi realitas gitu jadi ada proses editing disana ada prosesnya yang dibuat, ada proses yang kemudian di naikkan, ada proses eee menambahkan barangkali unsur musik background dan sebagainya untuk menambah dramatisasi dan sebagainya jadi saya melihat produk berita tidak lagi sebuah realita unsee tapi

menjadi sebuah konstruksi realitas. Jadi sudah ditambah dikurangi dan sebagainya, kemudian disampaikan kepada publik.

5. Kalau proses produksi berita di tvone sendiri seperti apa mas?

Tvone tuh sebenarnya simpel semuanya berawal dari rapat kemudian berakhir di rapat. Sesimpel itu sebenarnya. Jadi tvone itu saya selalu bilang semua yang ingin diproyeksikan harus dibicarakan di rapat, apa yang mau dikerjakan besok itu semuanya sudah harus dibicarakan bersama-sama di forum rapat redaksi yang sudah dihormati bersama-sama. Peristiwa apa yang mau di follow up, narasumber siapa yang mau dikejar, statement apa yang mau di cari kemudian agenda setting apa yang mau di eee arahkan itu semua di bicarakan di rapat redaksi. Jadi semuanya berawal dari rapat kemudian eee..kalau sudah yaa kemudian tugas teman-teman gathering kemudian mendeplayed itu pasukannya, orang-orangnya, reporter-reporternya, jurnalis-jurnalisnya, untuk kemudian belanja melakukan liputan-liputan untuk ee..memenuhi apa yang sudah disepakati di rapat redaksi gitu. Nah, kalau sudah eee..semua perolehan dari eee...bagian gathering itu kemudian di ee..pilah-pilah gitu mana yang kemudian layak tayang mana yang tidak layak tayang. Nah, penentuan layak tayang dan tidak layak tayang kan banyak sekali umpamanya. Tapi bagi saya yang paling penting adalah news value satu, news value. Penting gak buat publik gitu lho ada faktor penting ga buat publik matter of publicnya ada ga disana. Ada ga proximitynya dengan publik misalnya terkait dengan isu keamanan kah keselamatan jiwa publik terkait isu perutkah misalnya atau kesejahteraan masyarakat atau terkait dengan hal-hal yang lain itu harus tuh..clear, news value harus ada disana sebagai salah satu pertimbangan berita tuh layak tayang atau tidak. Tapi ada juga hal-hal yang lain yang kemudian memengaruhi berita itu jadi layak tayang atau tidak. Misalnya disana ada eee...kebenaran misalnya. Kebenaran yang mana yang kemudian jadi pertimbangan. Kebenaran yang kemudian dipercaya di ruang redaksi tvone gitu. Itu yang kemudian juga menjadi salah satu pertimbangan berita itu naik atau tidak naik.

6. Di rapat redaksi itu bisa diceritakan siapa saja yang hadir disitu, apa saja yang dibicarakan, kondisinya seperti apa saat rapat redaksi?

Saat rapat redaksi itu yang hadir itu adalah semua unsur pengambil keputusan di lingkup redaksi. Dari production adalah misalnya yang sudah pasti harus hadir adalah seorang produser eksekutif program dia harus hadir karena sejatinya pemred program itu ya produser eksekutif sebenarnya, dialah yang menentukan wajah program. Dialah yang menentukan kemana arah program, warna program, performance program, itu ada ditangan produser eksekutif. Baik buruknya program adalah cerminan baik buruknya kualitas eksekutif program. Tapi selain produser eksekutif, disana sudah tentu ada produser, ada asisten produser, itu dari production. Ditambah lagi manager production seperti saya atau ada GM, ada wapimred misalnya, sesekali datang ke rapat redaksi. Kemudian di gathering seperti itu juga disana ada produser eksekutif gathering. Dialah yang menentukan wajah perolehan raw material. Dia harus hadir mambantu mengarahkan apa yang menarik, apa yang tidak menarik dan sebagainya karena pertimbangannya kan tidak hanya matter of public tapi sebagai sebuah industri televisi, industri media, kita pasti dibebani dengan kepentingan ekonomi misalnya karena ada kepentingan iklan disana. Mendapatkan iklah media di indonesia suka ga suka masih menggunakan rating sebagai slah satu acuannya. Suka ga suka kita harus mengakui nielsen sebagai salah satu patokan yang dipakai oleh para ad agency atau para klien pemasang iklan misalnya. Suka ga suka, jadi temen-temen produser eksekutif gathering harus hadirdisitu. Kemudian korlip harus hadir disitu, assistant korlip barangkali kalau ada harus hadir disitu. Itu kira-kira unsur-unsur yang harus hadir dalam rapat redaksi. Biasanya ditambah oleh litbang karena mereka bisa memberikan analisis-analisis atas tayangan-tayangan sebelumnya kemudian membantu memberikan proyeksi tayangan apa yang baik bagi sebuah program kira-kira. Itu yang hadir. Nah apa kemudian yang dibahas, yang dibahas adalah yang tadi itu, ketika rapat redaksi proyeksi ya kita membahas tuh peristiwa-peristiwa apa saja yang harus di follow up jadi ya memang sudah terjadwal peristiwa-peristiwa. Kemudian diluar itu kita tentukan agenda setting apa saja yang mau kita kejar. Mau kemana headline kita, narasumber siapa yang harus kita kejar untuk mendukung headline kita untuk berjalan dengan baik dan sebagainya. Contoh misalnya tvone ingin

membuat sebuah pemberitaan eee..untuk mengingatkan presiden jokowi bahwa dia dipilih oleh rakyat, dia tidak boleh tunduk oleh partai manapun misalnya. Tvone tidak bisa berbicara itu, karena itu opini harus ada orang lain yang berbicara itu, kalau memang agenda setting tvone memang mau mengingatkan jokowi untuk tidak takut terhadap partai tapi harus tunduk terhadap rakyat makanya kemudian kita harus mengejar narasumber. Pengamat politik yang kira-kira bisa ngomong bahwa jokowi dipilih oleh rakyat, jokowi sebagai kepala negara tidak harus sering-sering datang ke teuku umar misalnya untuk lapor ke megawati terhadap kebijakan-kebijakannya. Kalau seperti itu kan sifatnya agenda setting. Kita ga bisa tuh sama sekali sampaikan lewat lidah kita, lewat dubbing kita, lewat naskah kita kalau jatuhnya opini, mediadilarang beropini makanya kita cari narasumber-narasumber yang bisa bicara seperti itu.

7. Yang menentukan narasumber-narasumber itu produser yang hadir disitu?

Di forum rapat redaksi kemudian narasumber-narasumber itu ditentukan, siapapun oleh bicara disitu. Produser boleh sampaikan usulannya disitu. Korlip boleh bicara menyampaikan usulnya, manager boleh bicara, prodeks berbicara, siapa saja boleh bicara, nanti kita mufakatkan disitu, siala yang kira-kira paling baik mewakili untuk berbicara mewakili agenda setting kita misalkan begitu. Kalau yang peristiwa kan relatif liputan peristiwa lah ya, yang penting cover both side, eee kita tidak melanggar kode etik jurnalistik, tidak melanggar P3SPS, relatif sudah selesai. Tapi agenda setting itu yang harus kita berhati-hati itu yang harus dibahas. Semua dibahas, proyeksi yang kita bahas secara detail eeee.. narasumber siapa, apa pertanyaannya, TOR nya seperti apa untuk para reporter yang akan jalan semuanya kita sampaikan disana eee..itu yang kemudian dibahas eee..di rapat yang sifatnya proyeksi. Tapi di rapat redaksi yang sifatnya budgeting untuk menyusun sebuah rundown itu biasanya lebih kompleks yang dibahas biasanya kita harus cek apa saja perolehan kita seberapa sesuai yang sudah kita proyeksi, satu itu yang kita bahas. Yang kedua kemudian kita eee..menentukan eee..kelayakan berita mana yang layak di segmen satu mana yang layak naik, segmen dua mana yang naik, segmen tiga, itu kita tentukan dengan berbagai judgment

misalnya kita harus tahu profil audience kita di setengah jam pertama siapa, setengah jam kedua siapa, setengah jam ketiga siapa profil audience kita, laki-laki kah ibu-ibu rumah tangga, tua, muda dan sebagainya. Apa referensi pemberitaan dia dan sebagainya. Karena sekali lagi saya katakan tadi karena media adalah entitas bisnis selain dia adalah entitas media yang menyampaikan fungsi-fungsi yang sifatnya idealis, dia juga menjalankan fungsi-fungsi yang sifatnya bisnis. Nah, bisnis ini yang juga harus diperhatikan gitu, ada pertimbangan rating disana, suka ga suka ada pertimbangan iklan disana. Jadi ketika masang berita pun eee..produser juga harus yakin nih selain beritanya penting, unsur-unsur news valuenya terpenuhi, penting semua yang sifatnya idealis terpenuhi tidak melanggar dan sebagainya pastikan harus ditonton orang, ditonton sebanyak-banyaknya ratingnya tinggi, menarik dan sebagainya. Termasuk packagingnya seperti apa di rapat budgeting dibahas juga. Apakah peristiwa atau eeee..item pemberitaan A akan dikemas menjadi paket, atau dikemas menjadi VO atau menjadi VO SOT, apa reader SOT semua dibicarakan di rapat redaksi yang sifatnya budgeting. Kalau misalkan paket itu juga kita detailkan, paketnya itu isisnya seperti apa. Apakah cuma SOT dan naskah atau ada grafis disitu misalnya, atau ada natsound disitu. Atau jika ada hal-hal yang sensitif, sudah jadi kewajiban seorang manager yang mengingatkan. Misalnya, hal-hal yang sifatnya ee..pemberitaan yang sifatnya eeee..terkait pelecehan seksual misalnya, atau kejahatan yang melibatkan anak-anak kan ada kaidah-kaidah P3SPS yang harus kita taati. Itu juga kita yang harus pastikan teman-teman tidak melanggar, untuk menghormati masing-masing pihak yang terlobat di dalam eee..pemberitaan kita.

8. Untuk pilpres kemarin porsi pemberitaan di tvone itu seperti apa mas?
Dibilang imbang pasti engga, udahlah semua orang pasti tahu itu. Nah, kemarin kita sama-sama tahu, sama-sama harus akui itu bahwa ada dua media televisi berita yang kemudian terpolarisasi. Tvone ada di kubu prabowo suka gak suka metro tv ada di kubu jokowi, saya tidak ingin berbicara soal metro, saya tidak ingin berbicara tentang metro tapi concern saya ada di tvone, karena saya salah satu penanggung jawab disana. Saya bilang ke kawan-

kawan, begini temen-temen produser saya lebih suka kalian tidak memberitakan jokowi daripada kalian memberitakan jokowi tapi kalian menjelek-jelekan, itu menjadi lebih tidak fair. Kalau memang kalian menjagokan prabowo dan tv ini sudah bersepakat menjagokan prabowo, yasudah beritakan prabowo yang baik-baik. Angkat dia tapi jangan pernah lakukan black campaign terhadap jokowi, karena kampanye hitam tidak boleh. Kalau kalian jagonya adalah si A prabowo yasudah beritakan yang baik-baik saja tentang prabowo, angkat dia, prestasi dia, ketegasan dia, sisi positif dia angkat gpp. Tapi kita tetep harus menjaga porsi buat lawannya jokowi kita beritakan, jokowi dalam porsi kalau dia kampanye kita beritakan dia kampanye kemana, ngomong apa ya sudah selesai tapi kemudian tidak kita panjang-panjangkan ya. Barangkali metro juga melakukan seperti itu, tapi saya mewanti-wanti temen-temen tidak usah kemudian menjelek-jelekan jokowi. Mending kalian memberitakan yang baik-baik tanpa harus menjelekan yang lain-lain. Prinsipnya seperti itu. Kalau dibilang imbang ga mungkin imbang. Kita sama-sama tahu gitu. Hamir setiap hari prabowo nongol di tvone. Berita-berita yang baik tentang dia nongol di tvone. Tapi temen-temen bisa cek itu di library tvone jarang sekali pemberitaan-pemberitaan yang menjelekan jokowi atau black campaign terhadap jokowi. Tapi kalau negative campaign iya. Negative campaign itu dalam arti gini, kita beberkan bebra persoalan-persoalan yang masih menjadi PR Jokowi ketika masih menjabat jadi walikota (solo). Yah itu fakta, orang harus tahu dong gitu calon presiden sebelah sana juga punya persoalan lho. Tapi kita menjelaskannya juga tetep harus cover both side. Artinya gini, ketika kita menyodorkan data-data kemudian menyerang jokowi dalam arti mengkritisi dia kita harus yakinkan dipaket itu harus ada orang mereka yang menjawab tudingan-tudingan itu. Saya sih sesimple itu. Itupun porsinya juga masih sedikit.

9. Kalau dihitung prosentasenya berapa mas?

Aku ga bisa menghitung pasti sih. Tapi barangkali yaaa 80-20 kali kalau engga 70-30. Kalau misalnya teman-teman itu..sebenarnya kalau mau data lengkapnya kpi ada itu. Kalau saya melihat sebenarnya metro itu lebih banyak

memberitakan prabowo tapi yaaa menurut saya beritanya itu tendensius. Makanya saya bolang ke teman-teman gausah jelek-jelekin jokowi kalau kalian sudah menjagokan prabowo dan tv ini juga menjagokan prabowo dan kita sudah tunduk oleh keputusan redaksi ya sudah beritakan saja prabowo. Tanpa harus menjelek-jelekan jokowi.

10. Ksepakatan tvone untuk mendukung prabowo apakah ada perintah dari atas ataukah itu adalah kesadaran jurnlis karena mereka bekerja kepada siapa..

Saya bilang gini, kalau keputusan dimana kaki tvone itu sudah pasti bukan keputusan redaksi yang sudah saya ceritakan tadi di level besar, tapi sudah pasti di level top management aja BOD aja ke atas gitu.

11. Artinya memang ada?

Yaa pembahasan itu ada di level BOD saya pun tidak terlibat dalam prosesitu bahwa kemudian tvone itu ada di kubu prabowo misalnya, saya pun tidak terlibat. Keputusan itu pasti diambil oleh BOD keatas gitu. Nah, kemudian saya samapike ke temen-temen level produser atau semua yang ada di bawah saya di bagian production bahwa hak politik kalian dihormati cleaar. Kalian boleh berkampanye jokowi terserah gapapa, kalian boleh kampanye, kalian boleh bagi-bagi sticker, kalian boleh bagi-bagi kaos dan sebagainya selama itu tidak dilakukan selama temen-temen eee..kerja atau menjalankan proses produksi. Suka gak suka harus seperti itu. Ketika temen-temen duduk di dalet di tempat produksi, temen-temen harus bikin berita yang harus mengunggulkan prabowo ya temen-temen harus fair. Itu kebijakan redaksi yang sudah dipilih oleh eee..oleh perusahaan gitu. Oleh media, oleh tvone.

12. Nah keputusan BOD itu sampai ke pemberitaan?

Lho sampe...

13. Berarti memang ada perintah dari atas seara hierarkis?

Lha ya iya dong, sampe keatas. Walaupun tidak menutup mata walau banyak juga produser-produser yang pro prabowo. Nah itu lebih mudah buat saya. Berati seiring itu kepentingan. Yang kontra ada ga? Ya ada juga. Ya saya bilang kepada temen-temen yang kontra, temen-temen bolehkintra ga masalah tapi ketika temen-temen duduk di ruang redaksi, temen-temen sudah mengerjakan paket berita, memproduksi paket berita ya temen-temen harus

taat dengan kebijakan redaksi yang sudah kita sepakati. Begitu temen-temen selesai, temen-temen keluar dari newsroom, gausah keluar dari pagarlah masih dalam halaman mau hidup jokowi mau kemudian eee..bagi-bagi sticker dan sebagainya itu hak politik temen-temen. Hak politik temen-temen saya hormati dan tidak saya persoalkan. Tapi ketika temen-temen tidak boleh kemudian mencuri-curi, tidak boleh kemudian menyusupkan kalimat-kalimat yang kemudian tidak sesuai dengan apa yang sudah kita sepakati dan sebagainya.

Nah memang ada proses hierarki yang kamu sampaikan bahwa yaaa..memang kemudian kita akan berpihak ke prabowo ya ada. Saya rasa di semua media juga kaya begitu. Nah yang kemudian terjadi adalah kepentingan yang disampaikan seara hierarki tadi ketemu dengan kebetulan memang pelaksana-pelaksana yang juga selaras kepentingannya. Dalam hal ini pro prabowo juga, yang pro jokowi ada ga? Ya ada..saya yakin di Metro juga seperti itu. Yang pro Jokowi banyak yang pro prabowo pasti juga ada yaa sama aja gitu. Sesimple itu.

14. Yang jadi prioritas apa mas saat itu berita-berita yang ingin ditonjolkan oleh tvone?

Pasti berita-berita yang ingin menjukan prabowo adalah sosok yang baik ya kan dari sisi yang tegas, komitmennya terhadap keutuhan NKRI jelas. Komitmennya terhadap kedaulatan rakyat jelas terus komitmennya terhadap intervensi asing ya jelas. Sosoknya itu yang kita munculkan apa ya..masyarakat indonesia itu kan penonton tv kita itu kan mohon maaf nih karakter penonton tv kita itu yang pendidikannya rendah jadi yang merekalihat itu harus eksplisit, jadi yang kita sajikan itu adalah gaya pidatonya dia yang memang berapi-api misalnya. Style diayang mirip soekarno misalnya dan sebagainya. Jadi presiden tuh engga, presiden tuh ga harus selalu miskin lho, ga harus naik bajaj presiden boleh juga naik fortuner atau naik lexus. Soekarno dulu juga naik kaya gitu, bapaknya megawati dulu itu juga ga pernah naik bajaj gitu, naiknya juga mobil-mobil mewah gitu. Jadi presiden yang memang harus seperti itu ya. Itu bagian dari upaya bahwa ada sosok positif disini tanpa harus menyerang yang sana gitu. Sosok yang bisa

diterima semua kalangan atau tokoh-tokoh yang mempunyai pengaruh besar di masyarakat. Misalnya kita putar gus dur bilang prabowo gitu atau kiai siapa gitu pasuruan atau surabaya aku ga begitu hafal kalau temen-temen buka lagi di library bahwa parbowo ini dan sebagainya tanpa harus menjelekan jokowi. Jokowi mau endorsement dari siapapun juga..atau kita roll statementnya JK misalnya kalau jokowi jadi presiden hancur. Itu faktanya itu bukan black campaign lho, itu negative campaign iya. Itu kan fakta JK ngomong. Kita gak rekayasa apa pun dari kalimat itu, keluar dari kata-kata dia.

15. Di layar tv one apa juga ada layar untuk jokowi?

Ada. Saya sampaikan tadi 30 persen untuk jokowi. Dia kampanye dimana ya kita harus kasih, kasih ruang buat dia.

16. Tapi waji juga ga itu mas?

Ya wajib dong tapi hanya dengan porsi yang berbeda. Kalau ditanya porsinya imbang ga? Ya engga jujur aja. Media lain juga begitu tidak berimbang begitu.

17. Untuk menentukan berita yang layak tayang atau engga saat pilpres itu gimana mas?

Kalau pilpres itu kan isunya uma dua itu aja kan. Kalau kegiatan kampanye dua kandidat itu aja kan layak, sudah pasti layak.

18. Tapi ketika ada sosok prabowo yang diserang apakah itu juga ditayangkan atau memang ada pemilihan-pemilihan khusus gitu?

Ditayangkan iya selama itu ada yang ngebelain yang lebih kuat, iya dong. Harus ada yang belain gitu. Tayangkan, karena kalau tidak ditayangkan kalian membiarkan isunya liar anpa counter ya kan. Sementara kita semua sama-sama tahu semua media saat itu kan ada di kubu jokowi, suka ga suka kita harus hadapin itu kan. Yang jadi media darling saat itu kan Jokowi. Kalau ketika prabowo itu di serang kan pasti dia menjadikan itu headline kan kalau kemudian tv one meninggalkan isu itu ga ada upaya counter disitu dari kubunya prabowo misalnya/ jadi sebenarnya polarisasi itu harus kita syukuri sebenarnya. Bayangkan rif kalau misalnya tv one juga ada di kubu jokowi tidak ada demokrasi sama sekalihari ini. Masyarakat tidak mendapatkan

gambaran informasi yang berimbang. Berimbang dalam arti begini, kalau misalnya tvone 70-30 ya, metro melakukan hal yang sama ya kan. Prabowo 30 Jokowi 70 berimbang kan? Kemudian masyarakat mendapatkan informasi yang banyak. Masyarakat kalau mau melihat yang positifnya prabowo dan beberapa negative campaignnya Jokowi ya tvone. Mau lihat sebaliknya metro tv, sesimple itu. Ga mungkin kita tinggalin engga. Kita pasti ada upaya counter disitu sudah pasti ga mungkin engga. Kegiatan-kegiatan kampanye sudah pasti tayang dua-duanya nah isu-isu yang running itu kan, pertemuan ini sama ini, ini sama ini, isu itu goreng, isu itu digoreng jadi ya itu, akhirnya memang pas pilpres itu sebagian besar tidak berbasis pada peristiwa tapi berbasis agenda setting.

19. Yang memiliki peran besar untuk menentukan agenda setting itu siapa mas? Yang punya peran besar tentukan agenda setting ya level pimpinan sih, prodeks keatas. Ya kada ada rapat gitu ya. Jadi rapat itu kan degradasi gitu kan. Ada rapat-rapat yang memang untuk level manager keatas, ada rapat-rapat yang sampe ke level assistant producer. Bahkan diawal-awal itu saya itu menyampaikan kebijakan redaksi itu sampe level produser eksekutif. Tidak pernah sampe level assistant producer. Kenapa karena saya ingin temen-temen produser atau asprod itu tidak merasa tertekan gitu. Tidak merasa psikologi mereka itu biar ngerasa ga ada yang nekan gua ga ada yang memaksa-maksa ga ada yang merintah-merintah dan sebagainya. Semua musti balik lagi ke kreativitas gitu. Makanya tugas beratnya ada di prodeks, saya minta kalau isalnya ada usulan produser yang tidak sesuai dengan kebijakan redaksi tugas kalian adalah mendebatnya. Dan kalian harus meyakinkan kalian menang. Jadi ketika keputusannya itu diambil tuh semua elemen sadar bahwa ini hasil perdebatan dan hasil musyawarah dan yang menang memang usulan dari produser eksekutif gua. Nah keputusan itu harus kita hormati, keputusan apa. Jadi ga ada unsur gua dipaksa soalnya. Aku gitu...aku ga pernah menyampaikan secara detail kebijakan redaksi pada level produser atau asprod ga pernah. Tugas produser eksekutif ya tugasnya adalah mempertahankan itu dengan cara apa ya itu dengan cara berargumentasi di rapat. Pakai apa, ya nilai-nilai berita., justifikasi dan

sebagainya. Tugas produser memang berat pada saat pilpres 2014 gitu. Walaupun saya juga ikut membantu misalnya di proses rapat redaksi. Jadi ketika saat semua keputusan itu diambil yang sesuai dengan kebijakan redaksi forum menyadarinya yah itu adalah kesepakatan yang sudah diambil secara bersama-sama disitu.

20. Kalau intervensi dari pemilik tuh sebenarnya ada ga sih mas?

Intervensi ya pasti ada ga mungkin ga ada. Di semua media pasti ada ga mungkin ga ada.

21. Itu langsung?

Engga barangkali ya..aku sih ga pernah merasa diintervensi. Saya ga pernah berbicara dengan pak ARB gitu ya sebagai pemilik, pak ADB ga pernah. Saya gatau kalau level diatas saya ya.

22. Tapi kalau untuk pemberitaan gitu?

Tapi kalau untuk keputusan ada di sisi prabowo untuk tvone dan metro tv disisi jokowi misalnya. Itu kan pasti bagian dari keputusan politik pemilik toh. Berarti ada intervensi pemilik mau gak mau kita harus mengakui itu.

23. Artinya jurnalis tvone itu melihat kondisi yang seperti itu langsung bergerak sendiri atau memang ada perintah?

Engga harus ada omongan eksplisit, kan temen-temen produser, korlip, reporter itukan orang-orang yang cerdas toh. Tanpa harus ada arahan dari pemilik ya jurnalis tvone ikut aja. Tahu diri aja. Nah ketika hari ini ada pertemuan politik misalnya eee..hari ini misalnya surya paloh ketemu mega kemudian dia konpers saya mendukung bu mega menalonkan jokowi kan anpa dia ngomong ya kalau wartawan itu liputan ya kalau itu disorot kemudian disiarkan ya semua produsernya merasa pasti oooh..berarti kaki gua disana dong. Begitu juga dengan tvone ga perlu disampaikan seperti, mulai hari ini lo kesini ya karena gua sebagai pemilik kesini engga lah. Dengan prabowo ketemu dengan ARB misalnya kemudian deklarasi ARB mendukung prabowo sebagai calon presiden kemudian kan secara otomatis baru ngeliat SOT nya aja ini..ooh iya kesana iya kan. Ga pernah secara eksplisit. Kalau ditanya apakah ada permintaan seara eksplisit yaaa engga ada.

24. Kalau pimred maupun wapimred sejauh apa peran mereka saat pilpres kemarin?

Wapimred besar perannya, kalau pimred tvone kan cuti.

25. Seberapa besar perannya?

Ya besar kan dia mengendalikan operasi sehari-hari tvone. Kontrol semua ada di dia. Kontrol kualitas tayangan kan semua ada di dia. Memastikan bahwa porsinya terpenuhi, agenda settingnya benar arahnya. Kan ada proses pelaporan. Saya kan harus melapor. Setiap hari saya.

26. Bagaimana Anda melihat objektivitas media saat pilpres 2014 kemarin?

Ya engga objektiv. Kalau kita ngomongin bagaimana seharusnya sebuah media berdasarkan teks-teks yang kita pelajari di kelas, di kampus ya jauh dari itu. Media harus cover both side, media harus memberikan ruang publik yang seimbang, media harus memberikan informasi yang seimbang itu sudah pasti tak terpenuhilah. Media itu harusnya netral gitu, ini ga terpenuhilah gitu. Bahkan ketika kita belum lahir saja orang yang namanya kalau kita melihat media itu ada yang namanya ekonomi ada orang orang ilmuwan yang menganut ekonomi politik kritis misalnya ada orang namanya menganut ekonomi politik klasik misalnya. Ada yang mengikuti media merupakan sebuah kekuatan yang netral misalnya dari situ aja sudah berbagai macam. Jauh dari sebelum kita lahir pun orang sudah macam chomsky sudah ngomong bahwa ada kepentingan politik disitu ada kepentingan ekonomi disitu ada kepentingan pemilik disitu barangkali berkelindan dengan kepentingan politik, ada kepentingan publik juga disitu yang kemudian tarik menarik diruang redaksi begitu. Itu menurut saya pendapat yang masuk akal untuk menggambarkan media di indonesia. Semuanya, kamu sebut apa aku jamin semuanya apa kompas, metro, tvone, apalagi berita satu, net? Net sekalipun pastilah semua punya referensi. Kenapa karena pemilik media juga sedang menakar-nakar nih. Mereka kan bukan seorang yang apa ya..pemilik media juga kan ada yang pebisnis atau politisi. Yang politisi kan dia harus mengukur nih dia dapat apa nih dalam kancah politik ini. Yang pebisnis gua harus geser kemana nih biar bisnis gua aman.objektif ga kalau kita gunakan parameter di teksbook-teksbook yang kita baca ya engga jauh dari situ. Dan

itu terjadi dimana pun aljazeera, cnn, fox news. Cnn sudah pasti dia demokrat, fox ke republikan. Al Jazeera sama cnn punya pandangan melihat kasus di timur tengah sudah beda. Semua pasti punya referensi.

27. Wajar dong berarti mas?

Eeee...buat saya apa yang terjadi di pilpres kemarin memang sesuatu yang baru yang ga pernah terjadi di Indonesia jadi wajar kalau kita kaget, wajar kalau kemudian kita kaget terus kita mengkomplain terus ketidakpercayaan terhadap media itu muncul wajar saja karena kita tidak pernah menghadapi situasi seperti ini selama bangsa ini berdiri. Kalau ditanya wajar apa engga ya faktanya tanpa terlepas dari pilpres pun ya ini sudah terjadi cuman eskalasinya aja ga terlalu kelihatan. Dari sejak zaman SCTV doang liputan 6 kemudian RCTI juga ada kepentingan politik disitu jadi ya wajar sebenarnya. Cuman ditengah kondisi yang tidak enak itu kepentingan publik seharusnya tidak boleh ditinggal. Makanya seharusnya ketika sudah selesai semuanya hiruk pikuk itu yasudah semua balik lagi tuh. Kepentingan publik tuh harus dapat porsi yang lebih besar tuh disitu.

28. Tapi kenyataannya gimana mas?

Ya tapi perlahan-lahan balik kan. Kepentingan politik memang paling kental disitu. Cek deh rif semua media-media yang dulu belain Jokowi rif sekarang tuh menyerang Jokowi habis-habisan. Sementara kita tvOne sekarang jadi media yang paling getol menyuarakan Jokowi harus tetap jadi resdien selama lima tahun kedepan ga boleh turun ditengah jalan. Ga boleh ada jadi presiden buruk, presiden mudah diturunkan di Indonesia ini. Clear. Ga pernah kita tuh mewacanakan impeachment kapada Jokowi. Clear. Jokowi melakukan kesalahan menandatangani DP mobil aja kita ga blow up karena kita mengurangi kritik-kritik yang mengalir begitu deras kepada Jokowi. Yaa kita beritakan tapi ga dengan eskalasi besar yang kaya misalnya medialain di dialog kan panjang lebar kemana-mana ga karuan.

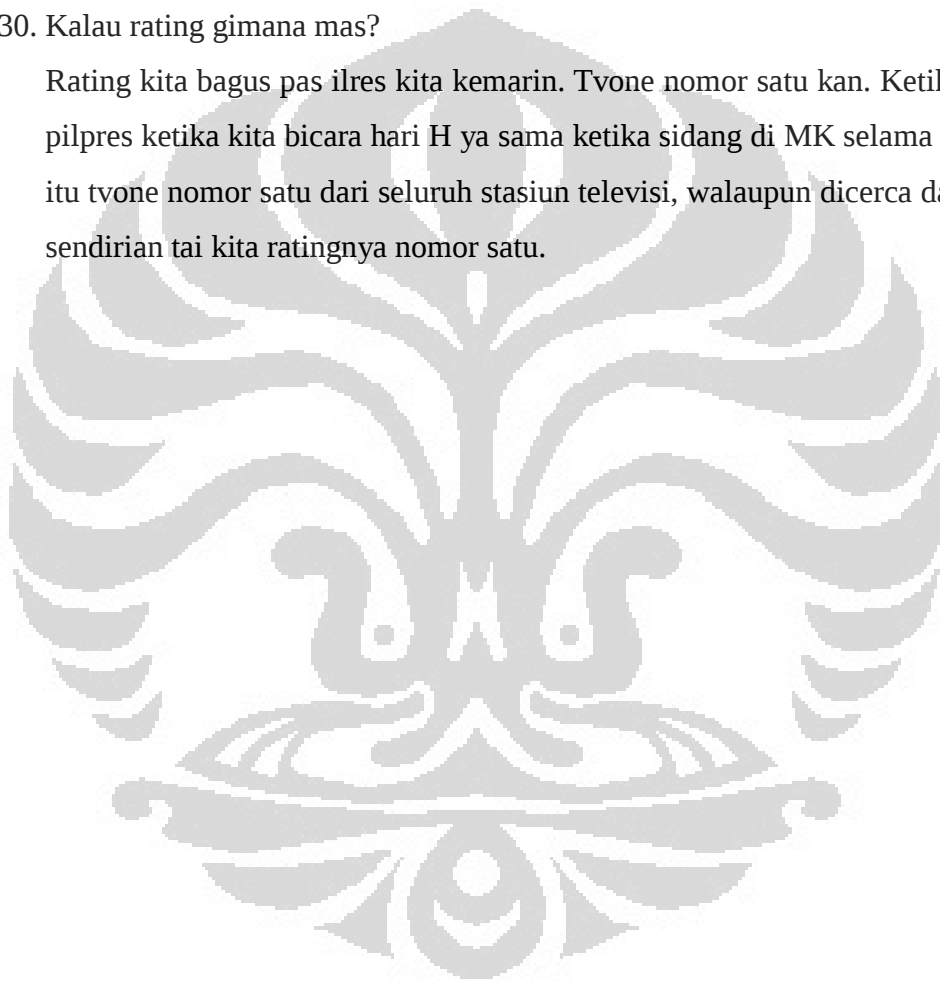
29. Tapi bukannya penting gitu ya mas untuk mengingatkan presiden agar leih aware lagi dengan keputusan yang dia buat gitu?

Ya makanya kita juga buat itu dengan paket-paket panjang dengan tagline waktu itu mengawal demokrasi. Supaya demokrasi Indonesia juga terjaga.

Mengingatkan Jokowi bahwa anda adalah preiden rakyat bukan hanya presiden partai. Kita ingatkan untuk menteri-menterinya menghormati dia sinergi dan mau melapor ke dia kita bikin itu. Kemudian kita bikin eee paket-paket yang dia harus percaya dengan suara rakyat gitu bukan dengan suara-suara pembisiknya gitu. Dia harus independent harus bisa mandiri mengambil keputusan-keputusan dan sebagainya. Itu bagian dari kita untuk menjaga karena sekarang upaya untuk menjatuhkan Jokowi juga luar biasa.

30. Kalau rating gimana mas?

Rating kita bagus pas ilres kita kemarin. Tvone nomor satu kan. Ketika pileg, pilpres ketika kita bicara hari H ya sama ketika sidang di MK selama tiga hari itu tvone nomor satu dari seluruh stasiun televisi, walaupun dicera dan tvone sendirian tai kita ratingnya nomor satu.



Lampiran Wawancara EK

1. OK Mbak Elvira, latar belakang dari pendidikan, agama, nama lengkap?
EK, agama Islam, pendidikan S1 jurusan Sastra Inggris Universitas Negeri Medan.
2. Usia?
Usia tahun ini Saya 31 tahun
3. OK Mbak selain usia, pendidikan, penilaian terhadap masing-masing Capres yang kemarin Joko Widodo dan Prabowo Subianto bagaimana?
Penilaian dalam hal?
4. Sosoknya, kapabilitasnya sebagai Capres pada saat itu?
Kalau kapabilitas keduanya pasti memiliki kelebihan dan kekurangan, faktor partai politik siapa yang berada di belakang mereka juga pasti menentukan. Apalagi tadi? Kalau kemampuan ya Saya rasa dua-duanya memiliki kemampuan yang tepat untuk jadi calon presiden meskipun kita tahu Prabowo Subianto juga tidak memiliki latar belakang sama sekali di pemerintahan eksekutif atau apapun itu sementara Jokowi juga belum teruji di tingkat nasional tapi kemarin adalah pilihan politis, pilihan partai politik dan menurut Saya itu sebenarnya bukan pilihan rakyat tapi pilihan partai politik.
5. Bagaimana bisa bukan pilihan rakyat Mbak?
Penentuan calon presiden itu yang kita lihat kemarin itu proses yang ditunjukkan di depan layar itu mungkin hanya sekitar 30-40 persen, di belakang itu ada niatan, ada maksud, ada manuver lain yang tidak mungkin diwujudkan oleh media. Tidak mungkin divisualisasikan, tidak mungkin diungkapkan dan itu baru ketahuan sekarang nih. Belakangan nih setelah satu dua tim sukses akhirnya bersuara, berbicara tentang bagaimana kemudian Pak Jokowi mendapatkan titah dari Bu Megawati tapi ada maksud tertentu karena targetnya menang. Saat itu targetnya menang bukan karena targetnya ingin menyuarakan pilihan rakyat tapi targetnya hanya menang, kalau Mega yang dicalonkan lagi otomatis perolehan suara mereka akan turun. Saat itu berdasarkan hasil survei, berdasarkan hasil survei hanya Jokowi popularitasnya paling tinggi sehingga kemudian ditentukan lah itu yang akhirnya sekarang PDIP sudah kelimpungan. Satu dua sudah mulai bersuara

karena kita tahu ada konflik Jokowi dan PDIP. Prabowo sebelumnya sudah pernah mencalonkan diri, perolehan suaranya juga tidak signifikan saat itu. Tidak masuk dalam perolehan dua besar tahun 2009, tapi faktor dana dan popularitas sebelum pencalonan, iklannya didongkrak tuh, banyak sekali tuh Prabowo Subianto dengan HKTI dan lain-lainnya gitu. Memang mereka mungkin adalah dua calon presiden yang kebetulan saja, tapi bukan dua calon presiden terbaik karena mereka masih memiliki orang lain, menurut pribadi ya, analisa pribadi. Tapi balik lagi ke partai politik di belakang mereka juga harus mempertimbangkan, faktor uangnya juga harus dipertimbangkan.

6. Berarti tadi seperti yang dibilang Mbak bisa dibilang kekurangan dari Jokowi gitu, dia sebenarnya gak punya kemampuan yang mumpuni lah untuk maju sebagai Capres gitu?

Saya percaya sih sebenarnya Pak Jokowi bisa tapi terlalu banyak kanan kiri, secara karakter beliau belum bisa untuk mengeksplorasi kemampuan dia. Beberapa keputusan waktu jadi Gubernur DKI Jakarta kayanya bagus gitu, tepat gitu. Kemudian jadi presiden beberapa keputusannya dia sebenarnya tepat tapi kemudian diganggu kanan, kiri, depan, belakang. Bukan hanya partainya tapi juga ada orang-orang lain pembisiknya ya jadinya seperti kaya sekarang jatuhnya, belum teruji ya. Baru belum setahun juga, setelah setahun mungkin baru bisa kita memberikan penilaian bahwa ini tepat, memiliki kemampuan. Karena kalau Prabowo yang memimpin dengan kondisi Indonesia yang ditinggalkan SBY dengan utang sekian triliun dan lain-lain belum tentu Prabowo juga bisa.

7. Kalau kelebihanannya Jokowi itu menurut Mbak apa, apakah memang sosoknya rakyat?

Rakyat, tapi itu juga ada embel-embel orang di belakangnya untuk pencitraan dan lain-lain. Jokowi disiapkan bukan hanya hitungan bulan tapi disiapkan hitungan tahun untuk kemudian maju dan jadi calon presiden, prosesnya cukup lama. Jadi ga ada tuh kemarin katanya iya karena Megawati ini bla,, bla,, bla.. Kemudian mendapatkan apa, katanya Megawati mendapatkan apa membaca keinginan rakyat, membaca ini.. Ngga, bukan karena membaca keinginan rakyat tapi memang hasil survei kemudian dipilih

orang yang tidak memiliki catatan di masa lalu. Orang baru gitu dimunculkan, jadilah Jokowi. Dipoles sana, dipoles sini. Jadilah seorang Jokowi sekarang. Tapi di luar itu memang orangnya karena memang apa ya,, dari belum lama di sini, belum kena virus politik nasional, fresh begitu dari daerah, jadi orangnya memang kesannya lebih merakyat.

8. Kalau Prabowo sendiri kelebihanannya menurut Mbak apa?

Lebih konsisten, lebih stabil. Bisa membuat keputusan, itu bisa jadi kelebihan bisa jadi kekurangan. Banyak yang mengatakan Pak Prabowo kalau sudah memutuskan A ya A tidak ada nego BC dan sekian ya begitu, dan mungkin di beberapa kesempatan itu bisa menjadi salah satu kelebihanannya tapi di satu sisi bisa kemudian menjadi kelemahannya. Tergantung situasinya, kasusnya apa.

9. Kalau dilihat dari masa lalunya itu bisa jadi kekurangan gak yang isu-isu masalah HAMnya itu?

Itu menjadi kekurangan, masyarakat kita sangat apa ya.. Memiliki catatan masa lalu yang kurang nyaman dengan TNI, kita tahu DOM seperti apa, Poso seperti apa, di Papua seperti apa, di Maluku seperti apa gerakan separatis dan catatan itu yang kemudian tidak akan hilang begitu saja di benak orang-orang yang mungkin dulu itu dirasakan kakek nenek mereka. Cucu-cucu mereka mungkin saat ini sudah pindah ke Jakarta, Aku contohnya misalkan Aku lahirnya besarnya di Aceh, Aku tahu bagaimana situasi di sana, di Aceh waktu DOM itu. Nah itu kemudian salah satu menjadi kelemahan Prabowo dan itu yang juga menjadi senjata dari timnya Jokowi kemarin untuk nyerang Prabowo kan masalah HAM dan lain-lain gitu, tergantung dari Prabowonya. Saat itu Prabowonya memberikan klarifikasi, memberikan ini dan sebagian menerima sebagian tidak. Tapi itu sampai kapanpun tidak akan pernah terungkap, sampai kapanpun gitu. Termasuk catatan buruk Jokowi sampai kapanpun menurut saya ga akan pernah terungkap.

10. Tapi sosok kepemimpinan dari Prabowo ini dibandingkan Jokowi dia memiliki keunggulan atau justru seimbang menurut Mbak Vira?

Seimbang.

11. Seimbang?

How to-nya tapi beda, Jokowi lebih ngemong. Lebih ngerangkul gitu ya, tapi ketika harus membuat keputusan dia bingung sendiri. Prabowo mungkin lebih otoriter karena *back ground* militernya, lebih apa.. Lebih ceplas ceplos, tapi membuat keputusan bisa lebih cepat, tegas, dan risiko apapun akan diambil. Ya karena *back ground* militer, kita ga akan bisa ngubah itu. Sama satu lagi, *back ground*-nya Prabowo dari keturunan yang cukup berada. Itu yang terkadang ngehalangi Prabowo untuk dekat ke rakyat, secara karakter. Tapi mungkin banyak yang ga tahu kalau Prabowo itu dia punya anak angkat berapa ribu orang di NTT atau Maluku gitu, terus dia juga sering blusukan tapi ga terlalu ini. Tapi di sisi lain memang gaya hidupnya mewah mungkin karena *back ground*-nya orang berada begitu, nah itu sisi yang menurut Saya ya itulah Prabowo. Nah masyarakat kita tampaknya kemarin sampai di titik jenuh yang “we had enough” lah dengan sosok politikus yang seperti ini gitu, presiden kita selalu kesannya parlente dan yang lain-lain. Dipilih lah yang Jokowi pakai, Jokowi adalah kita. Slogannya itu. Dipilihlah yang “Jokowi adalah kita”, iya Jokowi itu adalah bagian dari masyarakat. Sekarang baru masyarakat ngerasain, kalau Jokowi adalah bagian dari masyarakat terus yang Presiden kita siapa? Leader kita siapa? Komentar itu pasti udah banyak denger jugalah dari tukang becak, apalah.

12. Mbak, lanjut. Ini definisi berita menurut Mbak?

OK, berita itu adalah informasi yang kita dapatkan. Kemudian dikemas sedemikian rupa, tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Memberikan informasinya itu bentuknya bisa macam-macam, Saya harus sangkutkan dengan ininya, terkadang memang media di Indonesia ketika Pemilu kemarin tidk ada murni yang lurus aja. Pasti ada apa ya,, pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan. Tidak ada 100 persen media, i can guarantee that, tidak ada 100 persen media yang netral pada saat Pemilu kemarin. Bahkan Kompas, bisa dilihat bagaimana angle-nya dan harus di-track lagi di belakang Kompas siapa. Kalau kita berbicara secara normal sebenarnya informasi yang baik itu, berita yang baik itu adalah informasi yang bisa memberikan pencerahan kepada masyarakat dan memberikan

sesuatu yang berguna. Tapi kalau dalam Pemilu kemarin akhirnya menjadi alat politik.

13. Berarti media saat Pilpres kemarin dijadikan alat politik gitu ya?

Hhmmm,,

14. Untuk mendukung masing-masing capres?

Hhmmm..ada yang mendukung ada yang tidak mendukung tapi bukan yang. Jadi ginilho alat politik itu bukan hanya memenangkan salah satu capres saja tapi kemudian bagaimana dia mendapatkan keuntungan dari situ. Jadi media A dia tidak menjagokan capres mana pun tapi kalau diteliti lebih lebih lebih lagi kalau ini jadi capres, ini jadi menteri, media ini yang akan diuntungkan semuanya pasti ada ada runtutan ke situ. Semuanya pasti mencari celah untuk mendapatkan keuntungan disitu dan mengamankan posisi masing-masing. Itu berlaku tidak hanya di 2014 kemarin, 2009 juga sama, tidak terlalu jauh berbeda sebenarnya cuma yang membuat runcing ini karena ada dua kubu jadi keliatn banget perseteruannya. Lo kalo ga milih a pasti b, lo kalo ga milih b pasti a. Padahal belum tentu kan padahal dia engga milih dua-duanya. Siapa pun yang menang, ingat ya media itu ada yang memilih ada yang tidak, ada media yang diapapun yang menang dia untung. Dia masang nih di dua-dua. Jadi dia invest disinis, dia invest disini. Siapapun yang menang pasti minta timbal balik pasti. Itu yang kita sayangkan..hahaha..karena kita di level prajurit di level pekerja, engga akan berimbis apa-apa ke kita hanya kepentingan elitnya saja.

15. Kalau proses pembuatan berita di tvOne pada saat pilpres kemarin gimana mba?

Baik, eeee..jadi di semua program di pemilu itu ada istilahnya rapat proyeksi, besok kita mau main apa ada rapat dulu kemudian itu nanti dijalankan oleh mmmhh.. temen-temen gathering.

16. Itu rapanya sehari sebelum?

Sehari sebelum, jadi kalau programnya tayang jam 2 sampai jam 3 hari ini biasanya kalau selesai program ada rapat proyeksi. Biasannya rapat proyeksi itu melibatkan level GM atau bahkan wapimred. Eehhm..yang paling sering manager atau GM, wapimred hanya sesekali eee..hanya memantau jalannya

rapat. Ee..setelah itu masuk ke proses usulan, apapun usulan dari eee..jadi usulan itu timbul dari tidak hanya dari produser saja jadi kadang-kadang dari gathering dari korlip atau korda memberikan usulan atau siapalah prodeksnya atau manager atau GM kita buat nanti perincian apa saja yang harus dibuat nanti untuk peliputan besoknya akan dikemas eee..sori bukan dikemas, besoknya akan diliput setelah itu barang masuk diedit oleh produser dan asistant produser. Eee sori kita buat rundown dulu, rundown jadi misalkan pagi jam 8 rundown buat kabar siang misalkan buat jam 12 siang. Buat rundown, materi apa saja yang dapat dan kemudian diedit udah tayang deh.

17. Pada saat rapat proyeksi bisa dibilang rapat redaksi disitu gimana kemudian cara menentukan apa yang layak untuk diangkat?

Okay, biasanya setiap hari itu akan ada yang tugasnya LPnya, line producer. Line producer besok mau main apa ya. Jadi kaya aku besok petang mau main apa ya..udah dipikirin nih dari hari ini. Besok kita mau headlinenya ini ya. Ini yang direncanakan nih ya, jadi ada yang memang peristiwa ada yang by design. Yang direncanakan besok aku main ini..ini..ini..nanti dirapat dibuk tuh besok mau main apa? Main 1 2 3 4, ga menarik misalkan begitu mending lo main ini deh ada usulan siapa dan itu eee usulan itu biasanya memang apa perbincangan itu memang agak lama disitu sampai nantinya ketemu titik yaudah besok kita mainin ini deh sambil kita nunggu perkembangan malam ini misalkan atau kita nunggu siapa lagi yang ngomong besok. Besok kalau misalkan tidak ada, susahnya TV itu kita perlu visual terkadang kalau tidak dapat. Jadi gini, kalau ada isu tapi bisa bisa dimainkan kalau ada omongan seseorang, SOT (Sound On Tape) si A nah kita ga dapat nih SOT nya si A nah kadang-kadang kita juga siasati dengan pakai grafis tapi juga kadang-kadang yauda deh kita ganti haluan hari ini, ini ada yang lebih menarik. Jadi kemarin kita proyeksinya main A tapi tiba-tiba eee pas rapat besoknya tadi pagi subuh ada kejadian B ini menarik yang ini nih bisa ganti lagi. Bahkan sebelum ON AIR juga bisa. Dinamis.

18. Pertimbangannya apa mba, apa nilai-nilai berita pada pilpres kemarin yang cukup layak untuk diangkat?

Eee..gak bisa dipungkiri, semua memang punya titipan gitu ya angle arah titipan redaksi begitu. Tapi rating itu menentukan. Jadi ketika ada sesuatu yang baru kejadian nih ada peristiwa, ertimbangan kita ini pasti rating nih, kan kebaca gitu. Pola penonton kita tuh udah ketahuan berdasarkan AC Nielsen, biasanya kalau produser tuh dapat minute by minute analisa itu kan. Waah..kalau kita main ini nih dimakan nih. Dulu itu kalau misalnya main Jokowi-Prabowo pasti dimakan. Kadang-kadang prabowo lebih bagus ratingnya. Karena dia jarang muncul, menurut kita sih itu doang. Jadi ketika dia muncul adalah sesuatu yang orang tunggu, sementara Jokowi kan rutin. Sangaaat..timnya kan sangat ini kan sama media, ayo nanti Jokowi kesini, dipoleslah yang nyium bendera, soekarno atau apa gitu kan. Tapi tidak kemudian yang terlalu hook gitu banget dibandingkan dengan Prabowo. Kalau strateginya memang brgitu, kalau prabowo belum dikenal Jokowi sudah dikenal, nah itu strategi politiknyamereka masing-masing. Jadi, mau engga mau kalau TV faktor rating. Itu satu. Terus yang kedua, itu kekinian. Kekinian itu lo ada proyeksi misalkan sebelumnya udah dapet nih beritanya tapi terus jam 2 jam 3 ada peristiwa lain yang terbaru pasti main yang kekinian gitu walaupun itu misalkan 15 menit sebelum on air, gedebak gedebu sering kaya begitu. Makanya kita sering banget dulu breaking news. Gak adaujan gak ada badai dapat info begini, breaking news. Berubah lagi tuh run down.

19. Kalau yang jadi prioritas waktu pilpres kemarin berita-berita apa saja? Maksudnya kan ada bermacam partai terus ada dua capres ini. Lalu apa yang kemudian menjadi prioritas saat itu?

Yaa..kedua capres itu. Ketika Jokowi sudah declare dia jadi calon presiden beralih ke siapa calon wakil presidennya. Prabowo juga ketikasudah declare jadi calon presiden siapa calon wakil presidennya. Eee..semua hanya berpusat pada mereka berdua. Tapi diluar itu ya khusus kabar pemilu kita tuh ada kaya documentary..bukan documentary sih, jadi paket review sejarah demokrasi indonesia. Itu kita cicil tuh untuk mainnya itu. Karena menurut kita itu penting juga untuk pembelajaran masyarakat di luar itu kita kerjasama juga sama KPU kan. Eee..ada kuis pemilu gitu. Jadi peran tvone pada saat itu,

kebetulan aku yang mengurus juga kerjasama KPU dan lain-lain. Peran tvone itu tak hanya mengabarkan peran capres dan cawapres ini. Api komitmen tvone saat itu adalah kita menjadi media yang kemudian membantu masyarakat mensosialisasikan pemilu. Kedengarannya klise banget tapi tuh pesan langsung dari redaksi besar kita gitu. Selain kita memang beritain capres cawapres, tapi kita tuh ada segmen dimana kita tuh memberi ruang kepada KPU ada live report Riki Satria dari KPU. Eee..hal-hal sepele yang ditempat lain belum kita udah duluan. Misalkan nih, sosialisasi cara mencoblos yang benar kita buat grafis ini, selama seminggu kita ulang ulang terus bagaimana cara mengecek apakah anda sudah masuk di daftar pemilih apa belum gitu, terus pro dan kontra misalkan ga boleh bawa handphone. Hal-hal sepele tapi itu menurut kita bisa memberikan informasi kepada masyarakat ee..meningkatkan keinginan masyarakat untuk memilih, jadi tidak apatis itu selalu dilakukan di kabar pemilu. Bahkan sebelum closing, pemirsa jangan lupa pastikan Anda menggunakan hak Anda memilih tanggal 9 Juli 2014. Itu selalu itu, untuk pemilu. Jadi kita tidak hanya menyampaikan informasi tapi kita juga menjadi agen dari KPU untuk sosialisasi, makanya KPU cukup respect sama tvone saat itu.

20. Untuk berita capres dan cawapres berapa presentase porsi pemberitaan capres acawapres saat itu?

Porsi itu relatif berubah ketika awal itu 50-50 kemudian berubah ketika melihat eee..kekuatah sudah tidak imbang hhehe..yaa kita mendukung Prabowo ya koalisi merah putih gitu bisa jadi 40-60 atau bahkan 70-30 tapi kita tidak pernah..aku jamin kita tidak pernah main..eee..100 persen 0 persen. Kadang-kadang itu bukan karena arahan tapi juga karena materi. Kita running programnya setiap hari, harus ada sesuatu yang baru, waktu itu aku inget Jokowi sakit eee..dua hari ga ada kegiatan apa-apa, nah ini untuk kemunculan ya akhirnya waktu itu kita tidak tercover tapi kita bantu dengan ada review kegiatan dia kemarin sama ada omongan ya tim sukses atau siapa gitu tapi menurutku itu jadi tidak, tidak imbang ya 50-50 jadi memang ada faktor kadang-kadang mainnya tidak imbang tapi juga ada faktor materinya yang ga ini. Kita gak bisa kaya cetakkan misalnya.

21. Besaran porsi nya itu apakah memang ada arahan langsung dari atas atau kebijakan redaksi yang sebelumnya memang sudah dibicarakan?

Ada kebijakan redaksi

22. Pertimbangannya apa itu mba?

Nah pertimbangannya saya ga bisa ngomong karena saya gaikut rapat itu.

Hahaha..itu biasanya level GM keatas, atau prodeks ke atas.

23. Lalu arahan prodeks ke produser?

Iya jelas, misalkan ini ada isu lagi hot isu A gitu kalo lo mainin ini 50-50 tenggelam nih Prabowo nya, yaaah lebihin dikit Prabowo.

24. Berarti arahan itu memang jelas ada ya?

Ada.

25. Tapi langsung ga gitu mba ada arahan dari misalnya ARB?

Langsung, tapi bukan dari ARB. Aku ga bisa jawab sesuatu yang tidak aku ketahui. Aku hanya bisa menjawab arahan langsung itu misalnya dari wapimred datang untuk memberikan briefing ini hari ini kita seperti ini ya..petanya seperti ini ya tolong teman-teman jagain yang ini-ini tapi kalau misalkan ada permintaan langsung dari owner ke pimred atau wapimred gatau. Dan jujur kita juga ga pernah langsung komunikasi ada arahan gitu ga pernah untuk level prodeks produser ya ga pernah.

26. Berarti semuanya datangnya dari wapimred?

Ehm..ehm. atau dari pimred.

27. Itu seperti apa mba pada saat lagi rapat redaksi terus tiba-tiba datang?

Eehmm..ehm iya, arahan itu bisa beliau datang atau melalui telepon, pesan, gitu. Pimred sama juga.

28. Untuk penentuan berita sendiri yang layak menentukannya siapa mba?

Harusny produser, difilter oleh prodeks terkadang manager, GM, bahkan wapimred ikut turun tangan. Waktu pemilu ya..

29. Arahan nya itu seperti apa?

Arahan nya misalkan, aduh...aku sudah melupakan semua itu masa-masa..jadi gini, kemarin itu adalah pertarungan dua media hahaha..tvone dan metro tv jadi arahan nya itu sebenarnya lebih lebih ke kita tahu sama tahu bos besar lagi bertarung yang disana juga sama kakak ku kan di Metro tv juga sama

arahannya ya secara direct. Ya digambarkan peta seperti ini eee..ya kita bermainnya gimana, memang ga harus ini dinaikin ya, tapi yaa kaya gitu tapi kadang-kadang ada sih hahahaha...tapi pesan sponsor itu akan selalu ada tergantung juga. Kayanya mereka juga percaya survey deh orangnya pak ical jadi kalau misalkan lagi bagus yaa tidak terlalu ini. Tapi kita mainnya ga ini lho, ga jor-joran, ga pernah kita hantam Jokowi itu seratus persen dalam artian prabowo semua beritanya ga pernah. Selalu..selalu ada porsinya Jokowi. Eehhmmm..yapokoknya gitu deh arahannya aku juga bingung jelasinnya.

30. Menurut mba vira sendiri, wajar ga atau boleh ga sih sebenarnya media itu berpihak pada saat pilres itu?

Boleh, asal porsinya seperti apa. Kamu lihat cnn mainnya seperti apa.

31. Tapi kalau di Amerika mereka ada aturan jika memihak kepada salah satu partai harus mendeclare gitu sebelumnya.

Yaa..itu yang kita belum, barusan aku mau bilang. Itu seharusnya aturan yang seharusnya lebih jadi itu usulan dari siapa gitu orang pengamat politik. Kemarin media yang mendeclare mendukung eeee..salah satu ini rep..eee bukan republik, eh ini Jakarta Post mereka...pokoknya hanya satu media declare kami mendukung Joko Widodo dan ini. Hanya itu medianya. Kita tidak ada aturan itu. Yang terjadi adalah aji mumpung aja, kebetulan kemarin pak ical maju ya kita dukung ini. Kalau pak ical gak maju mungkin kita dukung yang lain. Metro juga begitu, karena Nasdem partai baru dan lagi cari panggung dan pak surya musuhan sama pak ical, dia dukung Jokowi. Eee..tapi ga gak mungkin ada yang, Kompas dia klaim dia berimbang tapi coba lihat angle pemberitaanya. Kita produser ini tahu lho bahan mentah omongannya, lo di wawancara nih kan kita denger nih omongannya full..tiba-tiba besok nongol di cetak beda anglenya. Nah dari situ udah kebaca, layoutnya koran ada kampanye nih besar dua. Prabowo ditengah-tengah pasar ada jutaan orang. Jokowi hanya sepuluh orang, tapi yang Jokowi sengaja di fotonya dari foto bareng sama warga sambil ini gitu yah ditarohlah di layout halaman satu. Prabowo, difotonya ketika dia turun dari mobil mewah yang ini ditaronya nih. Itu mainan-mainan itu kecil sederhana, tapi orang yang

ngelucu ga sadar nih orang itu bisa..iya yah nih Jokowi merakyat ya waahh ini Prabowo ini dan mainan-mainan ini mau cetak mau online ini kejadian.

32. Artinya wajar aja ya media itu..

Wajar asal ga kebablasan. Porsinya harus dipertimbangkan.

33. Menurut mba vira sendiri tvone sudah proporsional kah pada saat pilpres kemarin?

Belum.

34. Kenapa tuh mba?

Karena kita ada kepentingan yang cukup kuat, karena pemilik modal nyalon.

35. Sebagai jurnalis, ada konflik dalam diri sendiri?

Sering..yaa kita tumbuh besar belajar tentang how to be journalist tapi in the end karena pemilik modal yang akhirnya sampai kita melupakan nilai itu dan itu tidak hanya di level teman-teman pekerja bahkan yang di top level juga merasakan hal yang sama. Masalahnya, anda pindah ke semua media, sama, ga akan beda karena dapat cerita dari teman-temanku juga Metro sama, rcti sama, sctv sama, mau kemana TVRI? TVRI kayanya engga ya karena dia frekuensi ini..seharusnya sih tidak seperti itu kemarin.

36. Terus menyikapinya seperti apa mba ketika kemarin ada pertentangan itu dari individu?

Menyikapinya adalah eee..banding. jadi aku kalau ada arahan apapun banding. Jadi gini istilah kita banding tuh, prodeks nyuruh A kita gamau nih dan biasanya karena aku produser pemilu yang nyentil sana sini tuh aku yang kena, bandinglah ke manager, manager bilang wah ga bisa ini perintah, banding ke GM. GM mentok yasudalah dikerjakan. Tapi kadang-kadang kita bandel juga sih hahaha...bandelnya yaa...disuruh 100 persen bikin anglenya ini kita belokin jadi 70 persen. Ga bisa apa ya..aku mulai semuanya dari nol dari reporter bener-bener reporter dari nol, belajar politik dari nol. Ketika menurut ku tidak seperti itu adanya masa harus diada-adain tapi ada terbentur perintah atasan. Lo kalau kemarin masih di tvone kan? Rasain deh temen-temen di lapangan semua complaint kan. Yang paling berat itu aku tahu itu temen-temen yang dilapangan, berat banget apa lagi di bully. Dulu 2009 aku reporter politik soalnya kan ngurusin pemilu juga kan jadi ngertilah.

Nah..gimana caranya yah itu walaupun kadang-kadang resikonya habis itu on air, “ko kaya gitujadinya tadi arahannya ga kaya gini.” “ iya mas, pinter-pinteran ya bilang tadi lupa mas materi ini tadi telat masuk.” “Iya mas gini..” ngeles, kadang-kadang ga bisa ngeles kena maki tapi yasudahlah telan lah.

37. Sampai ada makian mba?

Rapatproduksi, itu adalah rapat paling mengerikan eh rapat proyeksi ini rapat yang sekaligus rapat evaluasi. Itu kalau ya kita udah cape aja.

38. Ada sangsi ga?

Ga sampai begitulah karena kita juga masih ngikutlah masih ngikutin arahan tapi tidak mendukung misalkan materi tidak..terlambat masuk atau memang menurut kita alasan itu mas, ini ratingnya gimana masa main titipan terus kita mau jadi apa nih. Itu itu menjadi bahan pertimbangan.

39. Tapi saat mba vira ngomong begitu tanggapan atasan gimana?

Tergantung lo ngomongnya sama siapa ya. Kalau lo ngomongnya sama GM produksi masih dipertimbangkan kadang. Tapi di satu titik di level GM juga yaudalah ini perintah jadi ya udah kalau memang perintah di jalani. Tapi kalau misalnya lo pinter ya itu gw suka ngeles ditambahin apalah. Jadi yang ketika loe belok kanan ya 100 persen tapi disitu ada truk masa lo mau diem aja ya ga mungkin kan. Jadi kalau atasan ini juga dapat tekanan dari atasannya disini mungkin ya aku gatau. Yaa..ketika dipertanyakan..”iya mas agak kesini soalnya tadi kalau kesini agak..” kalau alasan mu masih bisa nyari alasan..pintar-pintar lolos biasanya. Berpolitik juga disini kalau kaya gitu.

40. Kalau saat diacara presiden pilihan rakyat itu kan ada hasil quick count yang berbeda dari lainnya?

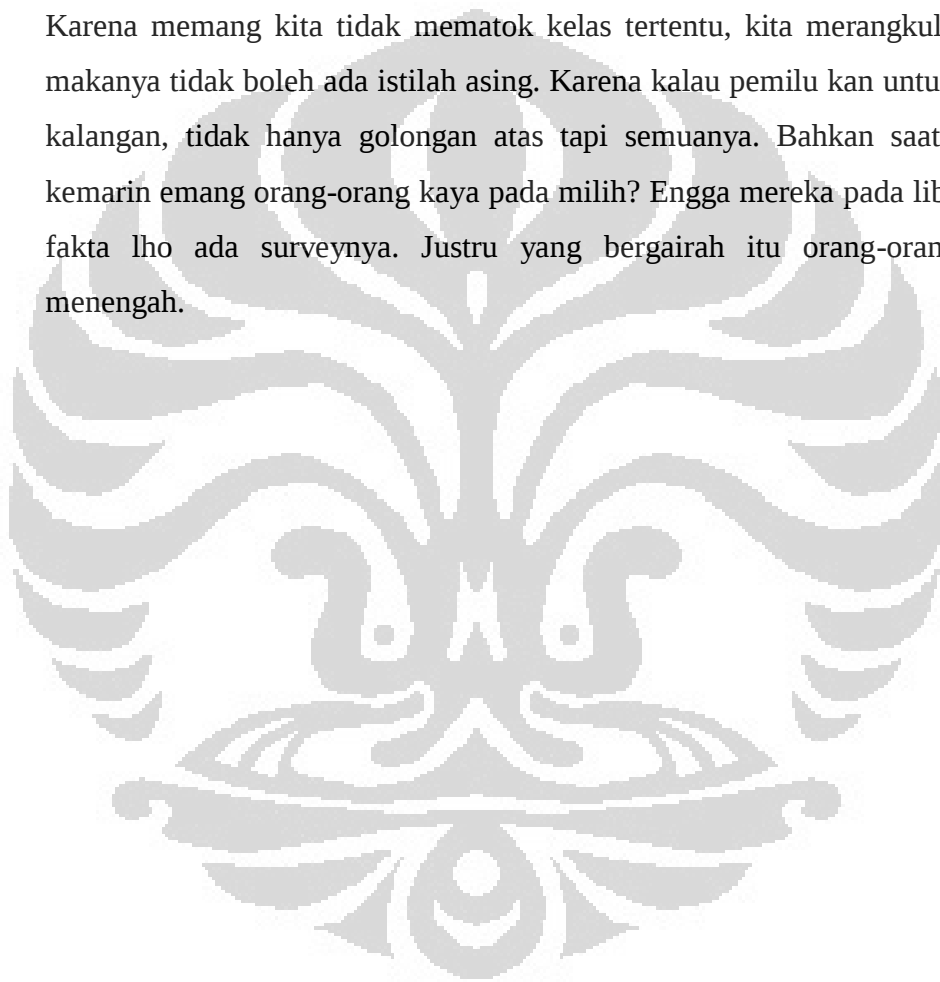
Aku ga bisa cerita banyak ya karena aku saat itu siaran, aku baru tahu karena aku tahu saat itu hanta yudha karena saat itu aku yang ngurusin terus aku baru tahu ada survey yang lain lagi itu pukul 10 pagi.

41. Berarti bukan dari jauh-jauh hari ya?

Bukan. Aku tahunya hanya hanta Yudha sampai malam. Besok kita ini, malam aku masih disini aku tahunya masih Hanta Yudha. Tiba-tiba pukul 10 Pagi abis wara-wiri wara wiri terus aku baru tahu ada orang lain. Yaaa kaget juga ini ada siapa orang lain yang aku ga kenal. Aku dulu reporter politik

eee..asprod politik ini gatau ini orang-orang ini. Dari mana prosesnya mereka nongol. Gatau.

42. Bagaimana rating pada saat program presiden pilihan rakyat di tvone saat itu? Kita paling tinggi. Aku lupa angkanya berapa tapi kita paling tinggi. Dengan segala macam pro dan kontra dan lain-lain percayalah aku nonton tvone itu masih lebih ini, karena kita menyapa semua lapisan. Dibilang orang apa ya..ehhmm, dibilang orang kita tuh ga ada kelasnya, kalau metro kan tahu. Karena memang kita tidak mematok kelas tertentu, kita merangkul semua, makanya tidak boleh ada istilah asing. Karena kalau pemilu kan untuk semua kalangan, tidak hanya golongan atas tapi semuanya. Bahkan saat pemilu kemarin emang orang-orang kaya pada milih? Engga mereka pada liburan ini fakta lho ada surveynya. Justru yang bergairah itu orang-orang kelas menengah.



Lampiran Wawancara RS

1. Tugas seorang korlip di tvone seperti apa?

Tugas di dalam divisi news gathering terutama koordinator liputan adalah menugaskan reporter di lapangan serta video jurnalis untuk mendapatkan sebanyak mungkin perolehan liputan. Nah, perolehan liputan itu bisa berdasarkan peristiwa ataupun gosip-gosip saat itu seperti gosip politik atau juga bisa berdasarkan dari data-data maupun fakta-fakta di lapangan. Angle sih banyak gitu cuma ee..biasanya itu diskusi dari ee..produser program khusus atau program tertentu atau program umum yang meminta eee..istilahnya ee..perolehan berita yang sesuai dengan tayangan mereka gitu. Cuma secara umum korlip tetap meng-guidance karena kami yang memegang peristiwa politik itu yaa biasanya kita yang menentukan di lapangan eee..arah peliputan itu lebih kuat itu lebih ke korlip sementara ketika kejadian itu berlangsung nah terjadilah perdebatan sebuah rapat redaksi itu adalah hal-hal yang umum dan harus dilakukan. Kenapa harus rapat karena disini banyak kepentingan. Banyak kepentingan yang ee..apa banyak kepentingan yang terjadi. Nah, kita ga bisa melihat satu pihak eee..secara satu sisi kita harus lihat dari dua atau tiga sisi sekalipun. Di dalam rapat redaksi itulah berkembang suatu diskusi mana yang paling menjadi titik berat dari eee..redaksi mau apa. Ketika mau apa disitulah pengejawantahan. Biasanya korlip akan memberikan opsi-opsi apa yang sedang terjadi, apa yang sedang dikejar dan apa yang sedang di follow up, menyangkut sebuah isu. Contoh misalnya soal kecurangan pemilu. Beredarlah apa sembako, beredarlah apa, uang atau apalah gitu. Nah, disitu, ada proses dimana korlip akan menawarkan ke angle berita tertentu dan akan di debat oleh produser seperti biasanya dan apa yang harus dilengkapi dan apa yang akan menjadi titik fokus apa..sebuah grand story yang akan kita tampilkan pada ee..berita petang misalnya atau pada berita sore atau pada berita malam sesuai dengan target produksi berita masing-masing.

2. Awal ide pemberitaan itu datangnya dari produserkah atau dari korlip?

Harusnya korlip yang mengangkat isu. Biasanya, karena kita mempunyai pengetahuan politik yang jauh lebih bagus. Ya korliplah yang mengeluarkan

itu semua kita punya ini punya ini punya ini, tapi ketika kita ngomong kita punya sesuatu itu belum tentu lengkap. Nah baru guidance. Produser dari segi eee..apa production dia akan berpikir bagaimana mengemas apa yang disampaikan korlip. Seperti apa sih arahnya. Kalau korlip baru dapat 25 persen, bagaimana jadi 100 persen jadi maksimal. Nah, disitulah muncul ide. Oke kalau gitu kita bikin dialog supaya lebih komprehensif, atau kita bikin paket eee..penelusuran bagaimana ketika seseorang bisa memilih dua kali. Bagaimana seseorang bisa memalsukan KTP untuk bisa memilih di beda tempat, nah itu perlu penelusuran. Ide-ide itu muncul di rapat dan itu akan di eksekusi korlip untuk pembaharuan isu, pembaharuan untuk penugasan reporter di lapangan. Itu idealnya, faktanya begitu semua barang terkumpul kadang tidak ada yang sesuai dengan apa yang kita rapatkan. Nah itulah bagaimana caranya barang yang kita dapat, dikemas sebaik mungkin untuk dapat masuk ke dalam show yang sudah dikehendaki.

3. Rapat redaksi itu biasanya dihadiri oleh siapa aja bang?

Rapat redaksi yang wajib datang adalah dari korlip dan dari production, lalu produser eksekutif dan manager, bahkan setingkat GM juga hadir bahkan setingkat pimred atau wapimred jika tak berhalangan hadir eee..dimana program itu yang menjadi unggulan diharapkan juga ikut menyumbangkan saran. Nah contoh kabar petang, mungkin kalau untuk kabar pemilu atau kabar siang itu untuk kehadiran senior-senior tidak menjadi acuan tertentu karena tidak harus hadir semua cukup dengan ada senior 2-3 orang itu sudah mewakili rapat redaksi. Tapi ketika program petang yang menjadi sorotan prime time itu perlu pemikiran orang banyak. Kanapa erlu pemikiran orang banyak karena disitulah muncul nanti kebijakan redaksi. Kita mau melihat satu masalah politik ini arahnya mau kemana bisa soal jokowi apa..kebijakannya. hari ini kebijakannya A besok bisa B besok bisa C. Nah itu, opsi-opsi itu muncul di dalam rapat. Ketika kebijakan sudah diambil harus patuh, patuh dalam arti, kita di bawah boleh beda sikap. Lo punya sikap apa gua sikap apa. Nah perbedaan sikap itu muncul karena kedekatan-kedekatan seseorang pada link atau kesukaan seseorang pada paham atau ideologi tertentu. Misalnya, saya punya kedekatan dengan golkar, siapa punya

kedekatan dengan pdip, siapa punya kedekatan dengan demokrat, temen-temen di redaksi juga punya kedekatan dengan organisasi massa tertentu NU atau muhamadiya. Nah orang-orang kita kaya gini perlu mengeluarkan pandangan-pandangan sesuai dengan apa yang kita tahu tapi kita tidak boleh memaksakan kehendak. Jadi ketika keputusan itu diambil adalah keputusan yang paling bagus melihat dstruktur..apa..struktur wilayah indonesia yaa..namanya politik kalau kita salah langkah ini bisa berakibat sangat fatal bahkan media bisa menyebabkan sebuah kekacauan yang tidak bisa dihindari. Yang paling serius adalah ketika kita secara sepihak memanas-manasi partai tertentu dengan masa lalu tersebut yang mengakibatkan partai tersebut emosional sehingga tanpa tendeng aling-aling memerintahkan massanya untuk mengepung tv ini dan itu terjadi. Itu adalah hal-hal yang sensitif makanya kenapa perlu pemikiran kebijakan redaksi yang besar untuk supaya orang berhati-hati saja gitu. Karena dimana pun berita televisi itu rawan tuntutan. Kalau kita tidak punya keseimbangan atau kita kelihatan sekali melakukan pemihakan dicap itu yang paling kecil. Tapi kalau sampai terjadi tindak kekerasan kaya kita itu kan kerugian besar.

4. Itu yang paling berhak menentukan kebijakan pemberitaan atau kebijakan redaksi itu siapa Bang?

Ya sesuai urutan saja, secara hierarki itu pemimpin redaksi. Cuma kan keberadaan pimpinan redaksi kan tidak selalu ada di tempat, bisa didelegasikan wewenangnyanya ke wakil pemimpin redaksi atau ke *general manager* yang mengurus masalah *new gathering* atau produksi. Tapi di jaman teknologi kaya begini kan kehadiran seseorang kan tidak menjadi acuan, tetap bisa berhubungan via telepon, via e-mail, via whatsapp. Yang penting adalah ketika sebuah kebijakan itu sudah dibuat itu sampai level bawah itu memahami gitu, memahami artinya ada yang mesti patuh. Atau kalau ada yang tidak sesuai dengan keinginan dia ya dia tidak perlulah terlalu keluar jalurlah istilahnya, karena ya namanya organisasi ya harus menghormati juga keberpihakan sebuah media. Khususnya kaya kemarin Tv One memandang salah satu Capres tertentu itu adalah bagian dari proses demokrasi itu sendiri, tetap kalau Saya sih melihatnya kalau dibilang tidak

netral itu *debatable*. Karena ya mengacu pada media luar lah, ga ada media yang netral.

5. Objektivitas itu seberapa penting media saat Pilpres kemarin?

Penting objektivitas, itu suatu hal yang utama. Tapi ya sebagai praktisi kita tahu batasannya di mana gitu, ada satu sisi yang ujungnya nanti kita harus subjektif tapi tidak perlu kita tunjukkan. Ada trik-triknya kalau Saya pribadi, cuma kadang-kadang ya suasana redaksi kan kadang-kadang susah kita menebak. Ada ya kita tahu bahwa sebuah media punya pemilik, pemilik punya afiliasi tertentu. Mungkin ada ya yang tidak berani membuat sebuah kebijakan di luar dari perintah dari pemilik atau perintah dari bos atasan tertentu, tapi kalau kita masih berpegangan pada objektivitas itu meskipun kita harus paham juga bahwa kita kerja di mana. Pemilik juga dalam posisi harus dibela juga gitu, tapi kan sebagai tv berita kita juga punya integritaskan artinya yah kita mainkanlah dengan segala cara bagaimana pemilik terlayani dan integritas kita juga terjaga gitu. Yaa meskipun tidak 100 persen paling tidak kita maksimal. Contoh, nah ini yang kadang-kadang temen-temen lupa ee..ya kalau saya di gathering saya mencoba mendekati beberapa orang politik yang terkait untuk memberikan semacam guarantee misalnya, ya okelah mereka harus paham bahwa tv ini tv kuning misalnya tapi bukan berarti kita gak bisa berteman dengan yang merah atau yang putih atau yang hijau. Porsi production berita itu kan bisa diatur.

6. Porsinya saat itu gimana bang?

Porsinya yaa awalnya 50-50, tapi kayanya posisi pesaing disebelah sana yang biru kayanya 100 persen kita agak terpancing ya sekitar 60-70 lah bahkan akhirnya bisa jadi 100 persen bukan karena kita pengen, tapi karena di kubu sana menutup akses. Itu yang mesti lo anggap sebagai imbas. Sebelum itu menjadi head to head antara merah dan biru jadi sana dukung sana sini dukung sini, beberapa dari kita termasuk saya menjalin komunikasi dengan partai tertentu di kubu seberang untuk menyatakan “bang tolong bantu buka akses untuk temen-temen kita meskiun abang tahu disini arahnya kemana tapi tetep kita akan kasih slot ya kan ga mungkin dong pak itu masa mukanya ga muncul di tv kita, mau di taro dimana, gitu.” Mereka membuat jaminan

“tenang, kalau di partai merah aman. Saya jamin.” Saya kasih masukan “bukan di abangnya yang saya khawatir timnya bapak itu yang kayanya ko ga bersahabat dengan kami gitu” meskipun ya itu bagian dari hak mereka sih. Karena tim lapangan kita terlunta-lunta, tidak diperhatikan udan kaya gembel lah istilahnya, di tutp aksesnya ya akhirnya kita miring ke kiri gitu sementara mereka semakin miring ke kanan. Gua pikir ya ini baru pembeajaran pertama kali buat dalam sejarah broadcast di indonesia yang akhirnya eee..televisi atau jurnalistik gitu yaahh ikut memihak gitu istilahnya. Memihak dalam posisi..ya menjagokan lah tapi proses pendewasaan massa di bawah belum terlalu mendasar sehingga orang menganggap wah kalau tv merah pasti pak ini..kalau tv biru adalah si ini. Ya ini yang menyebabkan media merasa miris juga ko jadi kita yang sepertinya memicu konflik.

7. Seberapa jauh si bang memang intervensi pemilik atau partai golkar terhadap tvone?

Yaa memang intervensi langsung gaa..ga terlalu ketara. Tapi tidak hanya di tvone tidak hanya di tv merah bgitu, kalau yang terjadi di tv biru sama persis. Jadi disinilah fenomena kalau menurut saya. Sialnya dalam posisi kemarin, hanya tv merah hanya tvone yang mengarahkan atau berhaluan ke capres nomor satu. Sementara dalam pilpres kemarin hampir seluruh media mainstream terutama tv biru itu larinya ke nomor dua, nah..dari segi negatifnya kita kaya digebukin rame-rame. Tapi dari segi positifnya ini bisa jadi pembelajaran demokrasi. Coba lo bayangin kalo kita tv merah tidak membela nomor satu terus lari ke nomor dua, kaya apa dunia jurnalistik kita. Kalau gua melihatnya sebagai praktisi begitu ya. Kalau ngomong soal netralitas, gua ga yakin kalo seluruh media di indonesia netral. Semua punya kepentingan. Mau koran apa yang katanya paling ini engga juga. Nah, persoalannya kenapa di tv ini menjadi menarik karena saat pilpres kemarin hanya kita dan tv biru yang opinion leader, tv publik artinya televisi yang bisa mengeluarkan opini publik gitu, yang bisa menggoyang opini publik. Kalau objek penelitian ini kepada tv yang mayoritasnya isi siarannya adalah dangdutan, setan, atau apa itu tidak bisa merubah image masyarakat. Memang soal rating mereka lebih bagus tapi secara opini publik ga bisa dibentuk dan

dibikin nah makanya tv kita ini sama tv biru cenderung bisa merubah. Ini bisa menjadi fenomena sosial juga menurut gua gitu. dari segi pembelajaran politik ini saatnya masyarakat belajar dalam kasus kemarin bahwa media akhirnya berpihak. Pertama berpihak dalam intervensi redaksi itu kan yang pasti pemilik modal, pengiklan sama politik nah kadarnya tergantung kadarnya. Kemarin ketika pilpres itu mungkin pemilik modal dan politik itulah yang mendominasi. Kalau soal engiklan justru pengiklan sedang ketakutan saat pilpres kemarin. Ya kan image mereka juga bisa jatuh kalau misalnya memasang iklan di tv tertentu dianggapnya mendukung ini. Pengiklan itu kan gamau ambil pusing siapa presidennya, terserah siapa yang milih.

8. Tapi ada intervensi langsung ga ke ruang redaksi?

Kalau secara langsung ga ada, tapi kita tahu sama tahu, lo kerja dimana. Artinya secara redaksional perintah langsung tidak ada tapi dari sudut pandang internal ya internal menyesuaikan dengan keadaan politik yang ada lah. Nah, itu tadi pimred minta kita main imbang eapimred kita bilang semua kita akomodir tapi fakta dilapangan kita dijauhin sama pihak sebelah sana, jadi gimana? Makanya kita akhirnya yaudalah kita dukung yang ini, kira-kira begitulah. Yang disampaikan adalah dengan sinyalemen tertentu melalui key-person tertentu. Tapi kalau di buka di rapat ya ga ada ini redaksi bro.

9. Nah melihat perkembangannya, apakah ada konflik dari dalam diri jurnalis tvone?

Ya itu yang gua bilang tadi, di redaksi ini kan beragamintinya adalah ketika putusan itu dibuat patuhi organisasi. Ya artinya lo patuh itu kan ada yang 100 persen patuh ada juga yang model kaya gua, itu yang gua bilang “bang, tolong bantu kita dong kasih akses nanti kita amankan 30 persen berita-berita bapak.” Dalam posisi kita mau bantu, kenapa kita ngomong begitu, kita bukan mau menjual diri nih, kita hanya berpikir apa benar jagoan kita akan menang, nah kalau seandainya menang..nah mati kita ngerti kan? Artinya lobby itu penting maupun itu musuh sekalipun. Kita ga pernah tau kedepannya redaksi kita seperti apa, masa depan kita sebagai wartawan kalau lobby kita disana tertutup itu ga boleh kan? Faktanya itu terjadi di lapangan. Bagaimana kita masih dianggap, yaa kubu sana masih belum move on, kita

sudah ya kalah ya sudah. Menang atau kalah yaaa..ininyang gua bilang pembelajaran massa politik itu belum siap untuk berbeda gitu, kalau tv merah mendukung A dan tv biru mendukung B nah itu kalau mau lihat dari sejarah di Amerika itu juga terjadi ketika CNN mendukung Obama dan fox mendukung republik tapi ketika tersinggung oleh pemberitaan di fox tersinggung sama pemberitaan di cnn ga ada tuh pendukung Obama yang datengin kantor fox ga ada tuh pendukung McCain yang ngobrak ngabrik cnn. Nah mungkin disitulah baru kali pertama kemarin dalam dunia jurnalistik selama gua jadi jurnalis selama gua juga pernah ngeliput pemilu 2004, 2009 dan kemarin 2014 paling keras tuh memang kemarin. Sehingga, kita yang di peliputan pun merasa ya berat. Beratnya apa ya yang biasanya kita menghubungi orang sangat mudah ini orang jadi jauh tiba-tiba ini orang jadi takut kasih informasi, orang ini jadi tidak dalam, awalnya dia bocor bisa ngasih informasi apa pun karena saling curiga, efeknya begitu sih.

10. Berarti pemberitaan tvone kemarin tidak proporsional dong ya bang?

Secara tidak hanya tvone kalau saya bilang, semua. Kalau cuma tvone aja ga adil. Perbandingannya satu banding sembilan tadi. Sembilan mendukung yang nomor dua hanya satu yang mendukung nomor satu. Logikanya dari segi proporsional kami sudah kalah. Tapi dari segi perolehan suara ya boleh sombong sedikit lah. Kalau itu nomor satu ga dibantu sama kita, ga dapat cuma beda 3 persen. Sempet tvone ikut gerbong sebelah sana gatau saya tuh nomor satu dapat suara berapa. Artinya ini, tvone punya positioning sendiri nih di mata 46 persen pemilih dari bapak nomor satu itu. Sementara, 49 persen pendukung nomor dua itu terbagi oleh 9 tv lain misalnya, sementara kita punya keuntungan disitu. Soal proporsional ga perlu diakui sudah terlihat dalam kaca mata pemirsa sudah proporsional atau engga. Tapi dari segi proporsional secara luas, kami kurang proporsional gimana...

11. Tapi dari redaksional sendiri emang udah ada 70-30 itu ya?

Awalnya 50-50, cuma fakta lapangan yang menyebabkan itu bergeser. Nah itu makanya Saya bilang pentingnya lobi, karena kita harus berkeyakinan bahwa setiap televisi khususnya tv berita itu punya penonton masing-masing. Sangat tidak adil kalau kita tidak memberitakan rival ketika Pilpres itu secara

proporsional, nah makna proporsionalnya itu tadi menjadi *debatable*. Kenapa? Karena itu tadi, ada kecurigaan di sana, ada kecurigaan di sini sehingga aksesnya menjadi sempit terus gambar-gambar yang diperoleh tidak maksimal. Nah, kami kesulitan misalnya “bapak itu” blusukan di mana kami tidak tahu sehingga gambar itu tidak maksimal. Bagaimana mau jadi proporsional ketika bahan yang diliput itu berkurang, nah kalau mau sama-sama *fair* ya sana jangan lihat kita sebagai musuh. Kita pun tidak mau melihat sebagai musuh, kasih kita akses yang sama. Tinggal kita yang mengemas. Ketika mengemas kan juga bisa dilihat dari layar, dari situ sudah bisa diambil kesimpulan tanpa harus ada pembenaran dari dalam. Bagaimana dialog di Tv biru mayoritas nomor 2 semua narsumnya, ya ketika kita undang kubu sana ga ada yang mau datang kemari. Sementara *show must go on*, ya terpaksa harus *number 1* semua sehingga orang bilang “kalau mau lihat kegiatan Pak ini di Tv ini, pak itu di Tv itu”.

12. Tapi kalau soal PKI yang kemarin kita angkat itu karena melihat itu sebagai objek berita atau karena keberpihakan?

Melihat sebagai objek berita, kebetulan *anglenya* bagus dalam posisi isu Pilpres cuma itu fatal. Ya secara pribadi sih gue masih menilai itu laporan intelijen, belum lengkap tapi diangkat jadi terlalu prematur. Nah, itu ada kelalaian dari kita. Bukan dari produksi beritanya ya, tapi dari orang yang mengejawantahkan perintah-perintah atau kebijakan redaksi yang diambil oleh pimpinan. Jadi, itu barang yang sulit digambarkan gitu tapi itu terdengar. Kalau dari segi isu intelijen itu valid, tapi terlalu ekstrem kemarin kita menuduh. Kalau Saya kemarin dengar dari isu-isu intelijen sebenarnya bukan PKI, itu istilahnya sosialis yang berbau komunis. Itu valid, tapi laporan intelijen dan sulita kita menggambarkan dan menuduh sesuatu tanpa ada bukti yang jelas. Nah, itu kemarin terjadi pengambilan kebijakan yang prematur menurut Saya. Terlalu memaksakan diri.

13. Kalau di Tv One sendiri ada peliputan wajib gak?

Kalau wajib ya pasti wajib, ada kepentingan politik dari pemilik. Tapi kita juga tidak menutup peluang yang lain itu menjadi wajib, ya dari sisi *news gathering* kita menugaskan semua Capres harus dijaga. Kebetulan kemarin

cuma ada 2, semua-semuanya dijaga. Nah, dulu sempat beredar banyak. Opsinya adalah *embedded*, *embedded* itu adalah orang yang menempel seseorang tertentu gitu. Itu baru akan dibubarkan setelah Pemilu selesai. Nah, makna wajib itu adalah apapun yang dia lakukan itu wajib dapat. Artinya wajib dapat beritanya, wajib dapat gambarnya. Dari sisi memperoleh berita itu semua harus lengkap, mau itu lawan mau itu kawan mau itu musuh mau itu rival. Kewajiban kita sampai di situ, kita berikan kepada *production*. *Production*lah yang mengolah. Soal munculnya dari 70-30, 60-40 nah itulah pengemasan. Contoh, kita bisa tetap imbang dengan trik-trik tertentu tanpa terlihat sekali.

14. Trik-trik itu bagaimana?

Ya wawancara Capres A kita putar 1 menit, Capres B mungkin 30 detik. Sekilas orang gak akan kelihatan, itu terjadi di Tv sebelah juga. Yang dia 2 menit, Capres kita 15 detik. Jadi, tidak bisa *dijudge* ini hanya terjadi di sini gitu. Karena melihat fenomena kemarin kok semuanya ya, jadi kaya semacam pesta pora. Ya pertanyaan yang sama ditujukan kepada media lain jawabannya akan sama, “apakah ada intervensi langsung?” gak ada. Saya yakin, di rapat pun tidak muncul. Tapi dari *key person* tertentu dipanggil “bilang dong sama anak buah lo gini,, gini,,gini,, gini.. bisa dieksekusi gak?” bisa. Ketika nanti lo tanya “apa betul ini mengarahkan ke arah ini?” gak ada.

15. *Silent operation* kalau begitu?

Ya, lo bisa tulis begitu. Bisa juga *silent operation* bisa juga tahu sama tahu. Ya kan di redaksi ini bukan orang bodoh, orang pinter semua. Ya pilhannya kan kalau gak suka keluar, kita harus bisa paham posisi kita di mana. Kalau di sini kita kerja, di sana jalin hubungan di luar. Kita gak pernah tahu, bisa jadi ini yang menang atau yang sana gitu. Jangan terlalu 100 persen, itulah wartawan yang bodoh kalau gue bilang.

16. Kalau yang *embedded* itu Bang, khususnya buat Capres nomor 1 dan Golkar itu kan semua kegiatannya harus diliput. Itu kesadaran sendiri atau memang ada arahan-arahan kaya yang kata Abang?

Semuanya, kalau dari sisi Korlip semua tidak hanya Golkar. Semua harus dapat, cuma porsinya memang lebih berat ke “kuning dan nomor 1”. Sebagai

contoh, misalnya dia punya acara di dua tempat “di sana” punya acara tiga tempat kalau kita punya pasukan bisa cukup semua idelanya harus kita *cover*. Tapi kan fakta lapangannya enggak, titik berat pasti ada di “kuning atau ke nomor 1” yang “di sini” sebagai pelengkap. Nah di situ lo lebih bisa mengambil kesimpulan, tapi kalau dalam posisi hari itu pasukannya banyak ya semua harus dapat. Persoalannya, selengkap apapun yang kita dapat kita ini kan tukang belanja yang masakanya punya kebijakan yang lain mana tahu. Meskipun kita sudah dorong “ini ada gambar dia nyemplung lho” dia bilang ga perlu ya terserah.

17. Berarti emang kebijakannya beda-beda gitu Bang, sebenarnya enggak kan?

Kebijakan itu gak beda, cuma tanggung jawab pengemasan kan bukan ada di gathering.

18. Yang penting kita sudah punya barang gitu?

Gathering punya kewajiban semua harus dapat, soal memasak kan ya lo belanja dari pasar perintahnya beli ketoprak kita belanja. Pulang jadi karedok kita gak tahu. Tapi at least kita sudah melakukan apa yang jadi kebijakan redaksi, kecuali kita tahu betul ini barang bagus kita bisa rubah tuh benar. Tapi kalau barangnya standar ya prinsip jurnalistik tetap harus dijunjung, kalau ada pro harus ada kontra, harus ada balancing. Tinggal porsi kemasan yang 70-30 itu bukan kita yang mantangin, pure bukan di tangan kita gathering. Bukan di tangan korlip, kita gak punya kepentingan di hal itu. Kepentingannya adalah kita menyediakan selengkap mungkin, menjadi proporsional atau tidak proporsional adanya di produksi.

19. Kalau menurut abang sendiri seharusnya media menempatkan diri mereka di Pilpres 2014 seperti apa, apakah memang yang seperti kemarin itu gak ideal?

Ya kalau bicara idealisme ya harusnya ya 50-50 , cuma yang gak siap bukan medianya Saya melihat kasus kemarin. Yang gak siap calonnya. Ketika akses media tertentu diberikan secara luas sementara ketika dalam posisi mau bermain 50-50 gak diberikan aksesnya ya akhirnya gak ada yang namanya idealisme, kemarin tuh sudah hutan belantara. Perang Bubat itu kemarin, jadi konsep idealisme media itu ya terbantahkan.

20. Berarti sebenarnya media yang netral itu gak ada?

Kalau dari kacamata praktisi gak ada.

21. Gak ada?

Gak ada, cuma tinggal praktisi membawanya ke mana. Membawanya artinya itu tadi porsi, proporsionalnya berapa. Kalau mau dibilang proporsional gak ada juga di dunia ini, khususnya kasus Indonesia kemarin koran saja ada yang memihak langsung “kami bela Jokowi” ya kan. Tapi ada juga yang bermain pintar, abu-abu. Halaman pertamanya bela Jokowi halaman belakangnya hantam siapa, ya beda-beda lah itu tergantung kepentingan. Tidak hanya pemilik menurut gue, ya Tv One salah satunya. Metro juga sama, tapi ada media-media lain yang tidak dimiliki oleh Partai Politik tapi ternyata memihak juga. Karena apa? Karena key person di situ atau ada kepentingan bisnis yang muncul, jadi intervensinya politik dan pemilik modal. Pemilik modal itu bisa kaitannya dengan bisnis. Jadi dalam kasus Pilpres kemarin haqqul yakin tidak ada yang proporsional.

22. Tapi itu sah-sah aja ya?

Ya sah-sah aja kalau menurut garis kacamata teoritis tidak sah, tapi dari kacamata praktis dan kepentingan yang selalu bersebrangan dengan teoritis ya kita melihatnya itu biasa saja. Kenapa? Karena ini salah kaprahnya orang komunikasi yang menganggap keberpihakan itu langgeng, jangan lupa media itu pragmatis. Yang media dukung sekarang belum tentu nanti ketika orang itu sukses akan terus di situ, kenapa? Istilahnya bulan madu, tunggu selesai bulan madu. Kaya Metro, kalau Metro kepentingan pemiliknya masih diakomodir oleh Jokowi fine-fine aja bulan madu terus berlangsung. Begitu pemiliknya tidak kebagian proyek ini proyek itu jower kuping gue kalau gak Metro itu yang menyerang pertama kali, kenapa? Karena media bisa ditekan oleh segelintir orang itu melakukan hal-hal semacam itu, khususnya di Indonesia gue masih melihat seperti itu. Tapi ini kajian kita sebenarnya sebagai akademisi aja ya, tapi itu tidak bisa berlangsung lama. Gue juga gak yakin Pak Surya Paloh misalnya datang langsung ke redaksi intervensi. Enggak, makanya pertanyaannya “ada gak?” ga ada. Melalui key-key person, orang-orang kunci itu yang bisa aja di posisi-posisi tertentu bahkan posisi di

bawah pun bisa jadi ada. Itulah struktur keunikan dari media, kalau menurut gue begitu.

23. Bang, ini pandangan abang sendiri terhadap masing-masing capres bagaimana Bang? Nomor 1 maupun nomor 2.

Kalau saya pribadi dua-duanya unik dan memang layak kemarin bertarung ya, Prabowo punya kelebihan punya kekurangan. Jokowi punya kelebihan punya kekurangan, tapi Pemilu itu kan kita gak memilih dewa. Kita memilih orang, itu masalah pilihan. Beda pendapat, siapa yang menang itu urusan masing-masing. Sebenarnya yang kita pengen kemarin itu di pemberitaan untuk menunjukkan realitas dari Capres tertentu, soal kampanye negatif, kampanye hitam itu common. Di setiap pemilu di belahan dunia apapun segalam macam sensasional terkait dengan figur politik tertentu itu akan muncul. Kenapa Tv seberang, Metro mempermasalahkan soal HAM? Ya wajar, karena itu titik lemahnya Prabowo. Kenapa kita kemarin mungkin lebih memfokuskan kenapa seorang gubernur yang baru menjabat berapa lama sudah terbang jadi presiden? Saya pikir itu titik lemahnya Capres Jokowi pada saat itu gitu, dan itu digunakan dianggap sebagai kampanye hitam ya itu praktik yang umum terjadi. Nah tinggal cara pandangnya, di media tidak boleh membohongi publik. Membohongi dalam kapasitas kalau dia tidak punya masalah ya kita keluarkan lah fakta yang ada, kita mati-matian biar masyarakat yang menilai.

24. Prabowo sendiri buat abang kelebihanannya apa?

Ya dia lebih visioner kalau menurut Saya, lebih melihat sebagai pemimpin yang punya cara pandangnya 5-10 tahun ke depan. Bahkan dia sudah berpikir Indonesia 25 tahun ke depan tuh mau diapain, yang kedua dia punya posisi tawar yang tinggi hingga tidak mudah diintervensi. Kelihatan dari sikap-sikap dia yang keras terhadap kepentingan-kepentingan publik, cuma ya mungkin gaya militer yang menyebabkan trauma militer ke orang itu tinggi. Yang kedua mungkin ada kasus-kasus yang belum bisa dia jelaskan, nah itu yang menjadi handycap. Jokowi orangnya unik, menarik. Menurut gue sebenarnya dia bisa menjadi contoh juga, kenapa? Karena belum ada di Indonesia ini recruitment pimpinan nasional yang dimulai dari level bawah, kalau di Amerika yang sudah 3 abad politiknya ya biasa dong bahwa recruitment

pemimpin itu pasti arahnya ke orang-orang yang pernah menjabat sebagai pelayan publik. Dia pernah walikota, pernah governor, pernah bupati, pernah anggota DPR, pernah senat. Nah di Amerika hampir rata-rata orang memilih presiden itu adalah orang yang punya pengalaman melayani publik, ya itu tadi pernah ngurusi publiknya. Di Indonesia ini Jokowi menurut gue revolusioner dari segi dia pernah walikota, dia pernah Gubernur, dan sekarang dia presiden. Cuma menurut gue kalau kemarin Jokowi menahan diri dan terpilihnya di tahun 2019 mungkin akan lebih baik, tapi dengan dia lebih cepat sekarang pun ya soal dia berhasil atau tidak itu masalah urusan dia. Tapi budaya bahwa suatu saat presiden kita itu adalah walikota apa, bupati mana, menarik menurut gue. Jadi orang-orang kaya Ridwan Kamil, Seno Arya, bupati Banyuwangi itu. Jadi tidak otomatis ketua umum partai adalah Presiden, jadi kita membuka ruang bahwa dulu Presiden selalu dari militer, dari kalangan pengusaha. Ini kita buka peluang dari pejabat publik, menurut gue itu kalau memang konsisten 100 tahun ke depan Indonesia punya peluang yang menarik. Nah, soal media yang kita bahas ini ya karena kemarin kejadian ini udah gitu juga baru pertama kali head to head dan akhirnya media memihak. Meskipun dulu media memihak tapi tidak ada secara langsung, nah kemarin itu tidak bisa dihindari. Tapi ini buat pembelajaran juga buat ke depan walaupun terjadi ya kita biasa aja, si ini mendukung ini wajar aja. Tinggal apa yang bisa dijadikan informasi kebohongan tadi, itu bisa dihindari.

25. Terakhir Bang, background usia, pendidikan, periode menjadi jurnalis?

Usia 37 tahun, jurnalis sejak tahun 2000. Pernah di radio trijaya, pernah di Metro tv sama terakhir di Metro Tv koordinator peliputan. Bergabung di Tv one dari 2007, dari awal. Terakhir jabatan Produser Eksekutif Peliputan bidang politik. S1 administrasi negara Fisip UI, S2 manajemen media sama kaya lo komunikasi UI tahun 2007. Lo mungkin bisa minta datanya dari Litbang, ada datanya tuh.. satu hari itu ketika siaran Tv One Pilpres, itu kita number 1 dari semua Tv. Ya, di situ perlu melihat positioning Tv One berarti sebagai Tv rujukan atau Tv peristiwa tetap nomor 1. Soal afiliasi politik Tv One yang dianggap mengarah ke kiri atau ke kanan, ya itu debatable. Nah,

tapi rating itu juga tidak bisa menjadi acuan utama bahwa itu pasti pemirsa utama tv one. Pada hari itu orang memandang Tv one punya sesuatu yang berbeda gitu, ketika peristiwa besar orang akan nonton Tv One dan itu terbukti di rating. Soal isinya ya kasusnya adalah “Tv One memang beda”, surveinya kok di sana begini itu debatable.

26. Itu terua bagaimana Bang, kasus yang hasil quick count itu?

Ya itu pandangan waktu itu kan terjadi pelanggaran, apa ya istilahnya.. bukan Tv One yang melanggar gitu, kesepakatan KPI itu adalah kalau gak salah baru jam berapa hasil survei itu bisa diumumkan. Nah, tv sebelah melanggar. Lo bisa riset deh, melanggar dalam kapasitas dia mendahului. Survei dimunculkan di layar, terus yang kedua adanya penggiringan opini publik. Ketika hasil survei belum lengkap, terjadi perayaan. Nah di situlah tv one memandang harus menjadi penyeimbang dengan risiko dihujat menjadi Tv “memang beda” dan memang beda ternyata hasilnya, meskipun soal hasilnya Pemilu kemarin yang menang nomor 2 itu masih debatable. Tidak bisa dianggap sebagai keabsahan bahwa kita melakukan hal yang salah, tapi saat itu kita memandang di sana terjadi euforia yang bisa saja membohongi publik. Ya kita perlu waktu itu kebijakan redaksinya perlu memberikan fakta lain, meskipun siapapun yang menang kita mengucapkan selamat saat itu juga.

27. Tapi lembaga survei yang dipakai saat itu apakah memang kredibel bang?

Nah, soal kredibilitas kan bukan kita yang menilai.. masyarakat.

28. Itu penentuan menggunakan lembaga survei itu apakah dari redaksi juga?

Redaksi.

29. Redaksi juga?

Tapi, mayoritas lembaga survei tidak mau bekerja sama dengan kita.

30. Alasannya?

Ya sudah dijelaskan dari awal kan, mereka memihak di sana kan..

31. Tapi yang si Hanta Yudha?

Itu tidak bisa dijelaskan di sini karena ada pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan dia, minta eksklusif sementara kita maunya ada lembaga lain. Kita sebagai redaksi kalau dia eksklusif, kalau sudah di layar gitu kan bisa

penggiringan opini publik.. gak bisa dipegang, ternyata dia mihak ke sana kan.. nah, itu maksudnya. Nah, soal kredibel atau tidak itu kan situasional saat itu. Soal ternyata hasilnya yang menang nomor 2 “benar kan lembaga survei?” kata siapa? Ada jaminan KPU gak main? Kan kita gak pernah tahu.

32. Sebenarnya rumit Bang ya masalah Pilpres itu?

Rumit, tapi pelajarannya adalah media adalah medium yang berperan untuk mempengaruhi pilihan orang. Kalau dalam kasus Jokowi media berpengaruh atas terpilihnya Jokowi kalau gue sih pribadi nol, kenapa? Ya dia sembilan media, ini logikanya kita satu saja kita bisa naikin mendekati 3 persen dan bahkan Bapak pernah tahu dong berita bahwa lembaga survei ngumpetin hasil survei terakhir yang Prabowo unggul? Ada dong, ga diperhatikan. Ketika ada jeda dua minggu sebelum Pilpres yang lembaga survei itu sudah mensurvei dan tidak diumumkan lewat media main stream mereka, sementara terendus oleh kami dan kita cross cek ke sumber-sumber Prabowo unggul satu persen berapa gitu. Tidak muncul? Mau bilang itu proporsional atau tidak? Teori mana, ketika kepentingan mereka terlanggar dia akan tuding kita tidak proporsional. Itu makanya, inilah yang gue bilang debatable. Gak akan berujung, kenapa? Tesis lo akan bilang ga ada yang proporsional, gak ada tuh yang namanya idealisme. Di sisi tertentu, di mana media itu akan selalu digunakan untuk kepentingan. Yang bisa melakukan itu pemilik modal, ya kan.. pengiklan, politik.

33. 3 itu ya?

3 itu aja, apa lagi? Politik itu bisa kepentingan besar, gak hanya partai politik lho.. ya kan, LSM, relawan. Kaya gitu-gitu itu jalur politik, pemilik modal itu sudah pasti. Jadi ya unik, media di Indonesia unik.

Lampiran Wawancara DF

1. Sebutin latar belakang pendidikan, usia, agama dan periode menjadi jurnalis.
Nama saya DF jabatan reporter dan menjadi jurnalis sejak tahun 2009 hingga 2015 kurang lebih 6 tahun kemudian pendidikan saya terakhir s2 pascasarjana di moestopo beragama, usia 28 tahun, agama islam.

2. Bisa dijelaskan atau peilaian anda terhadap kandidat capres tahun 2014 kemarin?

Ada 2 kandidat prabowo-hatta rajasa dan jokowi-jk, saya rasa kedua kandidat itu punya kans besar pada saat itu dan sama-sama memiliki kekuatan. Apalagi jika dilihat dari sisi media kedua-duanya punya pendukung. Yang satu pendukungnya dari metro tv misalnya kemudian prabowo didukung oleh tvone dan kemudian ada mnc grup didalamnya. Artinya kan mmm...kalo kita lihat disini kan komposisi media berperan begitu besar kita lihat dari dua sisi aja deh, kalo untuk jokowi jk didukung oleh tv berita kemudian prabowo hatta dan juga hmmm..didukung oleh tv berita juga tvone. Saya melihatnya dalah bagaimana tv berperan tidak hanya sebagai pemberi informasi tidak hanya berfungsi sebagai to inform, to educate, to entertaint kemudian to persuade tapi disini media juga seharusnya menjadi social control untuk masyarakat. Artinya fungsi-fungsi dari media itu eeee...sudah terlengkapi tetapi ada ditambah satu lagi yaitu adalah memihak kita melihat bahkan eeee...masyarakat pun bisa menilai ketika misalnya dia melihat bahwa pasangan dari jokowi jk eee..agak lebih banyak porsinya jika dilihat dari pemberitaan di metro tv kemudian kalo melihat prabowo hatta maka dilihat dari pemberitaan di tvone. Saya melihat sebagai seorang reporter saya akan bekerja dibawah naungan tvone maka pakem-pakem yang digunakan adalah pakem-pakem tvone bagaimana kita mencoba jadi pendukung secara tidak langsung untuk prabowo hatta tetapi tanpa teralu mengarah kepada pasangan jokowi jk. Saya rasa tidak ada media yang sangat independent betul karena media juga punya kepentingan didalamnya begitu.

3. Nah, untuk sosoknya sendiri penilaian anda seperti apa, baik itu prabowo maupun jokowi?

Dari kacamata reporter tau dari masyarakat?

4. Dari kacamata pribadi Anda sendiri?

Oo sebagai saya pribadi sih daya melihat kedua-duanya ini sih satu prabowo punya kematangan dari segi politik dia juga backgroundnya adalah militer tapi dilihat lagi dari backgroundnya kebelakang aaaa...punya eehhmmm...menimbulkan bekas-bekas luka yang mendalam untuk korban-korban 98 di era saat tumbangnya pak harto. Artinya, ada yang dinamakan eehhmmmm...apa ya...eee..memenggal ataupun mee..merugikan dari sisi kemanusiaan. Sementara kalau untuk pak hatta rajasa track recordnya sih tidak terlalu banyak minusnya, artinya pada saat dia menjadi menteri dari cabinet pak SBY jilid 1 jilid 2 sejauh ini pak hatta tidak terlalu banyak minusnya lah ya jadi menteri. Nah..saya rasa sih dari satu sisi prabowo sekalipun itu pernah melakukan hal seperti itu tapi kan pembuktian-pembuktian nya tidak begitu besar nahwasanya prabowo pernah salah disaat-saat itu bahwa prabowo pada saat itu tidak berjalan dengans endirinya tapi ada lagi atasannya yang bertanggung jawab dan itu tidak bisa dijadikan kealahan besar untuk prabowo.

Kemudian disatu sisi jokowi-jk yang satu adalah dari segi pemerintahan dia sudah memulai dari bawah ulai dari walikota solo kemudian juga dia berhasil..bukan berhasil maksudnya sudah pernah jadi orang nomor satu di DKI artinya artinya jadi barometer Indonesia nah setidaknya kalo misalnya jokowi itu adalah pantas untuk ehmm..memegang jabatan seluruh rakyat Indonesia berhak dong untuk jadi presiden walaupun backgroundnya seperti apa tapi dari segi kematangan politik dan ini terbuti kan, terbukti bahwasanya ketika dia jadi presiden kematangan politikya lebih berbeda dibandingkan jusuf kalla yang pernah ada di pemerintahan sebelumnya mulai dari menteri dampai akhirnya jadi menko eeee...menko kesra pada waktu itu akhirnya jadi wapres untuk kedua kalinya. Kematangan politik tentu berbeda ya antara pak prabowo hatta dengan pak jokowi-jk dan saya rasa sih terbukti sekarang ini.

5. Artinya dari salah satu kandidat tersebut siapa yang memiliki banyak sisi positifnya?

Saya sih tidak bisa menjamin ketika pak prabowo-hatta saat ini menjadi presiden akan lebih baik dari pak jokowi misalnya juga dari segi ekonomi

yang diramalkan pak prabowo pada saat jadi presiden dollar akan menembus 13 ribu toh sekarang saat pak jokowi jadi presiden dollar juga menembus 13 ribu dan harga minyak dunia turun dan eee..bbm juga megalami harga yang fluktuatif naik turun nah satu sisi kematangan politik yang tadi ya yang bicara yang paling pantas, tidak tahu yak arena ini suatu ramalan dan orang-orang dibelakangnya itu berperan begitu bear api kembali pada kematangan politik itu sendiri bahwa ee..orang yang matang itu adalah orang yang paling baik untuk memimpin karena tidak bisa di setir dan menjadi boneka bagi eee..sebagian pihak.

6. SOP dari tvOne sendiri buat reporter dalam melakukan liputan itu seperti apa dit?

Kalau standarnya untuk peliputan berita kita itu sudah dibiasakan dari malam untuk diplottingin tapi eee..sejauh ini plottingan itu hanya untuk eee..mengarahkan reporter kemana dan kemanatidak ada TOR yang..yang...yang..ideal untuk seorang reporter apa yang harus dilakukan oleh reporter dan pertanyaan-pertanyaan apa yang harusnya diberikan kepada produser sehngga pada saat kita terjun ke lapangan berhadapan dengan eee...narasumber..beberapa reporter yang belum sempat riset akan kelabakan apalagi saat live report nah kemudian juga pada saat kita juga terjun ke lapangan mengikuti beberapa eeee...tokoh-tokoh ataupun arpol=parpol yang saat itu diusung untuk maju ke eee...pilpres 2014 tentunya hanya sekedar jadi buntutnya gitu tapi ujung-ujungnya adalah yaudah yang penting liputan kemudian hasil liputannya ada ikutt..ikuut...ikut..bagaimana liputan itu bisa tayang. Kalau saya rasa sih sejauh ini belum ada pakem dan eee...apa tuh eee...SOP yang jelas untuk reporter yang..yang ideal itu seperti apa seharusnya sih eeee.pada saat reporter turun dibantu untuk risetnya dan sebagainya. Saat ini kan yang penting udah tayang selesai evaluasi ke dalamnya belum ada.

7. Artinya di tvOne ini belum ada standar yang jelas untuk reporter?

Standar idealnya untuk liputa berita saya belum pernah dapat karena kita belum merasakan itu. Standar yang hanya liputan yaudah kamu kejar

narasumber ini terserah kamu yang ngolah. Seharusnya itu kan tidak baik ya apalagi untuk live report.

8. Menurut Anda sendiri apakah seharusnya reporter itu ikut dalam rapat redaksi untuk menentukan berita atau engga sih?

Kalau untuk menentukan berita tidak, karena dalam kapasitasnya dalam redaktur itu kan mulai dari koordinator liputan, assistant producer, producer kemudian wapimred atau pimred. Kalau reporter itu hanya di lapangan membantu memberikan informasi. Seharusnya reporter juga, ya itu yang saya bilang tadi rapat berkala, rapat berkala itu minimal banget satu minggu sekali para reporter-reporter misalnya dia menghadapi kasus yang saat ini sedang headline, contoh headline hari ini misalnya entang eksekusi mati maka apa yang harusnya kita lakukan. Reporter yang sudah biasa di lapangan, itu ada masukan dong kira-kira kayanya nih angle yang bagus adalah ini seperti itu. Bagaimana kalau kita mengambil angle-angle yang seperti ini ya misalnya angle bagaimana tentang eee..profil keluarganya atau keluarga yang dulu pada saat yang pernah mmm..merasakan eksekusi mati contoh seperti itu kan bisa kita jadikan masukan tapi sejauh ini korlip berjalan sendiri, reporter berjalan sendiri karena mungkin dia merasa bahwa reporternya belum terlalu cukup matang untuk memberikan masukan, begitu.

9. Pada saat pilpres kemarin pasti kita turun ke lapangan juga kan, nah itu kebijakan redaksi yang ditentukan dari atas untuk para reporter ini “do” and “don’t” nya ada ga?

Untuk tahun sepanjang 2014 awal sampai 2015 awal saya ditugaskan di RI1 jadi pada saat itu saya merasakan bagaimana akhir pemerintahan pak SBY kemudia awal pemeritahan dari pak Jokowi artinya saya mulai eee..mengikuti bagaimana proses eee..apa partai politik itu mulai..mulai eee..gencar-gencarnya untuk eehhmm.. sampai pada akhirnya proses pelantikan ee.. kita waktu itu menyadari dan semua public tau saat itu tvOne jadi pendukung, tim sukses dari prbowo hatta yang dibelakangnya adalah golkar. Ada paham sendiri salah satunya adalah dimana kita menjadi tim sukses menyukseskan prabowo hatta untuk khususnya untuk popularitasnya bagaimana popularitas dari golkar juga meraih suara terbesar karena saat itu juga berpengaruh pada

suara di DPR RI. Ehmm...pakemnya yang utama adalah bagaimana kita lebih memberikan porsi lebih untuk Golkar dan eee..partai-partai lain pendukung Prabowo Hatta kemudian juga mencari sisi-sisi, sela-sela yang sekiranya eee..apa ya..ehmm..satu sisi kita harus mendukung..mendukung dari Prabowo Hatta mencari angle-angle berita yang pro terhadap dia walaupun ada yang negatif kita mencoba mencari yang positifnya saja dulu ya. Meredam isu-isu negatif kemudian mengunggulkan mengataskan isu-isu yang positif untuk mereka. Kemudian untuk sisi sebelah kita juga berikan porsi, tapi tentu porsi berbeda. Oke contohnya lagi ketika pada saat itu eee Pak Jokowi pada saat itu masih jadi Gubernur DKI Jakarta maka anglenya adalah tidak terlalu banyak memberikan porsi eee..Pak Jokowi untuk jadi lebih dikenal karena kemana-mana Pak Jokowi ini diikuti oleh media eee..jadi itu sebenarnya off the record dari media tetapi kita jadi tau kan bahwasanya yaaa..kita sebagai reporter hanya mengikuti sebuah prosedur itu saja begitu.

10. Artinya memang kebijakan itu bersifat hierarkis ya turun dari atas ke bawah menerapkan kebijakan redaksi seperti itu, ikut berpihak kepada salah satu calon?

Sebenarnya secara tidak langsung kita berpihak tetapi tidak memengaruhi kita untuk memberikan suara. Jadi eee...kebijakan perusahaan turut memengaruhi kita untuk mengambil angle berita namun kebijakan perusahaan tidak memengaruhi kita untuk memberikan suara pada siapa kita nanti memberikan suara pada dua calon tersebut.

11. Menurut Anda apa yang dilakukan tvOne itu sudah benar secara etika jurnalistik atau belum?

Kalau secara etika jurnalistik itu kan harus cover both side, harus independent, harus juga seperti saya bilang yang namanya fungsi media to inform, to educate, to control to persuade, kemudian juga eee...satu sisi adalah kita harus memberikan informasi yang positif bagi masyarakat, saya rasa itu sudah tidak ada yang namanya media itu adalah eee..to control mengontrol masyarakat agar tidak merasakan oh yang media ini lebih condong kesini, oh yang ini condong ke sini. Artinya media ini sudah membentuk opini publik yang condongnya kepada arah yang tidak baik.

Masyarakat disuguhkan pemberitaan yang masyarakat menjadi bingung, kok saya tidak mendapatkan eee..informasi yang berimbang ya itu tidak baik dan pada intinya kita melihat bahwa tidak ada media yang independent pada saat pemilu presiden. Dan saya rasa itu akan terjadi pada saat ke depan-depannyakarena media adalah salah satu alat yang sangat efektif untuk memberikan efek besar di masyarakat.

12. Itu sah-sah aja menurut Anda?

Kalau saya ga sah sebagai jurnalis kita harus mebmberikan yang independent dong. Kita harus memberikan yang..yang..berimbang dong untuk masyarakat, karena salah satu sekarang itu yang namanya media bisa membentuk opini publik yang sangat besar di masyarakat, bisa berpengaruh besar di masyarakat bahkan kia bisa berbahaya kalau misalnya tadi fans-fansnya atau para relawan-relawan atau apa ya bisa dikatakan ehmm..tim-tim yang dulunya ee..sangat mengidolakan salah satu kandidat akhirnya bahkan pada saat dia tidak bisa merealisasikan yag ada bukan pimpinannya yang berantem yang ada bawahan-bawahannya yang tadi tim-tim suksesnya yang tadi perang opini dan sebagainya-sebagainya sangat berbahaya kan gitu.

13. Ketika ada ketidaksesuaian antara Anda sebagai jurnalis dengan kebijakan redaksi tvOne untuk, Anda kan melihat jurnalis itu kan independent namun Anda dituntut untuk sebaliknya, apa yang dapat Anda lakukan?

Saya harus menggaris bawahi ahwa kebijakan redaksi tvOne sifatnya bukan memaksa namun mengarahkan dan kembali kepada reporternya lagi kalau misalnya setuju ya kita jalani. Kalau saya sih lebih kepada kalau saya hanya bekerja di tvOne satu, saya kedua menjadi jurnalis dan kemudian saya menganalisa saya tidak hanya sebagai reporter yang melakukan peliputan berita namun juga menganalisa, ooh ternyata tren pemberitaan di tahun 2014 ini seperti ini dan mungkin ini pernah terjadi di tahun-tahun sebelumnya. Dan kemudian kita melihat banyak sekali media-media yang tumbuh nasional maupun lokal yang terlihat ooh media ini tumbuh kemudian melihat independennya kemudian media ini tumbuh dan terlihat condongnya kemana. Ada media yang tidak dapat saya sebutkan terlihatnya netral namun sebenarnya dia mendukung lho salah satu pihak dan itu menjadi lebih elegan

dibandingkan dengan media yang jor-joran mendukung satu sisi. Tidak ada lagi-lagi yang namanya independent di negeri ini dan bahkan di dunia yang ada pasti memihak tetapi memihaknya itu terlihat atau tidak.

14. Sepengetahuan Anda, ada atau tidak intervensi dari pemilik terhadap pemberitaan di tvOne?

Kalau itu urusan redaksi, saya sebagai reporter tidak mengetahui sejauh itu. Namun, jika kapasitas saya sebagai reporter secara tidak langsung kita tahu etika-etika bahwa kita tv yang pro terhadap satu sisi maka kita angle-anglenya adalah yang agak-agak pro sedikit dan mendukung salah satu sisi. Kalau yang di redaksi itu terserah. Kalau saya sebagai reporter saya pernah liputan saat pak Jokowi menjadi gubernur dan mempunyai program-program yang bagus, namun sekali lagi sebagai reporter kami hanya meliput di lapangan dan mencari informasi di lapangan serta mewawancarai narasumber namun eksekusinya di dalam. Nah, pada saat di dalam itu redaksi melakukan eeee..mengemasnya dengan cara lain itu adalah kebijakan di dalam. Saya tidak tahu. Yang jelas dari lapangan pun kita tau bagaimana angle-angle berita yang seharusnya pro terhadap satu pihak.

15. Artinya bisa dikatakan penentuan angle yang pro terhadap salah satu pihak itu atas inisiatif reporter karena berdasarkan berita-berita yang ditayangkan tvOne sebelumnya?

Ya pada dasarnya kita melihat dari pemberitaan-pemberitaan tvOne saja. Misalnya reporter-reporter juga ditempel kepada narasumber-narasumber khususnya yang berkaitan dengan yang namanya pak Prabowo dan pak Hatta adalah liputan wajib yang porsinya bahkan di dalam satu pemberitaan misalnya dalam satu program misalnya kabar pagi itu hampir 80% porsi beritanya untuk pak Prabowo sisanya pak Jokowi-jk atau porsinya juga 60%-40% itu pastilah. Yaa pilihannya adalah kalau saya pengen nonton pak Jokowi-jk saya tonton aja metro tv.

16. Bagaimana reporter memilih narsum?

Untuk narasumber misalnya pengamat politik ya, pengamat politik itu ada beberapa pengamat politik yang agak-agak yang condong ke satu sisi yaa kita

ga boleh. Hmmm, ada juga beberapa pangamat politik untuk kasus tertentu, pertanyaan tertentu, angle tertentu ada juga yang dipilihkan.

17. Dipilihkan itu dari siapa?

Dari koordinator liputan. Karena kita juga ga bisa sembarangan yaa..ooh hati-hati dengan ini pasti dia akan condong ke sana misalnya.

18. Apakah berita yang disajikan tvOne saat pikpres 2014 sudah ideal?

Belum ideal. Seharusnya yang ideal itu kita tidak mendukung salah satu pasangan calon. Kalaupun mendukung, berusaha agar public tidak terlalu mengetahui bahwa kita mendukung salah satu pasangan calon. Itu yang ideal. Media tidak ada yang independent, media itu pasti membutuhkan ruang..ruang tersendiri. Ruginya adalah pada saat kita terlalu condong pada salah satu pasangan calon dan saat pasangan calon itu kalah maka kitalah yang apes. Itungannya kan gitu kan, cari narasumber susah, melakukan lobi politik yang seharusnya kita bisa eksklusif dengan presiden terpilih kita yang baru susah juga susah. Seharusnya kan tidak seperti itu.