

Forum Seminar Besar Nasional Komunikasi
26-27 November 2013

KOMUNIKASI @2014

Komunikasi dan Pemilihan Umum 2014 :
Persiapan, Pelaksanaan, dan Masa Depan

ISBN 978-602-14699-0-3

Diselenggarakan oleh :



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

Didukung oleh :

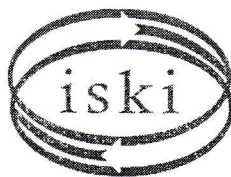
KOMPAS

PROSIDING
SEMINAR BESAR NASIONAL KOMUNIKASI

KOMUNIKASI @2014

Komunikasi dan Pemilu 2014 :
Persiapan, Pelaksanaan, dan Masa
Depan

Diterbitkan oleh :



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

MEMPERJUANGKAN HAK PUBLIK :	HAL 163
PELANGGARAN KAMPANYE DI TELEVISI DAN KETIDAKBERDAYAAN PPI	
Puji Rianto	
DIGITALISASI TELEVISI DI INDONESIA : PELUANG DAN ANCAMAN TERHADAP DEMOKRASI	HAL 169
Iwan Awaluddin Yusuf	
PEMBERITAAN PEMILU 2014 DI MEDIA MASSA :	HAL 176
TINJAUAN ETIKA JURNALISTIK	
Mulharnetti Syas	
KEPEMILIKAN MEDIA DAN INDEPENSI WARTAWAN	HAL 185
Turnomo Raharjo	
KEPEMILIKAN MEDIA DAN URGENSI JURNALISME DAMAI	HAL 191
Farid Rusdi,S.Si.,M.Si	
PERUBAHAN KONSEP BISNIS MEDIA DI INDONESIA	HAL 198
Yuli Nugraheni S.Sos., M.Msi, Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom	
KEPEMILIKAN MEDIA DAN PENCITRAAN KANDIDAT PEMILU PRESIDEN 2014	HAL 203
Sevly Eka Putri	
TELEVISI DAN POPULARITAS POLITISI	HAL 214
Rahmat Edi Irawan, S.Pd, M.IKom	
PENCITRAAN MELALUI MEDIA DAN ELEKTABILITAS PARTAI POLITIK	HAL 219
GUNTUR WIDIANTO, NUR AFIFAH PUTRI	
MANAJEMEN PARTISIPATIF RADIO KOMUNITAS DI DAERAH PANTURA JAWA BARAT	HAL 225
Mochamad Rochim, Nova Yuliati, dan Dede Lilis Ch	
FAKTOR PENYEBAB PEMILIHAN DAN PENOLAKAN IKLAN POLITIK	HAL 232
Inge Hutagalung	

KEPEMILIKAN MEDIA DAN INDEPENDENSI WARTAWAN

Turnomo Rahardjo
Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro
turnomor@yahoo.co.id

ABSTRAK

Aksioma *second law of journalism* menyatakan bahwa isi media selalu merefleksikan kepentingan dari pihak-pihak yang memberikan dukungan finansial terhadap keberadaan media. Aksioma tersebut menemukan “kebenarannya” dalam praktik media di Indonesia. Praktik yang berlangsung memperlihatkan kecenderungan terjadinya penetrasi oleh pihak-pihak yang memiliki media. Pemilik memanfaatkan waktu dan ruang dari media yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas dalam upaya untuk mengekspresikan kepentingan (politik) mereka menjelang pemilihan umum 2014. Praktik media di Indonesia selama ini tidak cukup memberi ruang bagi wartawan untuk mengekspresikan independensi mereka dalam menjalankan kebijakan redaksional. Kondisi ini terjadi karena posisi tawar (*bargaining position*) wartawan dihadapan pemilik media cenderung lemah.

Kata kunci: kepemilikan media, independensi wartawan, kebijakan redaksional.

PENDAHULUAN

Hal yang mendasar untuk memahami struktur media adalah pertanyaan tentang kepemilikan (*ownership*) dan bagaimana kekuatan dari kepemilikan tersebut diimplementasikan (McQuail, 2010: 226). Keyakinan bahwa kepemilikan pada akhirnya akan menentukan sifat dari media tidak saja dijelaskan oleh Teori Marxist, tetapi juga aksioma yang dikemukakan Altschull tentang *second law of journalism*. Aksioma tersebut menyatakan bahwa isi media selalu merefleksikan kepentingan dari pihak-pihak yang memberikan dukungan finansial terhadap keberadaan media.

Pemikiran teoritik tentang relasi antara isi media dengan pihak-pihak yang memberikan dukungan finansial menjadi relevan ketika kita mencoba mengamati praktik media di Indonesia, terutama media penyiaran televisi. Praktik-praktik yang berlangsung memperlihatkan kecenderungan terjadinya penetrasi oleh pihak-pihak yang memiliki media. Pemilik memanfaatkan waktu dan ruang dari media yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas-aktivitas dalam upaya untuk mengekspresikan kepentingan (politik) menjelang pemilihan umum 2014.

Secara konseptual, ruang dan waktu yang digunakan oleh pemilik media untuk menyampaikan kepentingan politik seharusnya bisa digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang lebih bermanfaat dan relevan dengan kepentingan publik, karena media merupakan ruang publik, sebuah ruang yang sedikit banyak memberi otonomi dan arena terbuka bagi perdebatan publik (McQuail, 2000: 157). Wartawan dalam menjalankan aktivitas jurnalistiknya seharusnya perlu memiliki independensi, karena tugas wartawan adalah melindungi ekspresi gagasan publik yang bebas dan terbuka. Asumsi dalam Teori Liberal (McQuail, 2010: 227) menegaskan bahwa kepemilikan (*ownership*) dapat secara efektif dipisahkan dari kendali keputusan-keputusan editorial. Keputusan yang lebih besar tentang sumber daya, strategi bisnis dan lain-lain menjadi kewenangan pemilik, sedangkan wartawan diberi kebebasan untuk membuat keputusan-keputusan profesional tentang isi media yang menjadi keahlian khusus mereka. Kajian tentang kepemilikan media dan independensi wartawan dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang pelaksanaan kebijakan redaksional yang dilakukan oleh suatu institusi media dan bagaimana kedudukan wartawan terkait dengan independensi mereka dalam menjalankan kebijakan redaksional.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemikiran teoritik yang menjadi landasan berpikir dalam studi ini terkait dengan relasi antara media dengan kepentingan publik (*public interest*). Media dipahami lebih dari sekadar mekanisme sederhana dalam diseminasi informasi. Media adalah sebuah organisasi yang kompleks, institusi sosial yang penting dalam masyarakat (Littlejohn & Foss, 2005: 292). Kepentingan publik memiliki makna bahwa media membawa tugas-tugas penting dalam masyarakat yang meliputi 1) pluralitas dalam kepemilikan media, 2) kebebasan menyampaikan informasi, 3) keragaman informasi yang tersedia untuk publik, 4) keragaman ekspresi pendapat, 5) pencapaian yang ekstensif, 6) kualitas informasi dan budaya yang tersedia untuk publik, 7) dukungan yang memadai bagi sistem politik yang demokratis, 8) menghormati sistem yudisial, dan 9) menghormati hak-hak individu dan hak orang pada umumnya (McQuail, 2000: 144; McQuail, 2010: 165). Salah satu gagasan penting dalam Teori Tanggung Jawab Sosial Media menyatakan bahwa media mempunyai kewajiban kepada masyarakat dan kepemilikan media merupakan kepercayaan yang diberikan kepada publik (*public trust*).

Usaha yang dilakukan oleh media untuk mengekspresikan kepentingan publik bukanlah persoalan yang sederhana, karena kebanyakan media memang “tidak dipersiapkan” untuk melayani

kepentingan publik. Dalam praktiknya, media mengikuti pilihan-pilihannya sendiri dalam lingkup kultural, politik, atau ekonomi. Teori Classical Marxism menjelaskan bahwa media dipahami sebagai instrumen dari kelas dominan dan sarana dimana para kapitalis mempromosikan kepentingan-kepentingan mereka. Media menyebarkan ideologi dari kelas berkuasa dalam masyarakat dan karenanya menindas kelompok-kelompok marjinal (Littlejohn & Foss, 2005: 292).

Secara metodologis, studi tentang kepemilikan media dan independensi wartawan bersifat deskriptif yang berupaya menguraikan praktik pelaksanaan kebijakan redaksional dan posisi wartawan terkait dengan independensi mereka dalam menjalankan kebijakan redaksional. Subyek dari penelitian ini adalah wartawan (pemimpin redaksi, anggota redaksi, reporter) media massa cetak dan media penyiaran. Mereka diharapkan bisa memberikan informasi tentang pengalaman mereka dalam menjalankan kebijakan redaksional.

Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan (wartawan) media cetak dan penyiaran di tingkat lokal maupun nasional. Data yang diperoleh dianalisis dengan mengikuti langkah-langkah dalam penelitian kualitatif, yaitu reduksi data, pengorganisasian data, dan interpretasi (Sarantakos, 1993: 300-301).

Penelitian ini memiliki keterbatasan, karena menitikberatkan pada kajian perilaku dari dalam, yaitu bagaimana independensi wartawan dalam menjalankan kebijakan redaksional. Penelitian ini tidak berusaha mengkaji faktor eksternal (kepemilikan media) yang secara langsung maupun tidak langsung bisa memengaruhi independensi wartawan. Kepemilikan media dan intervensi terhadap kebijakan redaksional merupakan isu yang sensitif.

TEMUAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menemukan beberapa hal yang terkait dengan independensi wartawan dalam menjalankan kebijakan redaksional. Secara langsung maupun tidak langsung, kepemilikan media menjadi faktor penting yang ikut menentukan independensi wartawan dalam menjalankan kebijakan redaksional. Dalam catatan pengalaman para informan, kepentingan-kepentingan pemilik media, terutama kepentingan politik dan pertemanan pemilik dengan kolega politik dan ekonomi memberi pengaruh terhadap kebebasan mereka dalam melaksanakan kebijakan redaksional.

Reporter yang menjadi informan penelitian ini menuturkan pengalamannya bahwa sebelum melaksanakan liputan ia diberi arahan oleh koordinator liputannya untuk berhati-hati dan tahu diri terkait dengan isu yang akan disampaikan kepada publik, terlebih isu yang berhubungan dengan kepentingan pemilik. Jika ada masalah yang terkait dengan kepentingan pemilik atau kolega dekatnya, media tempat ia menjalankan profesi kewartawannya berusaha untuk tidak memberitakan sepanjang memungkinkan. Namun, ketika media yang lain memberitakannya, maka cara yang ditempuh adalah memberitakan dengan sudut bidik (*angle*) yang sengaja dirancang agar tidak merugikan kepentingan pemilik atau kolega dekatnya.

Produser sebuah program berita beberapa kali pernah dilarang untuk memberitakan persoalan yang menyangkut kepentingan pemilik atau kawan-kawan baik pemilik. Larangan untuk tidak memberitakan disampaikan secara langsung oleh pemimpin redaksi kepada pimpinan di bawahnya dan berlanjut sampai reporter. "*Kepentingan pemilik dan kawan-kawan baik pemilik bisa "memaksa" redaksi untuk merubah arah kebijakan redaksionalnya*", kata informan (produser) menuturkan pengalamannya.

DISKUSI

Meskipun kepemilikan media tidak serta merta akan menghilangkan idealisme wartawan dalam menjalankan profesi jurnalistiknya, namun secara umum penelitian ini menemukan bahwa wartawan sebenarnya tidak cukup memiliki kebebasan atau independensi dalam menjalankan kebijakan redaksionalnya. Dalam praktiknya, pemilik media masih mempunyai kekuatan yang cukup besar dalam memengaruhi kebijakan tentang isi media yang seharusnya menjadi kewenangan yang dimiliki oleh wartawan. Pemilik media masih mempunyai keleluasaan untuk melakukan campur tangan terhadap kebijakan redaksional.

Dalam lingkup praktik media (jurnalistik) di Indonesia, posisi wartawan dihadapan pemilik media masih cenderung lemah. Wartawan tidak cukup memiliki kekuatan tawar (*bargaining power*) yang memadai ketika berhadapan dengan kepentingan pemilik. Wartawan tidak lebih ditempatkan sebagai pekerja, mereka belum diposisikan sebagai profesional dalam menjalankan aktivitas jurnalistiknya. Konsekuensinya, imbalan secara finansial yang diterima wartawan relatif tidak memadai.

Ketidakberdayaan wartawan ketika berhadapan dengan kepentingan pemilik media semakin membuktikan kebenaran aksioma *second law of journalism*, bahwa isi media selalu merefleksikan kepentingan-kepentingan dari pihak-pihak yang memberikan dukungan finansial terhadap keberadaan media. Pola yang terbangun dalam relasi antara isi media dengan pihak-pihak yang memberi dukungan finansial adalah *the interest pattern*, yaitu isi media (*media content*) merefleksikan ideologi atau kepentingan dari kelompok yang membiayai. Dalam cara pandang kritis, keadaan yang menyebabkan wartawan tidak mempunyai independensi dalam menjalankan kebijakan editorial dijelaskan oleh pemikiran teoritik *Classical Marxism*. Gagasan teoritik ini menegaskan bahwa media dipahami sebagai alat atau instrumen dari kelas dominan dan sarana dimana para kapitalis mempromosikan kepentingan-kepentingan mereka. Media menyebarkan ideologi dari kelas yang berkuasa dalam masyarakat, dan karenanya menindas kelompok-kelompok marjinal.

Secara normatif, seharusnya pemilik media bisa memisahkan kepentingan-kepentingannya dengan tidak mendesakkan keinginannya mencampuri urusan isi media yang menjadi kewenangan wartawan. Tugas wartawan adalah memberikan kepada khalayak *what the public need*, lebih dari sekadar *what the public want*, sedangkan kewajiban pemilik adalah mengembangkan sumber daya yang dimiliki dan merencanakan strategis bisnis perusahaan. Proposisi Teori Tanggung Jawab Sosial menegaskan bahwa kepemilikan media merupakan kepercayaan yang diberikan kepada publik (*public trust*).

PENUTUP

Diskusi tentang temuan studi ini menghasilkan beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu:

- Praktik media di Indonesia selama ini tidak cukup memberi ruang bagi wartawan untuk mengekspresikan independensi mereka dalam menjalankan kebijakan redaksional. Kondisi ini terjadi karena posisi tawar (*bargaining position*) wartawan dihadapan pemilik media cenderung lemah.
- Relasi yang timpang antara wartawan dengan pemilik media menjadikan wartawan tidak lebih dipahami sebagai pekerja, bukan profesional media.
- Idealisme wartawan untuk menyuarakan kepentingan publik memang tidak serta merta hilang akibat campur tangan pemilik dalam kebijakan redaksional. Wartawan masih memiliki cara atau siasat untuk tetap dapat mengekspresikan kepentingan publik. Namun, idealisme yang dimiliki wartawan tidak cukup untuk memengaruhi kekuatan pemilik dalam melakukan penetrasi terhadap kebijakan redaksional.

DAFTAR PUSTAKA

- Herman, Edward. "Media in the U.S. Political Economy" dalam John Downing, Ali Mohammadi & Annabelle Sreberny-Mohammadi, *Questioning The Media, A Critical Introduction*, Newbury Park, California, SAGE Publications, Inc., 1990.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theory, Fourth Edition*, Thousand Oaks, California, SAGE Publications, Inc., 2000.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theory, Sixth Edition*, Thousand Oaks, California, SAGE Publications, Inc., 2010.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. *Theories of Human Communication, Eighth Edition*, Belmont, California, Wadsworth A Division of Thomson Learning, Inc., 2005.
- Miller, Katherine. *Communication Theories, Perspective, Processes, and Contexts, Second Edition*, New York, The McGraw-Hill Companies, Inc., 2005.
- Neuman, W. Lawrence. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches, Third Edition*, Boston, Allyn & Bacon A Viacom Company, 1997.
- Sarantakos, Sotirios. *Social Research*, South Melbourne, Macmillan Education, Australia, 1993.
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese. *Mediating The Message, Theories of Influences on Mass Media Content, Second Edition*, New York, Longman Publishers, 1996.

BIODATA PENULIS

Nama : Turnomo Rahardjo
Tempat dan tanggal lahir : Semarang, 30 Oktober 1960
Pekerjaan : Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Undip
Alamat kantor : Jalan Prof. Sudarto, SH Kampus Tembalang Semarang
Telepon/Facsimile : (024) 7465408
Alamat rumah : Jalan Ratu Ratih IV/33 Perumnas Tlogosari Semarang 50196
Telepon : (024) 6719466, HP: 081325753725

Riwayat Pendidikan:

- S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro
- S2 Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia
- S3 Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia